Contractele partidelor cu presa în 2026

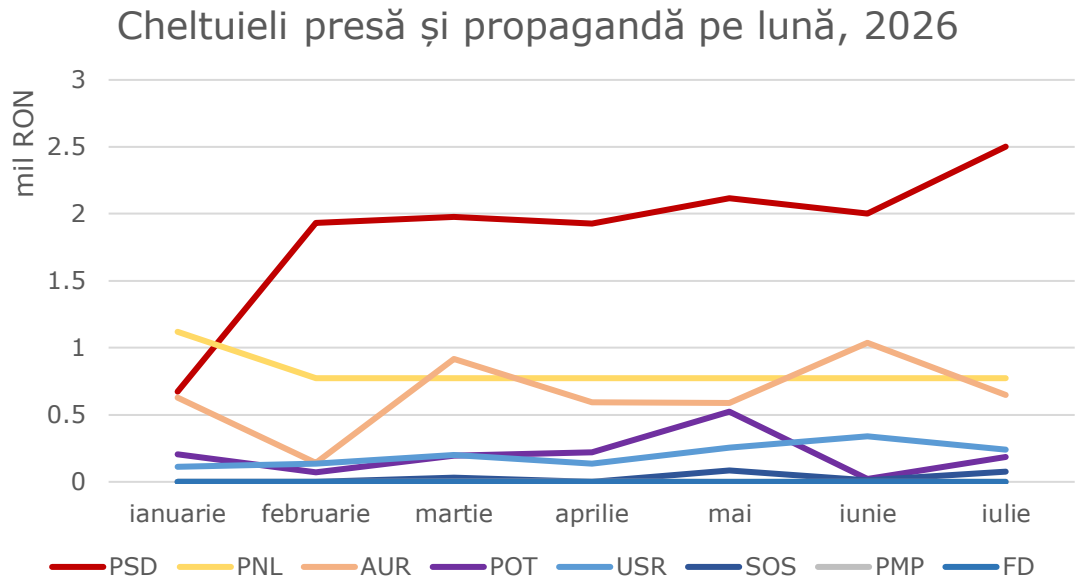
Trei firme încasează 80% din bani

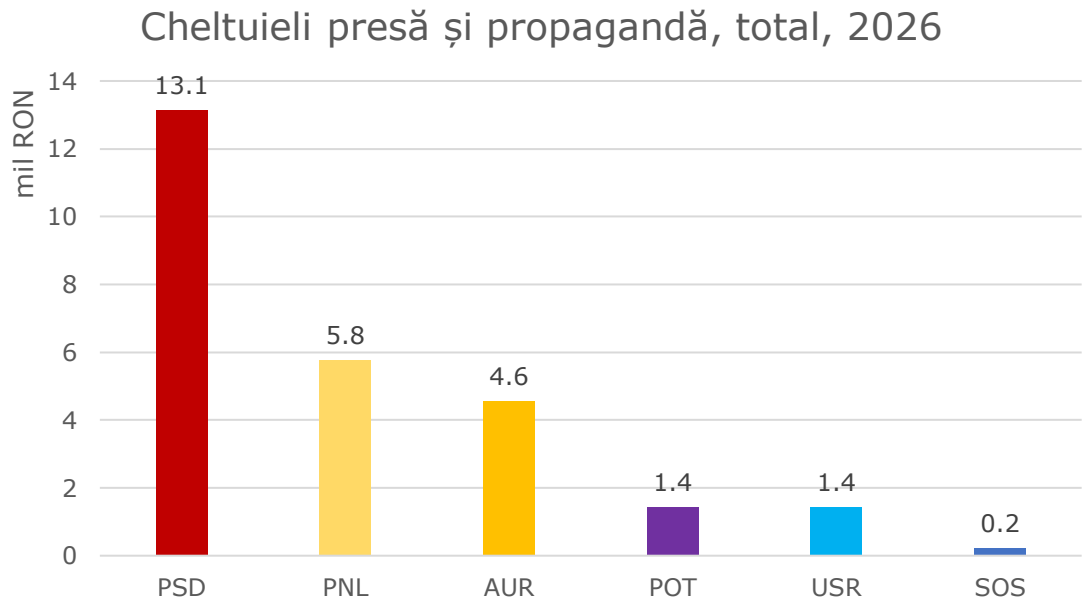
Policy brief EFOR #240, 31 august 2026
Disponibil pe www.expertforum.ro și pe www.banipartide.ro

Autor: Septimius Pârvu, Coordonator program electoral, EFOR
Contribuții colectare date: Raluca Manea

Banii pentru presă și propagandă

În 2026, opt partide politice au un buget de 209 milioane de lei din subvenții. Aceste fonduri se adaugă celor din venituri proprii. În primele şapte luni din 2026, ele au cheltuit 26,4 milioane lei pentru presă și propagandă, dintr-un total de aproape 100 de milioane lei. Deși este o scădere ca procent față de anii trecuți, când partidele cheltuiau cam jumătate din bani pentru această categorie, valoarea rămâne mare. Majoritatea banilor cheltuiți provin de la PSD – 13,1 de milioane de lei, AUR – 4,6 de milioane și PNL – 5,8 de milioane de lei. USR și POT au cheltuit câte 1,4 milioane de lei, iar SOS România 205 mii de lei.





** sumele declarate la AEP de PNL reprezintă plata unor datorii pentru contracte încheiate anterior*

Legea nu prevede nicio obligație de raportare detaliată și publică de către partide a modului în care se cheltuie banii publici. Anual, partidele raportează venituri și cheltuieli, însă acele rapoarte nu ne spun mare lucru despre beneficiarii fondurilor. In practică aflăm lunar cum se cheltuiesc subvențiile pe categorii din raportările sumare care sunt publicate pe pagina web a AEP[1]. Însă beneficiarii nu sunt incluși iar contractele ajung doar la AEP. Așadar, conform acestor mecanisme de raportare nu aflăm unde se duc de fapt banii pentru "presă și propagandă".

O alternativă care poate ajuta publicul să înțeleagă cum se cheltuie banii este Regulamentul (UE) 2024/900 privind transparența și vizarea unui public-țintă în publicitatea politică (TTPA). Acesta obligă editorii de publicitate să includă o notificare de transparență care să reflecte valoarea contractelor, sursa fondurilor și obiectivul campaniilor.

Regulamentul a intrat în vigoare integral de la 10 octombrie 2025. Acesta impune la art. 12 ca fiecare material de publicitate politică - online sau offline - să fie însoțit, dincolo de eticheta prevăzută la art. 11, de o notificare de transparență. Obligația revine în principal editorului de publicitate politică (de ex. site-ul care publică informația), care este în relație contractuală cu sponsorul și de furnizorii de servicii (art. 9–10).

Notificarea trebuie să conțină următoarele:

- identitatea sponsorului sau a entităţii care controlează în ultimă instanţă sponsorul, inclusiv numele, adresa de e-mail şi, dacă este publică, adresa poştală, iar în cazul în care sponsorul nu este o persoană fizică, adresa la care acesta îşi are sediul;
- perioada în care se intenţionează publicarea, distribuirea sau difuzarea materialului
- sumele agregate şi valoarea agregată ale altor beneficii primite de furnizorii de servicii, inclusiv cele primite de editor parţial sau integral în schimbul serviciilor de publicitate politică
- informaţii privind originea publică sau privată a acestor sume şi a altor beneficii şi dacă acestea provin din interiorul sau din afara UE;
- metodologia utilizată pentru calcularea sumelor şi valorii acestora
- indicarea alegerilor, referendumurilor şi a proceselor legislative sau de reglementare cu care are legătură materialul publicitar politic / linkuri către informaţiile oficiale cu privire la modalităţile de participare la alegerile sau referendumul în cauză;
- linkuri către registrul european de materiale publicitare politice online
- mecanismul de sesizare a publicității politice ilegale

[1] https://finantarepartide.ro/situatia-cheltuielilor-efectuate-din-subventia-de-la-bugetul-de-stat-pe-destinatii-conform-art-25-din-legea-nr-334-2006/

- dacă o publicare anterioară a materialului publicitar politic sau a unei versiuni precedente a acestuia a fost suspendată sau întreruptă din cauza unei încălcări a prezentului regulament;
- dacă materialul a făcut obiectul unor tehnici de vizare a unui public-ţintă sau de distribuire a materialelor publicitare pe baza utilizării datelor cu caracter personal
- impactul materialului publicitar politic, pe baza numărului de vizualizări şi de interacţiuni cu materialul publicitar politic.

De asemenea, notificarea trebuie actualizată în privința sumelor, să rămână intactă când conținutul este redistribuit, să fie lizibilă automat pentru anunțurile online (sau accesibilă printr-un link ori cod QR clar, dacă nu încape pe anunț), şo să fie încărcată în registrul european pentru materiale publicitare politice online[2] în termen de 72 de ore de la prima publicare. Editorii de publicitate politică sunt obligați să păstreze notificările, împreună cu eventualele modificări ale acestora, pentru o perioadă de şapte ani de la ultima publicare a materialului publicitar politic în cauză.

Termeni cheie:
- **Sponsorul** – persoana fizică sau juridică la cererea căreia sau în numele căreia este pregătit, plasat, promovat, publicat, distribuit sau difuzat un material publicitar politic; (ex. partidul politic)
- **Furnizor de servicii** - persoană fizică sau juridică implicată în furnizarea de servicii de publicitate politică, cu excepţia serviciilor pur auxiliare; (ex. firmă de publicitate)
- **Editor** - un furnizor de servicii de publicitate politică care publică, distribuie sau difuzează publicitate politică prin orice mijloc de comunicare; (ex. portalul web care publică informația)

Baza de date cu notificări privind transparența identificate în 2026

Expert Forum a început un proces de monitorizare și colectare a notificărilor declarate începând cu 1 ianuarie[3]. Fiind un proces de colectare a informațiilor în mare parte manual, cel mai probabil datele incluse nu reflectă în totalitate valoarea fondurilor cheltuite pentru publicitate politică. Informațiile sunt actualizate constant și sunt obținute prin căutare în mediul online, și nu sunt furnizate de partide sau de alte entități. Au fost folosite formule de căutare de tipul ”Notificare privind transparență materiale online”, ”notificare privind transparența”, ”notificare privind transparența materiale publicitate politică”, precum și ”Regulament 2024/900”. Menționăm că am realizat căutarea și cu mai mulți agenți care folosesc

[2] https://political-advertising.ec.europa.eu/

[3] https://expertforum.ro/monitorizare-contracte-publicitate-politica/

inteligența artificială, însă nu au fost identificate neapărat mai multe notificări decât cele găsite prin căutarea manuală.

Chiar dacă unii editori de publicitate publică pe site notificările de transparență, acestea sunt greu de găsit, mai ales că la acest moment nu există nicio platformă sau pagină care să centralizeze aceste informații. EFOR a inițiat o astfel de pagină, unde sunt colectate date identificate pe paginile editorilor de publicitate. În urma analizării datelor existente, au fost identificate contracte de aproximativ **15 milioane de lei**, ceea ce este mai puțin decât suma cheltuită din subvenții – **26 de milioane de lei**. Nu au fost identificate contracte, spre exemplu, pentru PNL, USR, POT sau SOS România – ceea ce nu înseamnă neapărat că nu au fost publicate, ci doar că nu au fost găsite prin căutare după criteriile menționate mai sus. De menționat că în cazul USR, cheltuielile din subvenții ale Secretariatului General (nu toate cheltuielile naționale) pot fi urmărite pe portalul https://transparentasg.usr.ro.

Concluzii privind notificările de transparență identificate

La 31 august, baza de date conține 52 de înregistrări individuale, fiecare corespunzând unei notificări de transparență publicate. În unele cazuri, pe aceeași pagină sunt mai multe notificări, care au fost luate în considerare separat. Perioada acoperită este, în cea mai mare parte, din ianuarie până în august 2026, cu câteva contracte ale căror termene se întind până în 2028 sau chiar 2033. Unele contracte sunt punctuale, lunare, iar altele par a fi parte dintr-un contract cadru, cu valoare lunară.

Cine cheltuiește și cât

Din cele 52 de notificări, aproape toate sunt legate de numai două partide. **PSD** (inclusiv organizațiile județene Ialomița și Prahova) apare de 40 de ori, cu o valoare estimată cumulată de 10 milioane lei cu TVA (aproximativ 64%). **AUR** (inclusiv organizația Bacău) apare de 11 ori, însumând aproximativ 5,4 milioane de lei, adică aproape 36%. USR apare o singură dată, printr-o organizație locală (USR Argeș, contract cu Pitești24.ro de 29.040 lei), sub 0,2% din total. Suma tuturor contractelor din fișier este de 15 milioane de lei.

Partid	Nr. notificări	Valoare estimată (Lei, cu TVA)	%
PSD	40	9,7 mil.	64,0%
AUR	11	5,4 mil.	35,8%
USR	1	29.040	0,2%

Nu au fost identificate notificări unde sponsori sunt PNL, SOS România, POT sau pentru USR (cu o excepție), deși au cheltuit sume relevante pe presă și propagandă în 2026, după cum am arătat anterior. UPDATE Conducerea PNL

a transmis EFOR că partidul nu a încheiat contracte noi în 2026, iar fondurile declarate la AEP reprezintă eșalonări ale unor contracte încheiate anterior.

Unde ajung banii

Cele 52 de notificări sunt împărțite pe 19 site-uri. Notificările postate pe Realitatea.net concentrează 7,9 milioane de lei, adică peste jumătate din toată valoarea. Realitatea a prestat pentru PSD (contract cu 50.000 euro/lună, plătit din februarie până în decembrie 2026) și unul cu AUR (60.000 euro/lună, din ianuarie până în decembrie 2026). Practic, cele două partide și-au cumpărat câte un abonament publicitar pe un an întreg, la sume lunare identice, ceea ce sugerează un contract-cadru, nu campanii punctuale.

Sursa notificare	Estimare Lei, cu TVA	Nr notificări
Realitatea.net	7.986.000	2
Antena3.ro	2.722.500	6
evz.ro	1.058.750	7
Gandul	665.500	3
Mediafax	665.500	3
Stiripesurse	544.500	6
notificari.partidulaur.ro	363.744	3
DC NEWS	363.000	4
Gazeta de Maramureș	261.360	1
Banat TV	180.000	1
https://brandawareness.ro/	158.552	1
www.activenews.ro	145.200	1
Pitesti24.ro	29.040	1
https://notificare-transparenta.ro/mai-2026/	21.175	4
infoialomita.ro	19.995	5
https://r3media.ro/	13.100	1
RomaniaTV.net	12.100	1
QWER.ro / InfoIalomița	3.702	1
Privesc EU	3.699	1
Total	**15.217.417**	**52**

După Realitatea.net, Antena3.ro e al doilea canal ca valoare, cu șase contracte lunare consecutive ale PSD, la aceeași sumă (90.750 euro cu TVA/lună); practic vorbim de un abonament lunar reînnoit automat din

martie până în august 2026. Cel mai probabil acest tip de contract se va prelungi și în lunile următoare.

Pagina evz.ro a publicat cele mai multe contracte individuale pentru PSD (șapte, câte unul pe lună, de 25.000 euro + TVA fiecare). Pe pagina Stiripesurse au fost identificate șase contracte lunare de 15.000 euro + TVA.

Furnizorii de servicii

Trei companii încasează, împreună, aproape 80% din toată valoarea totală (11 din 15 milioane de lei), din doar 13 contracte.

Partid / furnizor	Estimare Lei, cu TVA
PSD	**9.744.274**
DBV MEDIA HOUSE SRL	3.630.000
Concept media Management / Antena 3 SRL	2.722.500
HOG PUB GROUP SRL	1.210.000
S.C. Editura Evenimentul și Capital srl	1.058.750
S.C. European Business Environment S.R.L.	544.500
PRESS MEDIA ELECTRONIC SRL	363.000
BRAND AWARENESS SRL	158.552
MOTION MARK SRL	21.175
MEDIA WEB PUBLICITATE	19.995
GROWMEDIA S.R.L	12.100
MEDIA WEB PUBLICITATE SRL	3.702
AUR	**5.444.103**
DBV MEDIA HOUSE	4.356.000
SC NEW MEDIA	261.360
ATHOS TIPOGRAFIA SRL	217.800
SC BANAT MEDIA SRL	180.000
SmartMedia SRL	145.200
SC 1 PRINT OPUS 1 SRL	130.438
ADV WEB TV S.R.L	60.500
HOG PUB GROUP SRL	60.500
M Serv Solutions SRL CUI RO 21059760	15.506
MT Continut MEDIA	13.100

Privesc.Eu WEB S.R.L.	3.699
USR Arges	**29.040**
Codunas Paul Mihai (persoana fizica)	29.040
Total	**15.217.417**

- **DBV Media House (SRL)**: notificări de pe Realitatea.net (PSD și AUR), aproape 8 milioane de lei în total. Firma este deținută de PHG Media Invest SRL, care deține licența Realitatea Plus și care a fost preluată recent de o firmă înființată în SUA, PHF Invest Media LLC. PHG Media Invest SRL a primit de la CNA amenzi de 700.000 de lei, pentru încălcări ale legislației audiovizuale.[4] Firma este administrată de Daniela Madi Păcuraru, soția lui Maricel Păcuraru.
- **Concept Media Management / Antena 3 SRL**: toate cele șase contracte lunare ale PSD de pe Antena3.ro, 2.7 milioane de lei. Concept Media Management e deținută în proporție de 95% de Andreea Vlanga și 5% de Scrieciu Gabriel. Andreea Vlanga a împrumutat Pro România în 2020 cu 400,000 de lei. La fel și Gabriel Scrieciu în 2019. PSD a lucrat în mai multe alegeri cu această firmă pentru a cumpăra reclamă la televiziuni.[5]
- **HOG PUB GROUP SRL**: cinci contracte, cu notificări postate pe Gândul și Mediafax, în valoare de aprox. 1,2 milioane lei. E o firmă înființată în 2020 care a început să aibă profit în 2024, sărind în 2025 la o cifră de afaceri de 13 milioane de lei[6]. Deținută de UNDERSHAW INVESTMENT LTD, înregistrată în Seychelles și administrată de Rădulescu Roxana Valentina.

Restul de furnizori împart ce mai rămâne, adică vreo 3,2 milioane lei, majoritatea prin contracte unice sau reînnoite lunar la sume mult mai mici, fiind vorba de presă locală sau site-uri de nișă (Gazeta de Maramureș, Banat TV, Pitești24.ro, infoialomita.ro, r3media.ro etc.).

Sursa notificare / furnizor	Estimare RON, cu TVA
Realitatea.net	7.986.000
DBV MEDIA HOUSE SRL	7.986.000
Antena3.ro	2.722.500
Concept media Management / Antena 3 SRL	2.722.500

[4] https://www.g4media.ro/familia-pacuraru-a-mutat-in-sua-firma-care-opereaza-realitatea-plus-sustine-avocatul-companiei-cna-e-respins-cererea-de-modificare-a-actionariatului-firma-din-sua-care-ar-trebuia-sa-preia-televiz.html

[5] https://expertforum.ro/wp-content/uploads/2025/04/PB-207_EFOR_campanie_17aprilie.pdf

[6] https://platform.listafirme.ro/hog-pub-group-srl-42195161/

evz.ro	1.058.750
S.C. Editura Evenimentul și Capital srl	1.058.750
Gandul	665.500
HOG PUB GROUP SRL	665.500
Mediafax	665.500
HOG PUB GROUP SRL	605.000
ADV WEB TV S.R.L	60.500
Stiripesurse	544.500
S.C. European Business Environment S.R.L.	544.500
notificari.partidulaur.ro	363.744
ATHOS TIPOGRAFIA SRL	217.800
SC 1 PRINT OPUS 1 SRL	130.438
M Serv Solutions SRL	15.506
DC NEWS	363.000
PRESS MEDIA ELECTRONIC SRL	363.000
Gazeta de Maramureș	261.360
SC NEW MEDIA	261.360
Banat TV	180.000
SC BANAT MEDIA SRL	180.000
https://brandawareness.ro/	158.552
BRAND AWARENESS SRL	158.552
www.activenews.ro	145.200
SmartMedia SRL	145.200
Pitesti24.ro	29.040
Codunas Paul Mihai (persoana fizica)	29.040
https://notificare-transparenta.ro/mai-2026/	21.175
MOTION MARK SRL	21.175
infoialomita.ro	19.995
MEDIA WEB PUBLICITATE	19.995
https://r3media.ro/	13.100
MT Continut MEDIA	13.100
RomaniaTV.net	12.100
GROWMEDIA S.R.L	12.100
QWER.ro / InfoIalomița	3.702
MEDIA WEB PUBLICITATE	3.702
Privesc EU	3.699
Privesc.Eu WEB S.R.L.	3.699
Total	**15.217.417**

Sursa fondurilor

Sursa fondurilor e completată inconsecvent, iar în unele cazuri nici nu e înregistrată în notificare: de exemplu notificările publicate de Mediafax, unde nu se precizează dacă sunt fonduri publice sau private. Acolo unde partidele au precizat sursa, cel mai frecvent au plătit publicitatea din **subvenția de la bugetul de stat**: 19 contracte, 11 milioane de lei lei, adică aproape 75% din valoarea totală înregistrată. Alte 17 contracte (1,9 milioane de lei) sunt descrise generic drept „fonduri proprii ale formațiunii politice (subvenții de la bugetul de stat și/sau cotizații/contribuții)". Asta e o formulare care, probabil, se referă tot la subvenție. **Concluzia generală ar fi că publicitatea politică este finanțată din bani publici, nu din fondurile private ale partidului.**

Publicitatea țintită

În 43 de cazuri nu s-a declarat folosirea unor tehnici de targetare/prelucrare a datelor personale. În opt situații nu este menționat nimic în notificare.

Transparența partidelor

AUR este singurul partid la care am identificat pe site o secțiune dedicată acestor notificări care să reflecte cheltuieli și din 2026. În cazul PNL[7] și POT[8] se pot găsi notificări din 2025, legate de alegerile parțiale. În cazul USR, contractele pentru cheltuielile din subvenții pot fi consultate pe portalul https://transparentasg.usr.ro/. Pentru primele 7 luni am identificat în baza de date USR contracte (doar pentru Secretariatul General) de 664 mii de lei, inclusiv cu METAVERS DIGITAL S.R.L. (189 mii lei) și N.RO AGENŢIA DE ŞTIRI SRL (News.ro – 50 mii de lei).

Obiectul campaniilor

Cele mai multe campanii sunt pentru promovare online. AUR e singurul partid unde putem considera că există și contracte pentru materiale tipărite, nu doar online. Deși nu se menționează destinația campaniei, AUR a publicat pe site notificări pentru două contracte cu tipografii (Athos Tipografia SRL, 217.800 lei; SC 1 Print Opus 1 SRL, 130.438 lei).

Alte observații

Deși majoritatea contactelor sunt lunare sau anuale(dar cu notificări lunare), există și excepții. La AUR apar două contracte cu durată mai degrabă neobișnuită: unul cu M Serv Solutions SRL (organizația din Bacău) e programat să se deruleze șapte ani, din februarie 2026 până în februarie

[7] https://pnl.ro/transparenta/

[8] https://sieupot.ro/transparenta

2033, iar contractul cu Gazeta de Maramureș a pornit încă din iulie 2025 şi e programat să dureze până în iulie 2028. Sumele sunt relativ reduse.

Au fost identificate probleme legate de fiabilitatea datelor care afectează transparența procesului. Notificările de pe gandul.ro par a fi suprascrise pe același link de fiecare dată când apare un contract nou, așa că versiunile din ianuarie-februarie nu mai sunt disponibile azi pe site și nici nu au putut fi consultate. Regulamentul prevede că fiecare contract ar trebui publicat diferit și accesibil pentru o perioadă de 7 ani. Așadar, înlocuirea informațiilor este o încălcare a Regulamentului.

Linkurile către notificări nu sunt mereu vizibile. În unele cazuri, pe paginile editorilor există o secțiune dedicată unde sunt postate notificările, însă este dificil ca un utilizator să facă legătura cu postările care sunt plătite din acele contracte. În alte cazuri e postat un link la finalul articolului, care conduce la o pagină destul de bine ascunsă, ceea ce îngreunează căutarea. În orice caz, în cea mai mare parte a cazurilor aceste informații nu sunt disponibile în cel mai facil mod.

În ceea ce privește metodologia de calculare a valorilor, unele notificări nu includ informații relevante şi se bazează pe interpretări eronate ale legii. De exemplu, în cazul unei notificări de pe Mediafax, se menționează că ”Sumele […] nu reflectă limitele maxime de cheltuieli care pot fi angajate pentru această categorie de material, astfel cum sunt prevăzute în art. 28 alin. 12 lit. n) din Legea nr. 334/2006 privind finanţarea activităţii partidelor politice şi a campaniilor electorale și Hotărârea nr. 30/2025 a Autorității Electorale Permanente.” Aceste reglementări se referă la campania electorală și nu se aplică la campaniile desfășurate în afara acesteia.

De asemenea, materialele de pe Realitatea.net nu conțin informații obligatorii cum ar fi mecanismul de plângeri în caz de inadvertențe sau dacă au existat campanii țintite – *a se vedea printscreen de mai jos.*

NOTIFICARE PRIVIND TRANSPARENŢA

SPONSOR: PARTIDUL SOCIAL DEMOCRAT

ADRESĂ: Şoseaua KISELEFF, Nr. 10, Sector 1, BUCUREȘTI

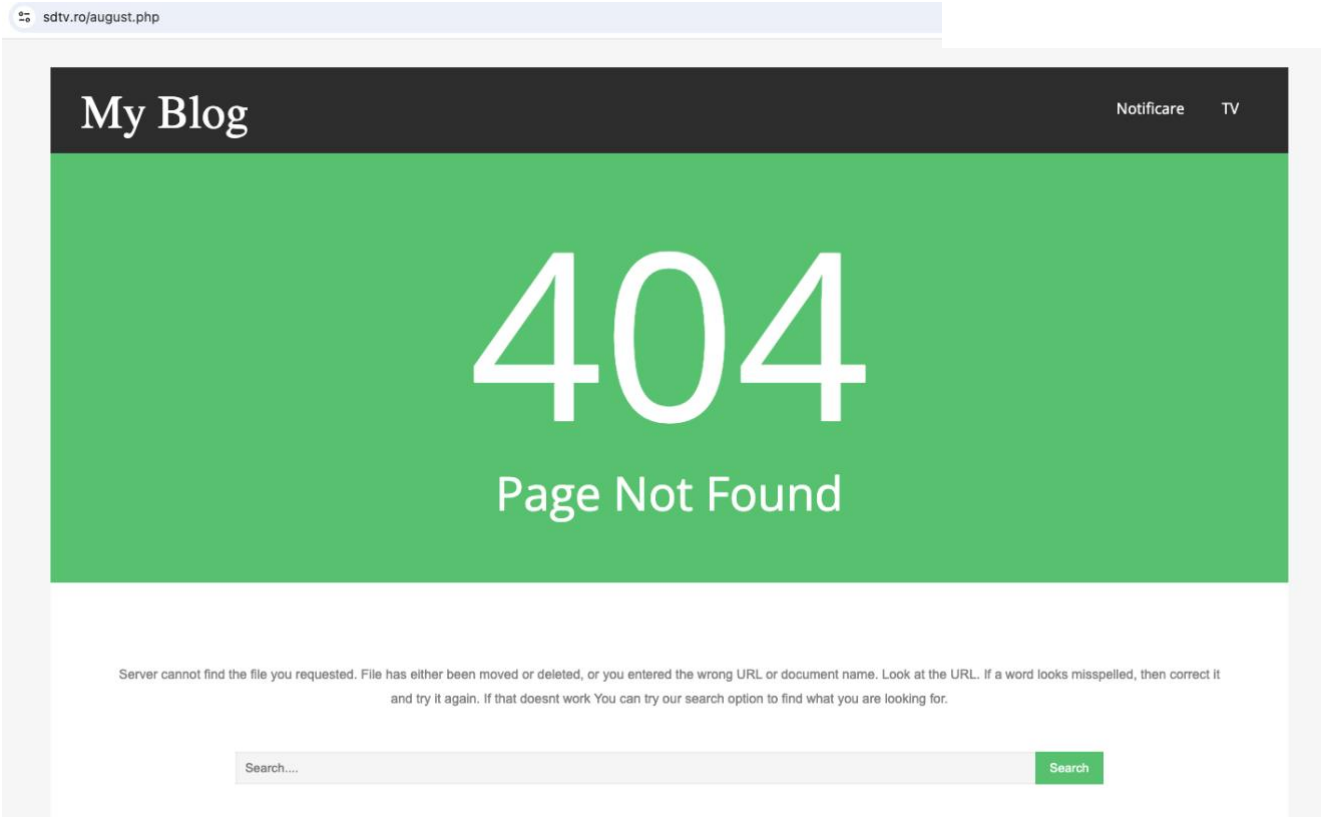
PERIOADA ÎN CARE ESTE PREVĂZUTĂ PUBLICAREA MATERIALULUI PUBLICITAR POLITIC: 01.02.2026 – 31.12.2026

SUMA BUGETATĂ PENTRU MATERIALUL PUBLICITAR POLITIC TIP CHELTUIELI PENTRU PRESĂ ŞI PROPAGANDĂ: 50000 euro/LUNĂ + TVA – ONLINE.

BUGETUL ESTE CONSTITUIT DIN FINANŢAREA PUBLICĂ A PARTIDULUI.

MATERIALUL ESTE PRODUS ȘI DIFUZAT DE DBV MEDIA HOUSE SRL, E-MAIL: office@mhouse.ro

O campanie care ar fi fost plătită de PSD cu 85 de mii de euro +TVA și care a fost marcată pe pagina FB parlamentarului Bogdan Ivan a dispărut de pe siteul sdtv.ro. Acesta postase pe 19 august, făcând referire la finalul textului la publicitatea politică realizată de METAVERS DIGITAL S.R.L și notificată la linkul https://sdtv.ro/august.php. Ulterior, postarea a fost modificată pentru a șterge linkul, iar textul nu mai există pe site[9]. Singura notificare care mai poate fi găsită pe site este legată de alegerile din decembrie 2025, tot pentru PSD[10].



[9] https://www.g4media.ro/video-bogdan-ivan-psd-postare-anti-bolojan-in-care-apare-impreuna-cu-mihai-prundianu-un-baiat-destept-din-energie-parte-din-dosarul-de-coruptie-al-lui-toni-grebla-achitat-de-in.html
[10] https://sdtv.ro/

19 August at 13:42

780 reactions on this version

Bogdan Ivan

Cel mai negru scenariu se întâmplă. Criza a ajuns la poarta fabricilor, și așa împovărate de taxe, se costuri uriașe și de incertitudine.

Primele notificări privind limitarea consumului de energie electrică au ajuns deja în industrie.

Este strigător la cer. Este un atentat la siguranța economică a României.

Domnule premier demis Ilie Bolojan, o fabrică nu se oprește ca un bec. Când îi tai energia, oprești producția, blochezi contracte, produci pierderi și pui presiune directă pe salariile oamenilor. În spatele fiecărei fabrici sunt familii, sunt oameni care muncesc, sunt copii care depind de venitul părinților lor.

Ne-ați spus că totul este sub control. Astăzi vedem realitatea. România încearcă să țină sistemul energetic în picioare cerând industriei să producă mai puțin. Asta nu este soluție. Asta înseamnă să împingi economia spre colaps și să pui pe umerii companiilor nota de plată pentru lipsa de decizie a unui guvern demis.

Nu poți cere industriei să fie competitivă și, în același timp, să o amenințI că mâine s-ar putea să nu aibă energie. Nu poți vorbi despre stabilitate în timp ce fabricile primesc notificări de deconectare.

Asta nu mai este doar o criză energetică. Este o amenințare directă la siguranța României, la locurile de muncă ale oamenilor și la viitorul economiei românești.

Domnule Bolojan, cine răspunde pentru faptul că am ajuns aici?

#BogdanIvan #CrizaEnergetica #Fabrici #Antreprenori

Notificarea privind transparența: https://sdtv.ro/august.php

19 August at 22:07

423 reactions on this version

Bogdan Ivan

Cel mai negru scenariu se întâmplă. Criza a ajuns la poarta fabricilor, și așa împovărate de taxe, se costuri uriașe și de incertitudine.

Primele notificări privind limitarea consumului de energie electrică au ajuns deja în industrie.

Este strigător la cer. Este un atentat la siguranța economică a României.

Domnule premier demis Ilie Bolojan, o fabrică nu se oprește ca un bec. Când îi tai energia, oprești producția, blochezi contracte, produci pierderi și pui presiune directă pe salariile oamenilor. În spatele fiecărei fabrici sunt familii, sunt oameni care muncesc, sunt copii care depind de venitul părinților lor.

Ne-ați spus că totul este sub control. Astăzi vedem realitatea. România încearcă să țină sistemul energetic în picioare cerând industriei să producă mai puțin. Asta nu este soluție. Asta înseamnă să împingi economia spre colaps și să pui pe umerii companiilor nota de plată pentru lipsa de decizie a unui guvern demis.

Nu poți cere industriei să fie competitivă și, în același timp, să o amenințI că mâine s-ar putea să nu aibă energie. Nu poți vorbi despre stabilitate în timp ce fabricile primesc notificări de deconectare.

Asta nu mai este doar o criză energetică. Este o amenințare directă la siguranța României, la locurile de muncă ale oamenilor și la viitorul economiei românești.

Domnule Bolojan, cine răspunde pentru faptul că am ajuns aici?

#BogdanIvan #CrizaEnergetica #Fabrici #Antreprenori

Limitări

Baza de date EFOR e o compilație manuală, nu un export dintr-un registru oficial. Sumele din notificări sunt introduse diferit: unele au TVA, altele nu, iar unele notificări au valori exprimate în EUR, pe când altele în RON. De asemenea, unele contracte sunt exprimate în valori lunare, în timp ce pentru altele a fost introdusă valoarea totală. Toate aceste diferențe îngreunează realizarea unei analize în mod eficient. Valoarea contractelor a fost estimată. De exemplu, s-a calculat valoarea cu TVA și s-a echivalat valoarea în EUR cu una în lei, la o valoare de 1 EUR = 5 lei. Scopul analizei nu este să fie foarte exactă, ci mai degrabă să identifice principalele cheltuieli și modul în care este implementat Regulamentul.

Pașii următori

Deși implementarea Regulamentului este deficitară, mai ales în afara campaniilor electorale, reprezintă cu siguranță o îmbunătățire față de situația anterioară. Cu toate acestea, calitatea notificărilor trebuie ameliorată și uniformizată. Este neclar de ce nu pot fi identificate notificările pentru unele partide, deși au cheltuit bani. Și cu siguranță ar ajuta dacă ar exista o platformă pusă la dispoziția editorilor, care să raporteze aceste linkuri, astfel încât monitorizarea să nu mai fie manuală.

AEP a inițiat un proiect de lege privind implementarea Regulamentului UE 2024/900 (TTPA) în România. EFOR a trimis mai multe comentarii, pe care le reiterăm parțial mai jos[11]:

- Deși Autoritatea Electorală Permanentă (AEP) primește cele mai largi competențe, inclusiv gestionarea registrului reprezentanților legali și a sistemului informatic prevăzut la art. 21, personalul urmează să fie asigurat doar prin redistribuire internă, fără resurse suplimentare clare. EFOR atrage atenția că AEP ar trebui să poată exercita atribuții de monitorizare proactivă, nu doar reactivă. Împărțirea competențelor între AEP și CNA (materiale statice vs în mişcare) în funcție de tipul de conținut poate genera confuzii pentru public. În general, atribuțiile de control ar trebui să fie mai clar definite, inclusiv în ceea ce privește inspecțiile din partea instituțiilor abilitate
- Portalul de transparență privind publicitatea politică propus de AEP (care ar susține activitatea editorilor de publicitate) trebuie să devină obligatoriu, nu să rămână opțional; datele despre notificările de transparență sunt în prezent dispersate și greu de verificat.
- EFOR recomandă corelarea obligațiilor TTPA cu raportările privind cheltuielile din subvenții (Legea 334/2006). Proiectul reglementează transparența materialelor de publicitate politică, care, în cazul României, sunt plătite în mod preponderent din subvențiile partidelor politice. Pentru a rezolva în același timp și lipsa de transparență a cheltuielilor din subvenții, se poate face o corelare cu raportările obligatorii pentru partide. Astfel, partidele care plătesc pentru servicii de publicitate politică ar putea fi obligate să raporteze lunar sau trimestrial cu privire la contractele încheiate.
- EFOR subliniază rolul societății civile în monitorizarea aplicării legii și propune ca AEP să publice un raport anual consolidat, cu date deschise. Propunem de asemenea constituirea unui grup consultativ format din organizații civice, după modelul unor practici din implementarea DSA în alte state europene, care să sprijine activitatea Comitetului de coordonare și a instituțiilor responsabile.

[11] https://expertforum.ro/comentarii-proiect-ttpa/

banipartide.ro

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/