



Finanțarea campaniilor electorale pentru alegerile parlamentare și prezidențiale (I)



Policy brief EFOR #188, 11 noiembrie 2024

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

Autor: Septimius Pârvu, Coordonator program electoral, EFOR



I.	Reguli generale privind finanțarea campaniei electorale	4
II.	Observații despre campania outdoor.....	5
III.	Venituri și cheltuieli	6
I.1.	Parlamentare - venituri	6
	Contribuții ale candidaților	6
	Transferuri ale partidelor politice.....	14
I.2.	Cheltuielile la alegerile parlamentare	15
IV.	Alegerile prezidențiale.....	18
II.1.	Prezidențiale - venituri.....	18
	Contribuții ale candidaților	18
	Transferuri ale partidelor	19
II.2.	Prezidențiale - cheltuieli.....	20
V.	Subvenții	23

I. Reguli generale privind finanțarea campaniei electorale

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 parlamentare și prezidențiale.¹ În paralel cu finanțarea campaniilor, partidele pot folosi banii din subvenții pentru activitatea curentă, inclusiv pentru promovare.

La **parlamentare**, limita contribuțiilor este de 60 de salarii de bază minim brute pe țară (MBT) pentru fiecare candidat la funcția de deputat sau senator. Valoarea după care se calculează MBT este de **3.300** lei. Pentru fiecare candidat se pot înregistra contribuții maxime de **198.000** lei, iar o persoană nu poate candida pentru mai multe poziții sau de pe listele mai multor partide/independent. Candidații pot contribui cu fonduri din venituri proprii ale acestora; donații primite de la persoane fizice (cel mult 600.000 lei); împrumuturi de la persoane fizice sau contractate cu instituții de credit (doar în bani, prin contract notarial și prin virament bancar). Nu pot contribui la campanie persoane juridice. Contribuțiile pot fi doar în bani.

Partidele politice pot finanța campania din cotizații ale membrilor de partid; donații, legate și alte liberalități; venituri provenite din activități proprii; subvenții; împrumuturi în bani de la persoane fizice și juridice. Pe lângă contribuțiile candidaților, partidele pot depune suplimentar în contul deschis la nivel central pentru campania electorală proprie a partidului (nu a candidaților) o valoare maximă care se calculează înmulțind numărul candidaților la nivel național (senatori și deputați) cu 10 salarii de bază minime brute pe țară x 3.300 lei.

Contribuțiile candidaților pentru campania electorală sunt declarate Autorității Electorale Permanente de către mandatarul financiar coordonator în cel mult 3 zile lucrătoare de la data încasării în contul bancar notificat. Contribuțiile pot fi depuse în conturile bancare notificate Autorității Electorale Permanente, numai până la data încheierii campaniei electorale². Cheltuielile efectuate nu pot fi mai mari decât contribuțiile electorale depuse de candidați sau partid.

¹ Pentru mai multe detalii vedeți și ghidurile destinate celor 2 tipuri de alegeri, disponibile la https://finantarepartide.ro/wp-content/uploads/2024/10/Ghidul_finan_camp_elect_PREZ_2024.rtf și <https://finantarepartide.ro/wp-content/uploads/2024/10/Ghid-parlamentare-2024.rtf>

² La alegerile parlamentare se poate deschide un cont bancar central, în care partidul poate transfera fonduri din venituri private obținute de acesta în afara campaniei. Din contul respectiv se pot transfera fonduri către alte conturi, inclusiv la nivel de circumscripție. Pentru subvenții se deschid conturi separate. Contribuțiile pentru campania electorală pot fi depuse în conturile bancare notificate AEP numai până la data încheierii campaniei electorale - 30 noiembrie 2024, ora 07:00.

Cheltuielile sunt la rândul lor declarate în cel mult de trei zile de la angajarea acestora, cu specificarea valorii și destinației. Pentru cheltuieli există și limite procentuale definite în lege și în ghiduri. De exemplu, pentru cheltuieli pentru producția și difuzarea materialelor de propagandă electorală la radio, televiziune și în presa scrisă la partidele pot cheltuit cel mult 40% din bani. Cheltuielile pot fi realizate doar de competitorii electorali, prin servicii contractate și nu se pot produce în regie proprie.

Deși legislația nu include prevederi specifice, AEP a publicat pe 21 octombrie și pe 8 noiembrie veniturile și cheltuielile competitorilor electoral pentru ambele tipuri de alegeri, crescând astfel transparența procesului³. Reamintim că publicarea veniturilor este și o urmare a solicitărilor constante ale EFOR, care a recomandat publicarea perioadă a cheltuielilor în rapoartele anterioare de monitorizare a alegerilor, dar și reglementarea acestei practici la nivel de lege.

La **prezidențiale**, limita contribuțiilor este de 20,000 de salarii de bază minim brute pe țară pentru fiecare competitor, adică cel mult **66 de milioane de lei**. Veniturile pot fi declarate de candidați sau de partid, fără a exista același sistem care permite completarea de către partid cu anumite sume pentru fiecare poziție; cu alte cuvinte, campania poate fi integral finanțată de un partid sau un candidat. Majoritatea regulilor privind veniturile și cheltuielile descrise mai sus se aplică și alegerilor prezidențiale.

Tipurile de cheltuieli permise pentru campania electorală Procentele sunt aceleași pentru parlamentare și prezidențiale	Procent maxim admisibil	Valoare maximă prezidențiale
Cheltuieli pentru producția și difuzarea materialelor de propagandă electorală la radio, televiziune și în presa scrisă	40%	26.400.000
Cheltuieli pentru producția și difuzarea materialelor de propagandă electorală online	30%	19.800.000
Cheltuieli pentru cercetări sociologice	30%	19.800.000
Cheltuieli pentru afișe electorale	20%	13.200.000
Cheltuieli pentru broșuri, pliante și alte materiale de propagandă electorală tipărite	50%	33.000.000
Cheltuieli aferente serviciilor de telefonie și internet, cheltuieli de transport și cazare ale candidaților, cheltuieli de hrană, cazare și transport ale voluntarilor și ale membrilor partidului politic, cheltuieli pentru închirierea de spații și echipamente, cheltuieli pentru vestimentația voluntarilor și a membrilor partidului politic inscripționată cu denumirea sau numele competitorului electoral, cheltuieli de protocol destinate organizării de reuniuni electorale, cheltuieli pentru asistență juridică și alte tipuri de consultanță, precum și pentru plata serviciilor mandatarilor financiari	30%	19.800.000
Cheltuieli pentru comisioane bancare	Nedeterminat	Variabilă

II. Observații despre campania outdoor

Expert Forum și-a arătat îngrijorarea cu privire la efectele pe care le creează suprapunerea celor 2 campanii electorale⁴. Acest context reduce eficiența implementării regulilor privind finanțarea campaniilor electorale, dar și a activităților de monitorizare a veniturilor și cheltuielilor. Reduce în același timp capacitatea

³ Raportările de pe 8 noiembrie - <https://finantarepartide.ro/wp-content/uploads/2024/11/CONTRIBUTII-SI-CH-PREZIDENTIALE-08.11-SITE.xlsx> și <https://finantarepartide.ro/wp-content/uploads/2024/11/CONTRIBUTII-SI-CH-PARLAMENTARE-08.11-SITE-2.xlsx>

⁴ <https://expertforum.ro/regulile-finantare-campanie-denaturate/>

instituțiilor publice responsabile – dar și a observatorilor – de a monitoriza desfășurarea campaniei și abaterile de la normele legale.

Pe 28 octombrie EFOR a depus o sesizare legată de posibila încălcare a legislației privind campaniile electorale și finanțarea acestora de către candidatul George Simion⁵ Sesizarea a fost transmisă către birourile electorale de sector 1 și 2 pentru alegerile prezidențiale și către Autoritatea Electorală Permanentă cu privire la posibila încălcare a legislației privind campaniile electorale și finanțarea acestora de către candidatul George Simion, care a continuat să folosească corturi de promovare pentru alegerile prezidențiale după începerea campaniei, când aceste materiale nu mai pot fi folosite.

În numeroase instanțe, EFOR a observat faptul că regulile de afișaj nu sunt respectate, întrucât unii candidați folosesc mai multe afișe decât au voie conform legii. De asemenea, constatăm că utilizarea afișelor pentru prezidențiale și parlamentare pe aceleași panouri este mai degrabă frecventă (în București, unde au fost observate), ceea ce creează confuzie.

III. Venituri si cheltuieli

I.1. Parlamentare - venituri

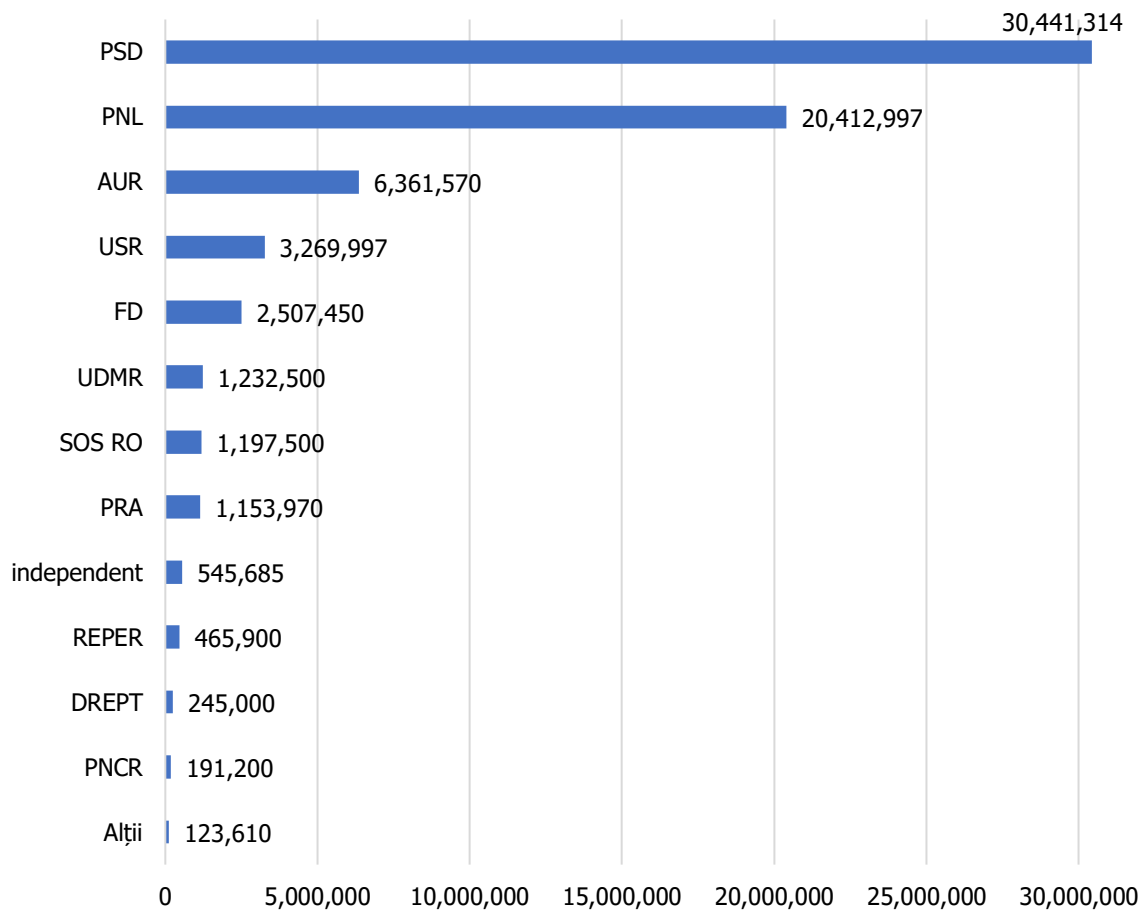
La parlamentare, până la data de 7.11.2024 au fost înregistrate contribuții din partea candidaților de 68,1 milioane de lei, la care se adaugă 25 de milioane de lei din transferuri de la partide. Acestea au fost declarate de 25 de competitori electorali partide, la care se adaugă candidații independenți.

Contribuții ale candidaților

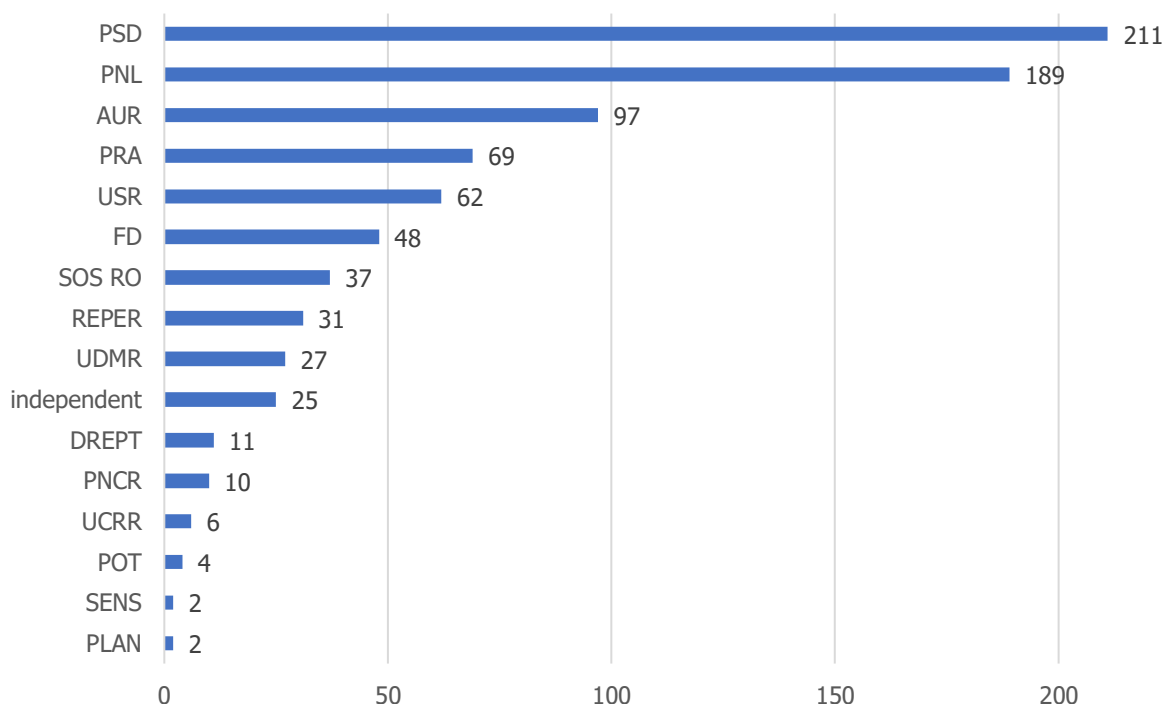
Contribuțiile de la candidați au fost încasate de la aproximativ 700 de persoane. Fondurile declarate de PSD reprezintă 44% din valoarea totală, adică 30 de milioane de lei, de la 221 de candidați. 189 de candidații liberali au declarat 30% din totalul banilor intrați în campanii, adică 20 de milioane. AUR (97 de candidați) a declarat 6,3 milioane (9%), iar USR (62 de candidați) 3,2 milioane (5%). La UDMR 28 de candidați au înregistrat contribuții de 1,2 milioane de lei, iar la SOS România 1,2 milioane provin de la 37 de candidați. Forța Dreptei a adus 2,5 milioane de la 48 de candidați.

⁵ <https://expertforum.ro/sesizare-campanie-simion/>

Contributii candidați



Nr candidați care au declarat contribuții la parlamentare



După cum menționam în introducere, valoarea maximă a contribuțiilor pentru fiecare funcție de senator sau deputat este de 198.000 lei. **Am identificat 218 de candidați care au depus valoarea maximă.** Valoarea maximă a contribuțiilor pentru fiecare funcție de senator sau deputat este de 198.000 lei. Am identificat 218 de candidați care au depus valoarea maximă. Dintre aceștia 122 se regăsesc la PSD (20 la Constanța și 11 la Dolj), iar 73 la PNL (13 la București). La AUR (din 11 candidați cu contribuții maxime) 3 candidați de la Timișoara au depus suma maximă, iar la USR doi candidați au depus contribuții maxime.

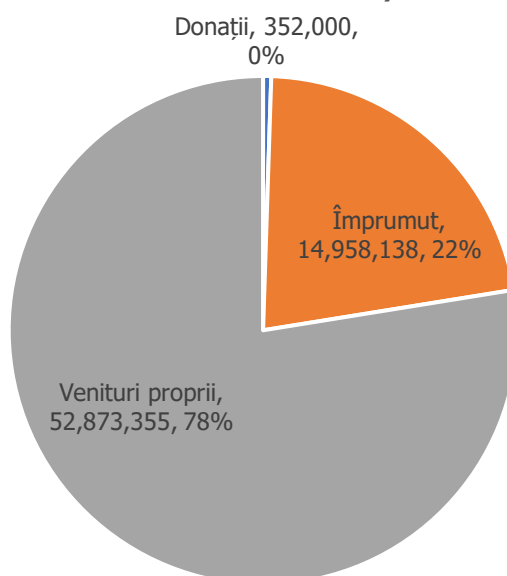
Conform datelor publicate, Gigel Sorinel Știrbu ar fi depus 250.000 de lei, ceea ce reprezintă o depășire a limitei maxime permise.

Este evident, deci, că PSD s-a mobilizat mult mai repede și a adus contribuții mai aproape de limitele maxime.

Tipuri de venituri

Cea mai mare parte a fondurilor provin din venituri proprii (77,5%) și împrumuturi (22%), donațiile reprezentând sub 0,5%. Per ansamblu procentele se păstrează la PSD și PNL și când vine vorba de veniturile de la cele două camere.

Sursa contribuții

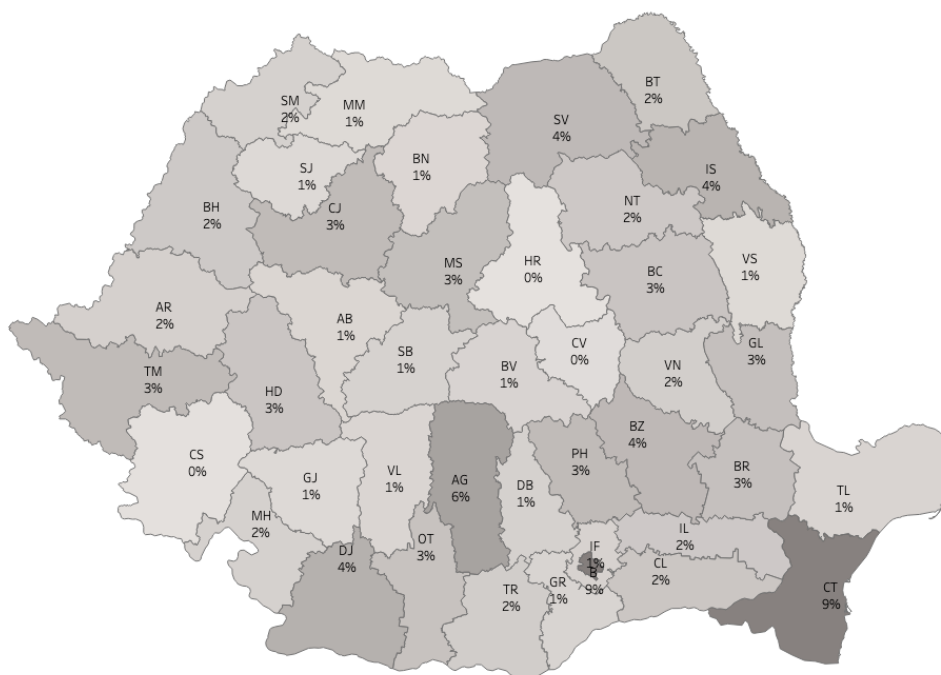


La PSD, Forța Dreptei și PNL împrumuturile reprezintă aproape un sfert din bani, la AUR 10%, iar la USR o treime. SOS România nu a declarat bani din împrumuturi. România în Acțiune și REPER s-au finanțat majoritar din venituri proprii. Nu putem face statistici legate de tipul de împrumut la toate partidele – PSD și România în Acțiune nu au menționat decât împrumut, fără a specifica dacă este de la o persoană fizică sau de la una juridică. În schimb, la AUR se menționează "Împrumuturi contractate de la persoane fizice si/sau instituții de credit". În rest, majoritatea împrumuturilor sunt luate de la persoane fizice.

Surse venit contribuții, primele 10 partide

Competitor	Donații	Donații %	Împrumut	Împrumut %	Venituri proprii	Venituri proprii %
PSD			7.742.534	25,43%	22.698.780	74,57%
PNL	300.000	1,47%	4.587.105	22,47%	15.525.892	76,06%
AUR			595.000	9,35%	5.766.570	90,65%
USR			1.043.999	31,93%	2.225.998	68,07%
FD			638.000	25,44%	1.869.450	74,56%
UDMR			150.000	12,17%	1.082.500	87,83%
SOS RO					1.197.500	100,00%
PRA			100.000	8,67%	1.053.970	91,33%
independent	47.000	8,61%	100.000	18,33%	398.685	73,06%
REPER			1.500	0,32%	464.400	99,68%

Contributii pe judete



Contribuții pe județe, toate partidele (fără diaspora și contribuții la nivel național)

Per total, cei mai mulți bani s-au adus în Constanța (59 mil lei), București (60 mil. lei), Argeș (38 mil lei) și Dolj (29 mil lei), iar cei mai puțini în Caraș Severin (105 mii lei) și Harghita (9800 lei).

La **PSD** cea mai mare valoare a contribuțiilor s-a înregistrat în județul Constanța – 4 milioane de lei, urmat de Dolj (2,1 mil lei), Mureș (1,9 mil. lei), Galați (1,8 mil. lei) și Argeș (1,5 mil lei). În București s-au declarat 2,2 mil lei. Cel mai puțin s-a înregistrat în Bistrița Năsăud – 98 mii lei și Sălaj – 150 mii de lei, însă sunt județe cum ar fi Caraș Severin, Vaslui, Covasna, Harghita sau Hunedoara unde nu s-a înregistrat nicio contribuție până la momentul publicării acestui raport. În total, social democrații au raportat bani din 36 de județe și din diaspora.

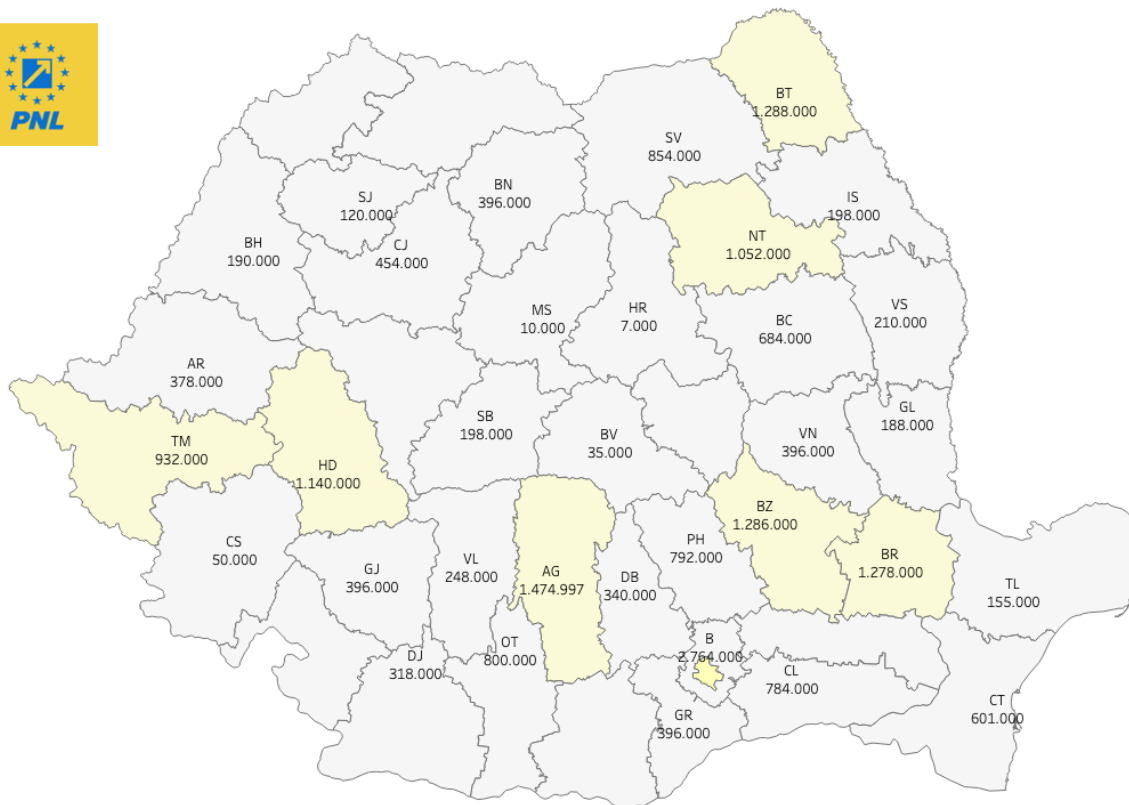
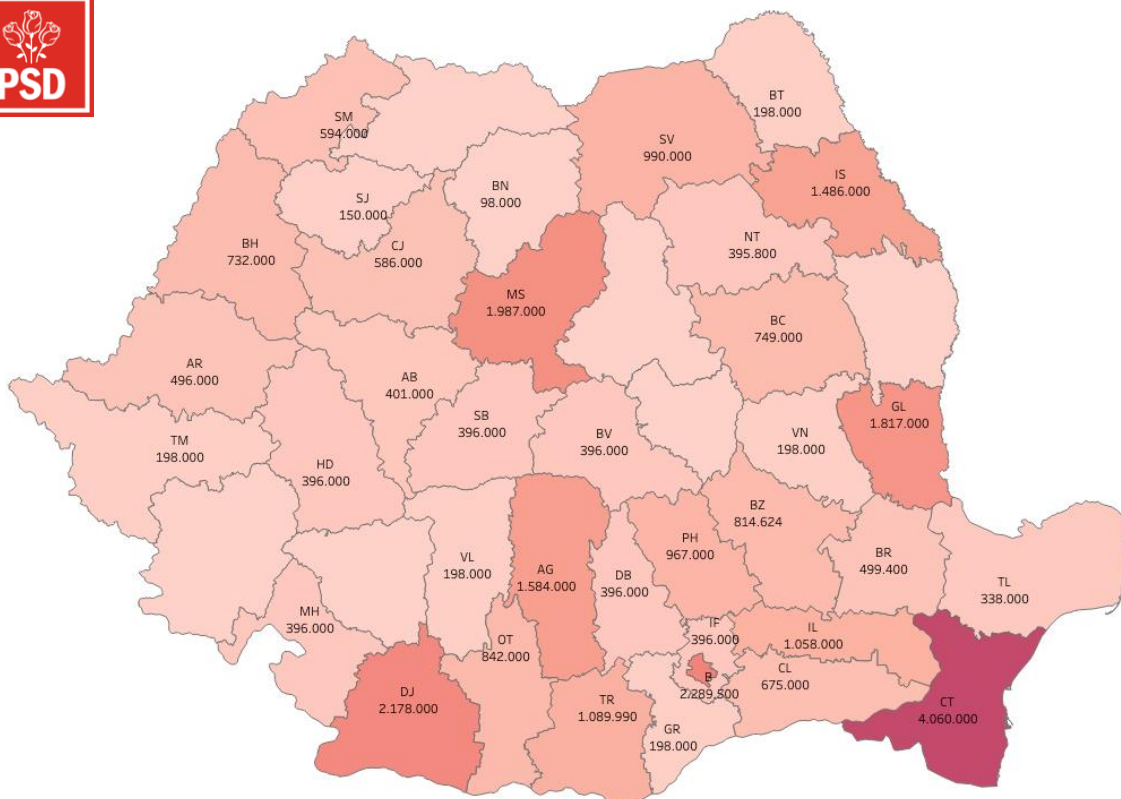
La **PNL** cele mai mari contribuții figurează la Argeș (1,4 mil lei), Botoșani, Brăila, Buzău (1,2 mil lei). La București, PNL a raportat 2,7 mil. lei. Cea mai mică valoare s-a înregistrat la Harghita – 7 mii lei, însă sunt numeroase județe unde nu figurează contribuții precum Satu Mare, Maramureș, Mehedinți, Ialomița sau Teleorman.

AUR a raportat cele mai mari contribuții la Timiș (995 mii lei), Cluj (552 mii lei) și Iași (471 mii lei). Cu toate acestea, sunt numeroase județe unde nu s-a raportat niciun ban, concentrate în județele din centru și nord. La București partidul a raportat 495 mii lei. În total a raportat bani din 26 de județe, București și din diaspora.

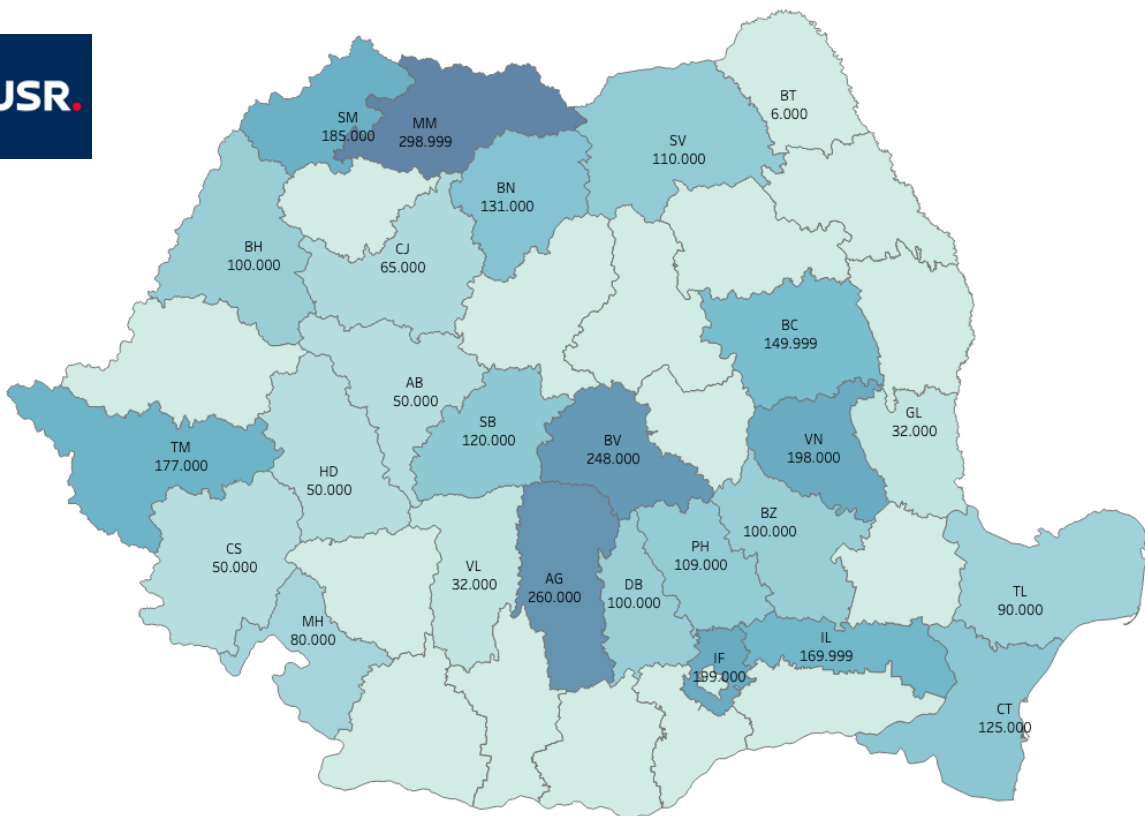
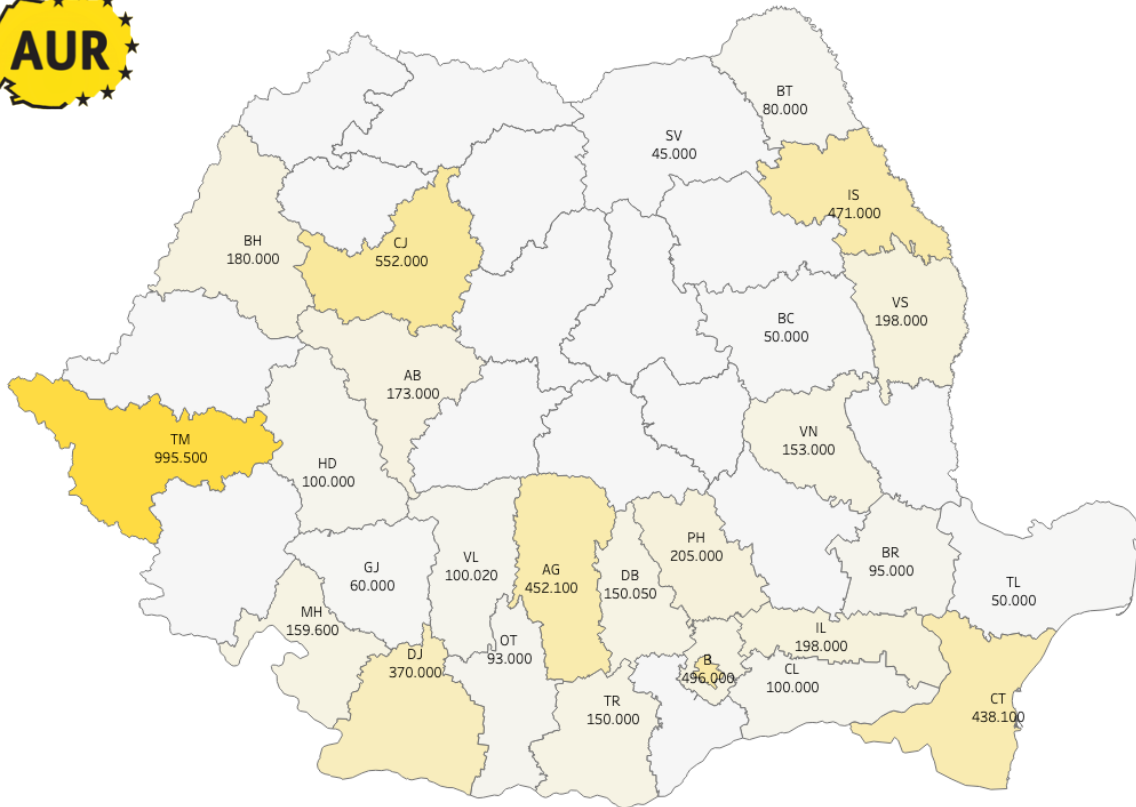
USR a raportat cel mai mult la Maramureș – 298 mii lei și Argeș – 260 mii lei. Nu a raportat niciun ban în mai multe județe din sud, județele din centru, Iași sau Vaslui. În total a raportat bani din 26 de județe, București (8000 de lei) și din diaspora.

SOS România a declarat cel mai mult în Suceava (368 mii lei) și la Arad (198 mii lei).

În total a raportat contribuții din 20 de județe. În total, a declarat în 19 județe și București.



Finanțarea campaniilor electorale pentru alegerile parlamentare și prezidențiale (I)



Contribuții pe tipuri de candidaturi

Din total, 63% din fonduri au fost declarate pentru Camera Deputaților. Deși la nivelul partidelor pot exista diferențe procentuale, în cazul partidelor care au adus cei mai mulți bani proporția se păstrează.

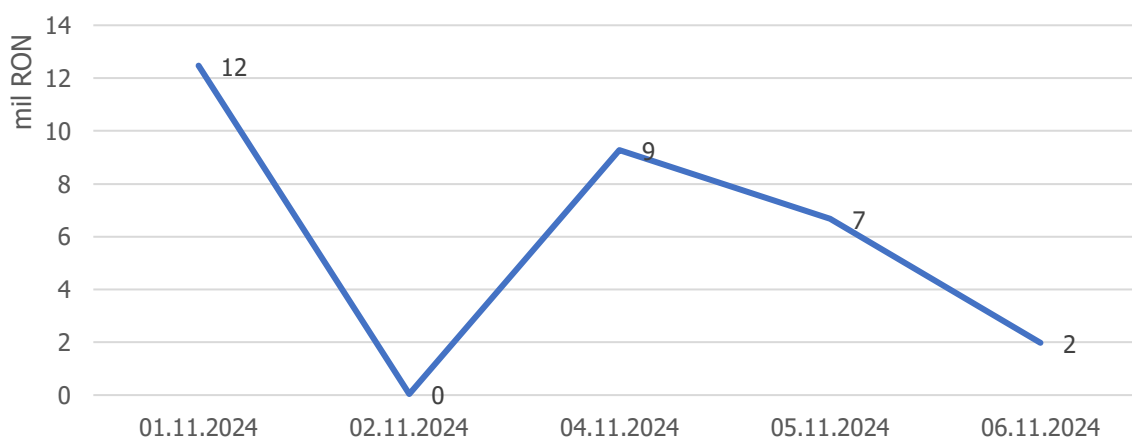
Procent contribuții / partid, primele 10 competitori

	Deputat	% CDEP	Senator	% S	Total
PSD	18.934.814	62,20%	11.506.500	37,80%	30.441.314
PNL	12.857.997	62,99%	7.555.000	37,01%	20.412.997
AUR	4.006.050	62,97%	2.355.520	37,03%	6.361.570
USR	1.932.999	59,11%	1.336.998	40,89%	3.269.997
FD	2.034.500	81,14%	472.950	18,86%	2.507.450
UDMR	926.000	75,13%	306.500	24,87%	1.232.500
SOS RO	791.000	66,05%	406.500	33,95%	1.197.500
PRA	701.060	60,75%	452.910	39,25%	1.153.970
independent	539.500	98,87%	6.185	1,13%	545.685
REPER	362.400	77,78%	103.500	22,22%	465.900

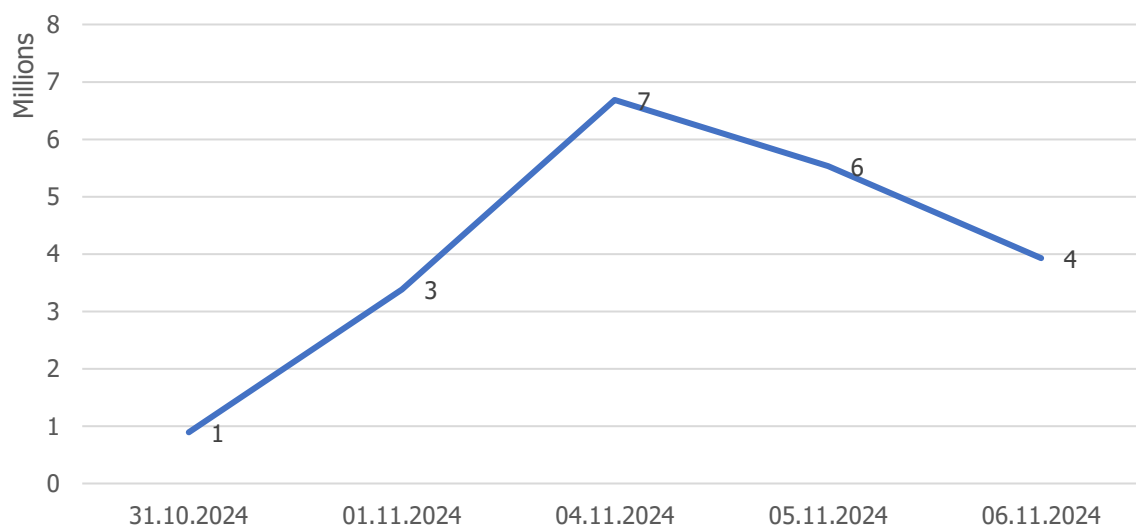
Perioada când au declarate contribuțiile

Ca și cronologie a raportărilor de fonduri, putem observa că la PSD a existat un flux mare de contribuții declarate în primele zile, urmând ca apoi să fluctueze. La PNL contribuțiile au fost declarate crescător.

Cronologie declarare contribuție PSD



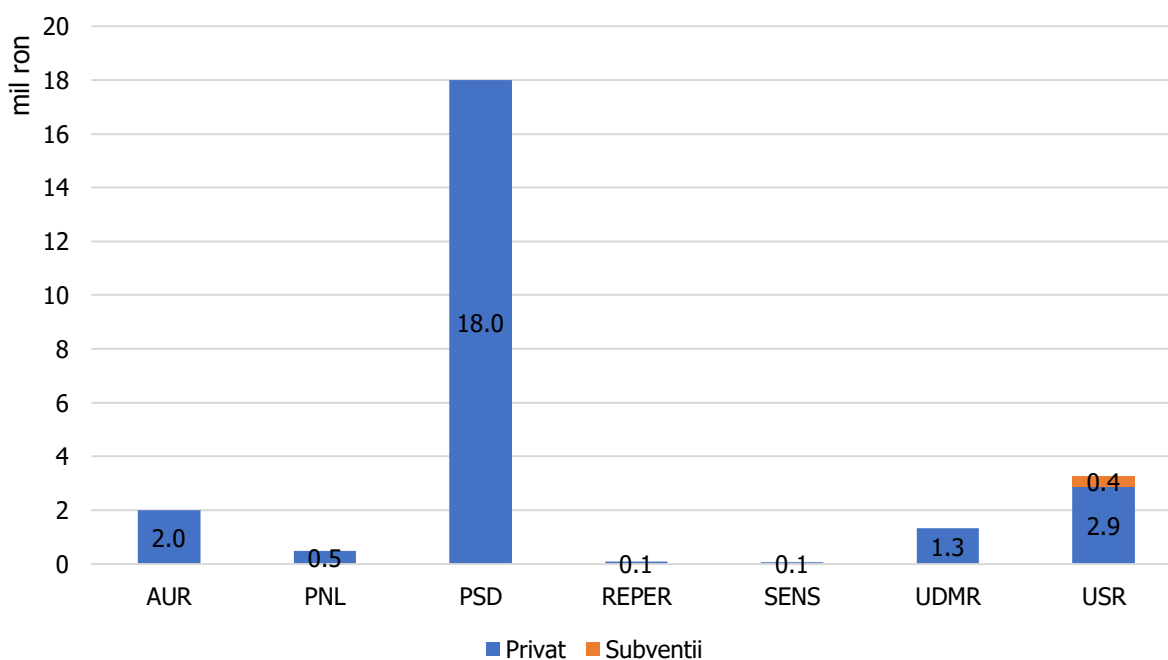
Cronologie declarare contributie PNL



Transferuri ale partidelor politice

Suplimentar față de contribuțiile candidaților, șapte partide au transferat **25 de milioane de lei în campanie la nivel central**, iar din aceștia 3,7 milioane de lei au fost transferați la nivelul circumscripțiilor. Din această sumă 18 milioane provin de la PSD, 2,8 de la USR, 2 de la AUR, 1,3 de la UDMR, iar 0,5 milioane de lei de la PNL. Majoritatea banilor provin din fonduri private și doar 0,3 milioane de lei au fost declarate de către USR din subvenții.

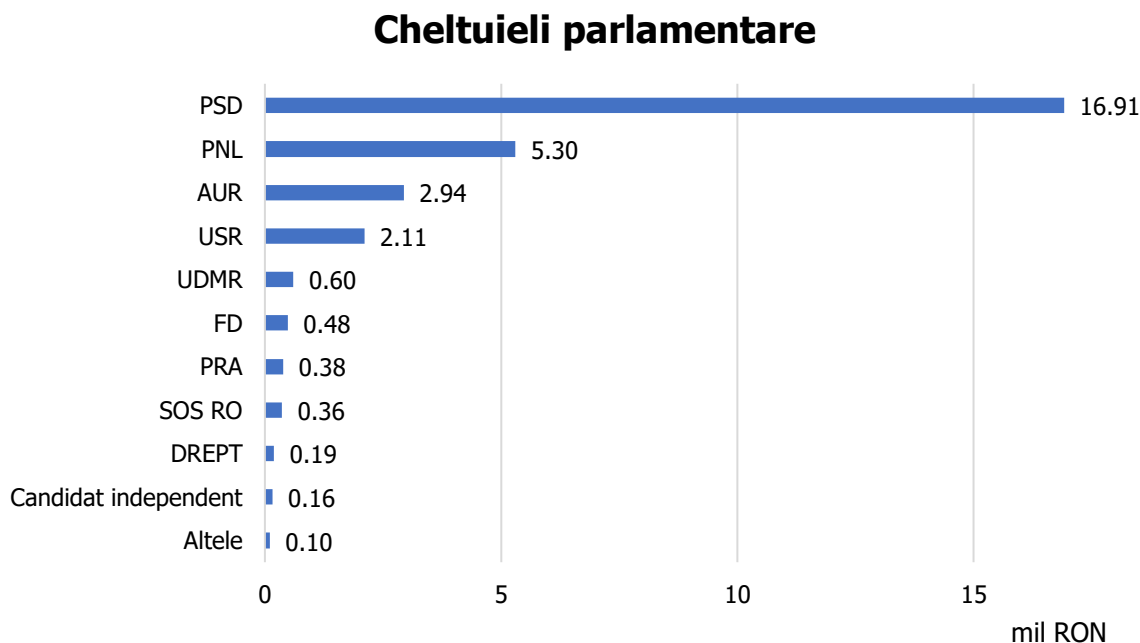
Transferuri partide



Sursa veniturilor nu este detaliată decât la o parte din partide. UDMR a adus banii din donații, REPER dintr-un împrumut de la persoane fizice, iar PNL din cotizații, donații, împrumuturi. Restul menționează doar finanțare privată, care poate fi diversă, conform legii. Având în vedere că vorbim de fonduri colectate în afara campaniei, este dificil să realizăm un traseu exact la sursei fondurilor. În cazul unor partide este și imposibil. Dacă partidele sunt obligate să raporteze sursa veniturilor anual (până la finalul lunii aprilie), nu sunt obligate să raporteze și pe parcursul anului, deci nu avem o imagine la zi. De asemenea, rapoartele sunt foarte diferite – dacă la PNL sau AUR avem informații despre fiecare donator, cotizant sau persoană care a împrumutat partidul, la PSD sau USR nu avem aceste informații detaliate, ceea ce reduce transparența procesului. Astfel, **la alegerile din 2024 PSD a declarat zeci de milioane de lei din fonduri private care se rambursează, fără ca publicul să știe de fapt originea acestor bani** (doar AEP are acces la informații).

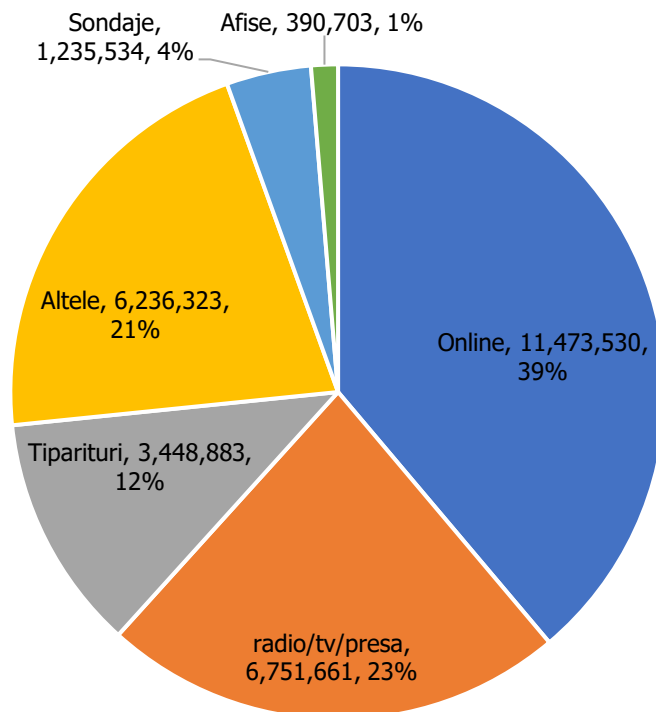
I.2. Cheltuielile la alegerile parlamentare

Competitorii electorali au cheltuit până pe **7 noiembrie 29,5 de milioane de lei**. PSD a cheltuit 16,0 mil lei, PNL 5,3 mil lei, AUR 2,1 mil lei, USR 2,1, iar UDMR 600 mii lei.



Din cheltuielile realizate până acum de partide, 39% din bani au mers pe online, 23% pe propagandă în mass media și în presa scrisă, 12% pe tipărituri, 4% pe sondaje și 1% pe afișe. 21% din bani au fost cheltuiți pe alte servicii⁶, inclusiv vestimentație.

% cheltuieli totale parlamentare



Unele dintre firmele care au primit cei mai mulți bani au legături cu partidele, fiind deținute chiar de membri de partid sau persoane care au împrumutat partide la un moment dat. Având în vedere că cheltuielile partidelor care primesc mai mult de 3% din voturi se rambursează de la bugetul de stat, **finanțarea campaniei devine o formă de susținere a firmelor de partid sau de recompensare a unor persoane care finanțează partidele la nevoie.**

La nivel de partid, **PSD** a cheltuit 5,5 milioane de lei pentru servicii de promovare online, din care 4,5 milioane de lei de la nivel central. Alte 6,5 mil au fost cheltuite pentru propagandă în mass media. PSD a cheltuit 3,3 milioane de lei pentru vestimentație destinată voluntarilor.

⁶ Categoria altele include: Cheltuieli aferente serviciilor de telefonie și internet, cheltuieli de transport și cazare ale candidaților, cheltuieli de hrană, cazare și transport ale voluntarilor și ale membrilor partidului politic, cheltuieli pentru închirierea de spații și echipamente, cheltuieli pentru vestimentația voluntarilor și a membrilor partidului politic inscripționată cu denumirea sau numele competitorului electoral, cheltuieli de protocol partidului politic inscripționată cu denumirea sau numele competitorului electoral, cheltuieli de protocol destinate organizării de reuniuni electorale, cheltuieli pentru asistență juridică și alte tipuri de consultanță, precum și pentru plata serviciilor mandatarilor financiari

- Contractul pentru vestimentație a ajuns la Dinamic Prodcom SRL, societate deținută de primarul PSD al comunei Crâmpoia din Olt din 2010⁷.
- 5,3 milioane pentru propagandă TV reprezintă contracte încheiate de sediul central cu Concept Media Management SRL. Firma este deținută de Vlanga Brândușa Andreea⁸, care a împrumutat Pro România în 2020 cu 400.000 de lei. Celălalt asociat, Scriciu Ciprian Gabriel, a împrumutat Pro România cu aceeași sumă în 2019⁹.
- Pentru online a plătit către Vertigo Events SRL (2,9 milioane de lei) și Stative Media (1,5 mil lei). Vertigo Events SRL este înființată în 2015, este deținută de Gabriel Radu Constantinescu, iar anul trecut avea 2 angajați. Între 2020 și 2023 acționar a fost și Batog Bujenita Cezar, care a împrumutat PSD în 2020 cu 445.000¹⁰. Marcel Ciolacu a confirmat despre Vertigo events că "este una dintre cele două agenții care intermediază contractele PSD cu site-urile de unde se obțin "feed-back-uri" despre inițiativele partidului."¹¹
- Stative Media este deținută de Mihai Doinita. Firma, administrativă de Cristian Mihai s-a numit Twenty Media și a avut o relație contractuală mai îndelungată cu PSD¹². Compania ar fi fost legată de paginile Politice.net și Litere.net, legături pe care administratorul le-a negat¹³. EFOR a scris în 2023, într-o analiză despre cheltuielile realizate prin Facebook Ads: *Printre cei mai activi promotori de reclame politice se numără și o serie de publicații cum ar fi Ziarul Puterea, Newsweek România, Guvernare.net, Politice.net sau Litere.net. Ultimele trei promovează mai degrabă conținut scris de alte publicații, ceea ce poate indica faptul că pot prelua anumite teme politice la comanda unor partide. Litere.net și Politice.net sunt deținute de Stative Media, care a avut contracte cu PSD¹⁴. În cazul Litere.net doar o treime din linkurile promovate au legătură cu site-ul, restul trimițând la pagini precum stiripesurse.ro, g4media.ro sau libertatea.ro.*¹⁵

Din cele 5 milioane de lei cheltuite, **PNL** a alocat 30% pentru online (1,6 mil. lei), 25% pentru tipărituri (1,3 mil. lei) și 37% pentru categoria altele (2 milioane de lei). În categoria *altele* intră și vestimentație pentru voluntari, însă nu este clar cât reprezintă din total. Deși nu este clar, posibil ca 402 mii de lei să fi ajuns la Impact Shop Tedsv SRL din Botoșani cu acest scop. De asemenea, la Gorj un contract de 321 de mii de lei a fost semnat cu ProKevin Tex SRL în acest sens. Spre deosebire de PSD, PNL a

⁷<http://www.primariacrimpoia.ro/portal-administratie-publica/crimpoia/primaria-crimpoia/conducere/primar>

⁸ <https://db.banipartide.ro/-/search?q=Vlanga+>

⁹ <https://db.banipartide.ro/-/search?q=Scriciu+Ciprian+Gabriel%09>

¹⁰ <https://db.banipartide.ro/-/search?q=batog>

¹¹ <https://www.g4media.ro/exclusiv-filiera-buzau-persoane-cheie-din-doua-societati-care-au-contracte-secretizate-cu-psd-pentru-servicii-de-presa-si-propaganda-provin-din-buzau-fieful-lui-marcel-ciolacu-cifra-de-afaceri-a-un.html>

¹² <https://pressone.ro/publicitatea-politica-pe-facebook-in-pandemie-cine-a-platit-si-in-favoarea-cui>

¹³ <https://pressone.ro/publicitatea-politica-pe-facebook-in-pandemie-cine-a-platit-si-in-favoarea-cui>

¹⁴ <https://pressone.ro/reteaua-9x9-cum-ne-manipuleaza-baietii-destepti-ai-internetului-cu-bani-de-la-partid>

¹⁵ <https://expertforum.ro/wp-content/uploads/2024/01/PB-163-pubpolonline.pdf>

cheltuit substanțial mai puțin de la nivel central, iar mare parte a cheltuielilor s-a realizat în circumscripție.

AUR a plătit 2,9 milioane de lei. Pentru tipărituri a semnat contracte cu DGI Multimedia Design SRL în valoare de 859 mii lei. Firma este deținută de Doina Grosu și este una dintre societățile cu care AUR a lucrat frecvent. De asemenea, firma a înregistrat numeroase pagini web care promovează activitatea AUR.¹⁶

Patru firme au primit 2 milioane de lei pentru servicii de promovare online: Exit Reality SRL (197 mii lei), Modern Art Design SRL (894 mii lei), Portofolio Fusion SRL (297 mii lei) și Times Digital Media SRL (688 mii lei).

- Modern Art Design a primit cel mai mult, 894 de mii lei. Firma este deținută de Haifawi Fadi, este înființată în 2020 și nu are niciun angajat declarat de atunci.
- Times Digital Media SRL și Timpul Info Magazin SRL au sediul în aceeași clădire, în Tunari. Timpul Info Magazin este deținută de Lilia Moraru. La aceeași adresă se regăsește și Great Mods 69 Design SRL, deținută tot de Lilia Moraru, la care George Simion declara că este acționar în 2019¹⁷. Times Digital Media Srl este deținută de Silviu Tănase, fiind înregistrată în 2024. Tănase a fost asociat unic la Timpul Digital Media până în 2023 când a pasat firma. Silviu Tănase este afiliat AUR¹⁸ și scrie la publicația din Republica Moldova timpul.md¹⁹, care este deținută de Timpul Info-Magazin S.R.L. din Chișinău²⁰.
- Cuvântul Creative Media SRL este deținută de Alexandra Tănase și a fost înregistrată la 29 Aprilie 2024.
- Portofolio Fusion este o firmă înființată în 2024, deținută de Mariana Bucur.

USR a cheltuit 1,2 milioane pe online (60%), suma fiind distribuită între 12 firme. Câte 350 mii de lei au fost alocați pe sondaje și tipărituri.

IV. Alegerile prezidențiale

II.1. Prezidențiale - venituri

Contribuții ale candidaților

Contribuțiile candidaților sunt mai degrabă reduse – **2,3 milioane de lei**, iar majoritatea campaniei s-a finanțat din transferuri ale partidelor. Din candidații independenți Mircea Geoană a declarat 1,6 milioane de lei (24,000 lei donație, 1,5 mil. lei împrumut și 120 mii lei venituri proprii), Cristian Diaconescu 375 mii de lei (exclusiv împrumut), iar Ana Birchall 200 de mii de lei (venituri proprii).

¹⁶ <https://context.ro/reteaua-minciunilor-de-aur-zeci-de-site-uri-si-conturi-de-facebook-umflate-cu-bani-ca-sa-amplifice-propaganda-si-conspiratiile/>

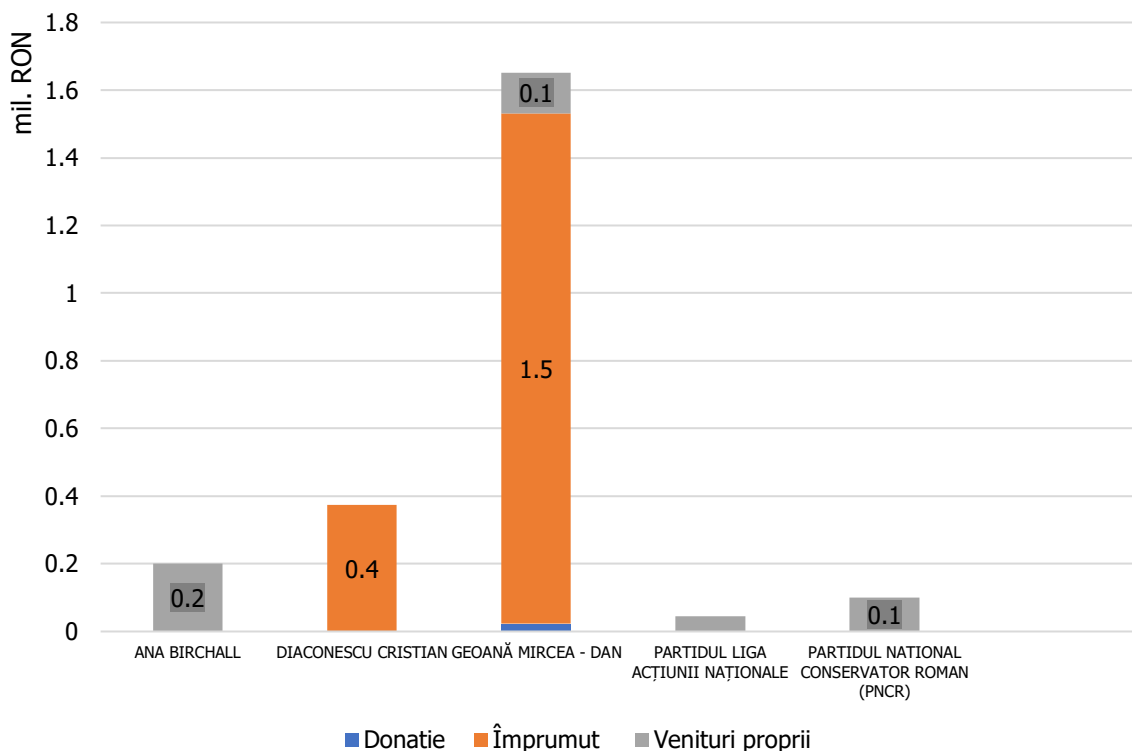
¹⁷ <https://spotmedia.ro/stiri/social/cine-sunt-ce-pregatire-au-si-cum-castiga-bani-liderii-aur-cel-mai-nou-partid-parlamentar-din-romania>

¹⁸ <https://60m.ro/silviu-tanase-aur-marcel-ciolacu-sa-fie-clar-romania-nu-este-mosia-ta-personala-iar-bugetul-de-stat-nu-este-bugetul-tau/>

¹⁹ <https://www.facebook.com/silviu.tanase/>, <https://timpul.md/articol/autori/silviu-tanase>

²⁰ <https://www.data2b.md/en/companies/1003600034487/publicatia-periodica-timpul-info-magazin-srl>

Contribuții prezidențiale

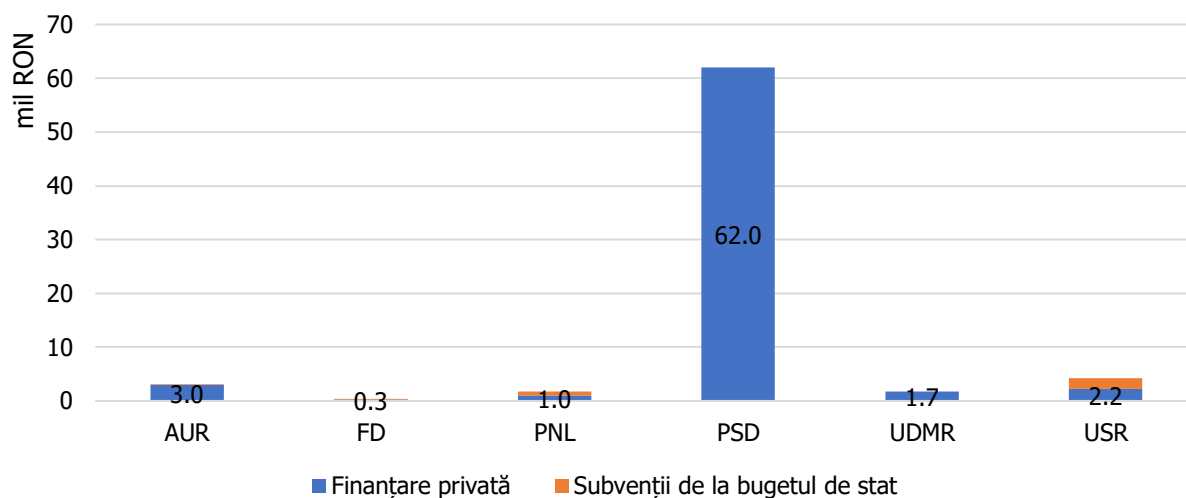


Transferuri ale partidelor

Din transferuri partidele au declarat 73 de milioane de lei până pe 7.11.2024. Cel mai mult a declarat PSD, adică 62 de milioane de lei, doar din surse private. De altfel, PSD declarase 50 de milioane de lei din primele zile de campanie. PNL a declarat 1,7 milioane de lei, din care 750 mii lei subvenții. AUR a declarat 3 milioane de lei, din care doar 5 mii de lei subvenții. Din 4,2 milioane de lei declarate de USR, 2 milioane reprezintă subvenții. UDMR a declarat exclusiv fonduri private - 1,7 milioane de lei (donații). Forța Dreptei a declarat 345 mii de lei, din care 60 de mii de lei subvenții. Observăm că subvențiile reprezintă sub 4% din fondurile declarate în campanie. Cu toate acestea, este posibil ca partidele politice să transfere mai aproape de data votării fonduri suplimentare, cum s-a întâmplat de regulă și la campaniile trecute.

Partid	Finanțare privată	% din total partid	Subvenții	% din total partid	Total
AUR	3.000.000	99,83%	5.000	0,17%	3.005.000
FD	285.000	82,61%	60.000	17,39%	345.000
PNL	1.000.000	57,14%	750.000	42,86%	1.750.000
PSD	62.000.000	100%			62.000.000
UDMR	1.700.000	100%			1.700.000
USR	2.197.000	52,35%	2.000.000	47,65%	4.197.000

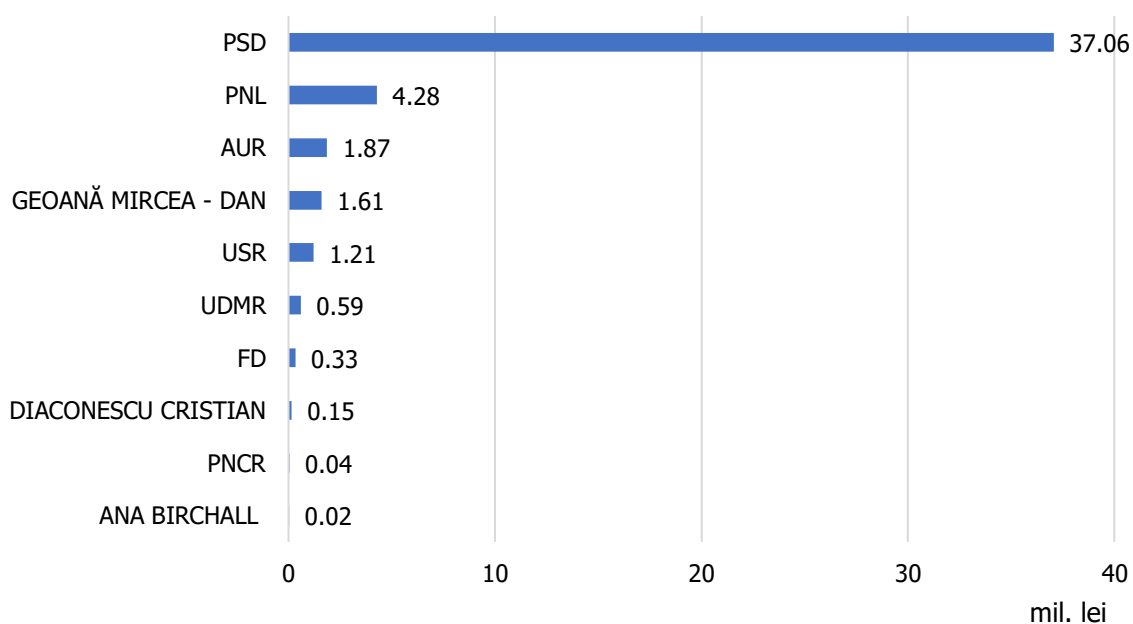
Transferuri partide prezidențiale



II.2. Prezidențiale - cheltuieli

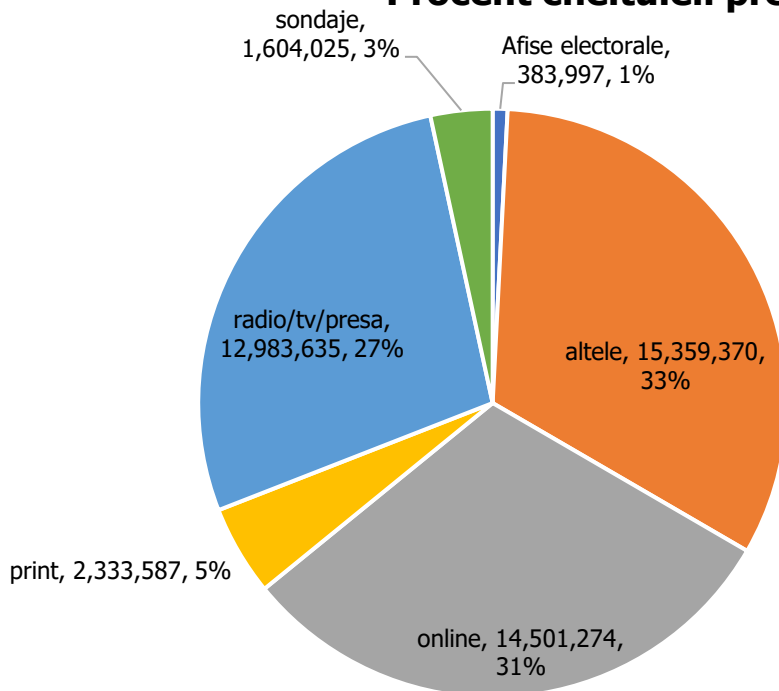
În total, competitorii au cheltuit **47 de milioane de lei**, din care PSD a înregistrat facturi de 37 de mil. lei, PNL 4,2 milioane de lei, AUR 1,87 mil. lei, Mircea Geoană de 1,61 mil lei, iar USR de 1,2 mil lei. Restul au cheltuit în total 1, 1mil lei.

Cheltuieli prezidențiale



Pe categorii, **cel mai mult s-a cheltuit pentru servicii diverse, incluzând și vestimentație (33%), online (31%), radio/presă/tv (27%)**. Pentru tipărituri s-a cheltuit 5%.

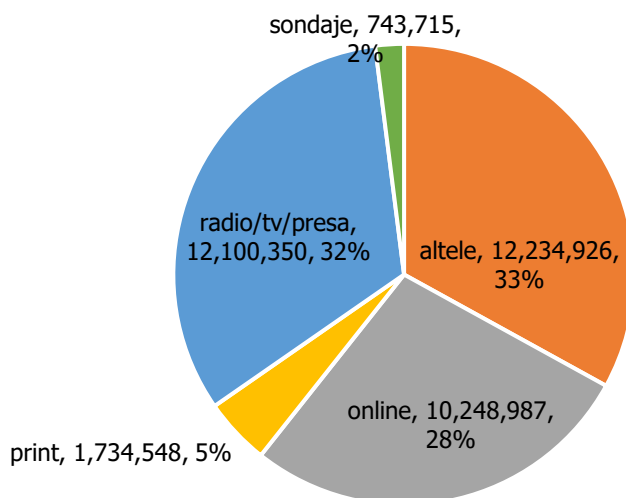
Procent cheltuieli prezidențiale, total



La **PSD** aproape 33% din bani s-au cheltuit pe propagandă în mass media (12 mil. lei), iar 27% pe online (10 mil. lei). Social democrații au cheltuit 11 milioane de lei pentru vestimentație. Pentru propagandă TV partidul a plătit 10 milioane de lei către Concept Media Management SRL. Vertigo Events SRL a primit 829 mii lei pentru propagandă în mass media și online. Pentru tipărituri a plătit 1,2 milioane de lei din 1,7 către Poșta Română. Stative Media a primit 2,7 milioane de lei pentru campanii online. Social democrații au dat 11 milioane de lei către Dinamic Prodcum SRL pentru vestimentație.



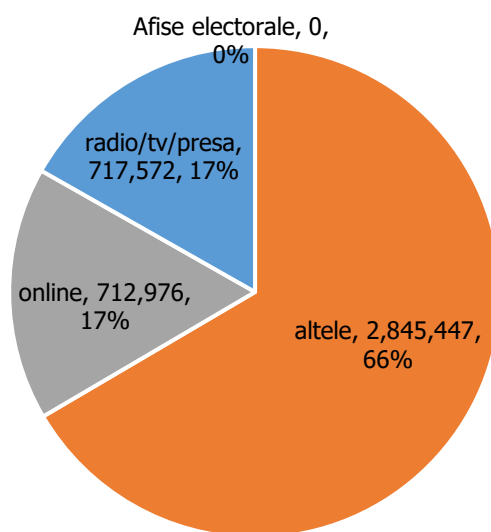
Cheltuieli PSD



PNL a cheltuit câte 700 de mii de lei pentru online și propagandă în mass media. Pentru cea de-a doua categorie banii s-au cheltuit între Antena 3 SA, B1TV CHANNEL SRL și Campus Media TV SRL.

PNL a cheltuit 1 milion de lei din subvenții către Kensington Communications SRL (probabil pentru consultanță), deținută de Răzvan Săndulescu și Cătălin Dumitru. Aceasta este una dintre firmele care a lucrat constant cu PNL și a primit bani din subvenții. Încă 1,2 milioane de lei din subvenții au mers către Stage Expert SRL, cu care PNL a lucrat în trecut pentru organizarea de evenimente²¹.

Cheltuieli PNL

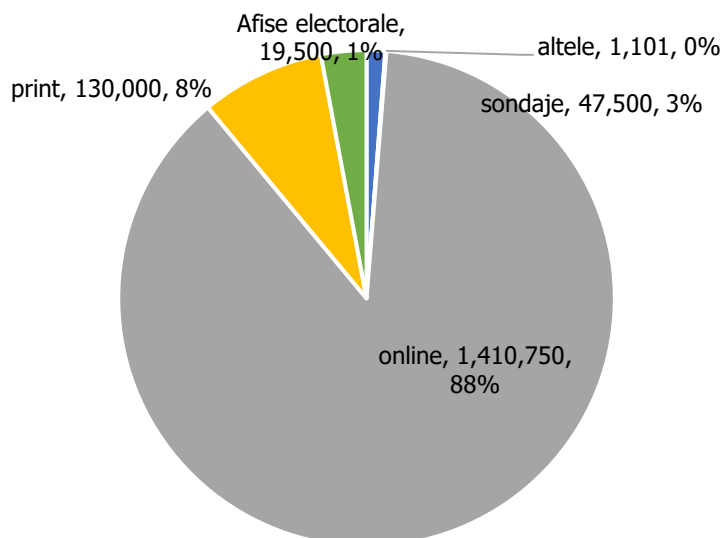


Mircea Geoană a plătit 1,4 milioane de lei (87,69%) pentru campania online, către TV Buzău Trust Campus SRL. Firma este deținută de Mocanu Antonel, vicepreședintele FC Gloria Buzău. Societatea deține mai multe structuri media, incluzând Campus Tv, Radio Campus sau Viața Buzoiană. În 2023 figura ca împuternicit Pro România Buzău²². Alți 130 mii de lei (8%) au mers către Alvi Print SRL, pentru tipărituri.

²¹ <https://romania.europalibera.org/a/sondajele-consultan%C8%9Bii-partide-milioane-de-dolari-31933427.html>

²² https://primariermsarat.ro/primarie_ramnicusarat/sites/default/files/inline-files/P11_2.pdf

GEOANĂ MIRCEA - DAN



AUR a cheltuit 65% din bani pe campanii online (1,2 milioane de lei), pentru care a încheiat contracte cu trei dintre firmele cu care lucrează la parlamentare, la care se adaugă Follow Digital Solutions SRL.

Aproape un sfert din bani – 493 mii lei – au mers la tipărituri și afișe, către DGI Multimedia Design SRL.

USR a plătit relativ puțin pe materiale electorale. Din totalul de 1,2 milioane de lei 812 mii de lei au fost alocați pentru sondaje (Atlasul Social SRL, Baobab Studio SRL și Insights Boutique SRL). Aproximativ câte 160 de lei au fost alocați pentru online și tipărituri.

Forța Dreptei a plătit doar pentru online, 330.000 lei, către Digidev Innotech SRL. Firma este deținută de Istratoae Irinel Catalin (Președinte Interimar Municipal Tineret Forța Dreptei Constanța) și Stoica Ionuț (președintele Organizației de Tineret Constanța a Forța Dreptei și vicepreședinte național în cadrul BPN Tineret, candidat la europarlamentare²³).

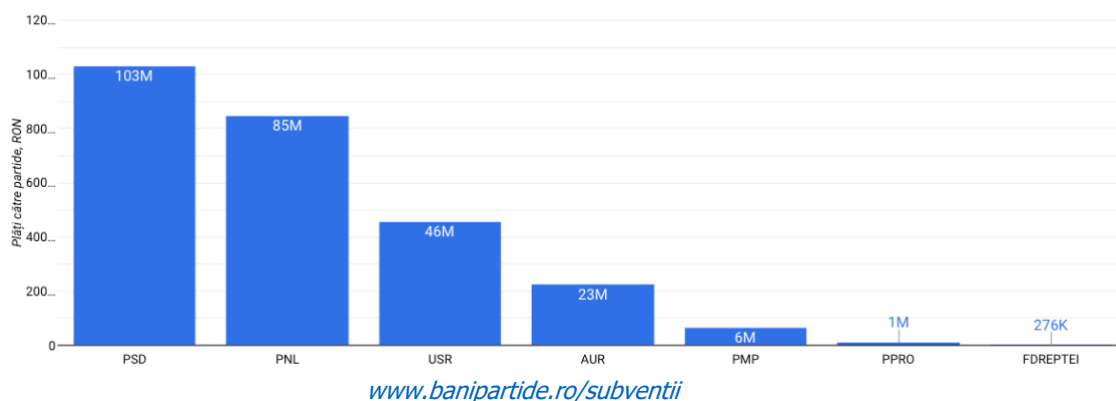
V. Subvenții

Până în luna octombrie²⁴ partidele au primit 264 de milioane de lei din totalul de 387 de milioane de lei. Amintim că în septembrie Guvernul a alocat arbitrar în 73 de milioane de lei pentru subvenții deși inițial nota de fundamentare menționa că partidele au înregistrat economii. PSD a primit până acum 103 de milioane de lei, PNL 85 de milioane de lei, USR 46 mil lei și AUR 23 mil. lei.

²³ https://europarlamentare2024.bec.ro/wp-content/uploads/2024/04/Stoica_Ionuț_DI.pdf

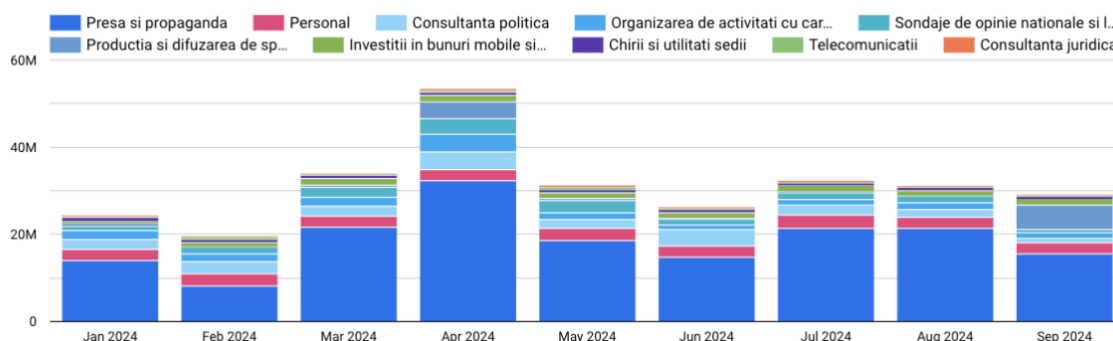
²⁴ Alocările pentru luna noiembrie nu au fost publicate până la momentul lansării acestui raport.

Finanțarea campaniilor electorale pentru alegerile parlamentare și prezidențiale (I)

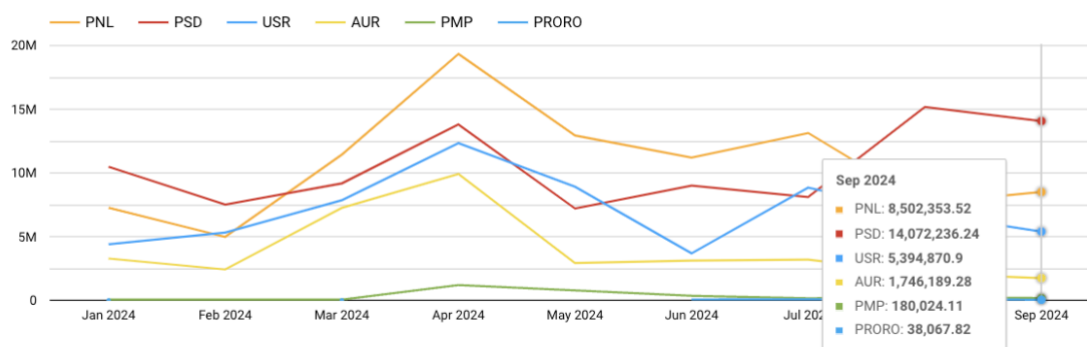


Partidele au transferat până acum relativ puțin din subvenții pentru cele două campanii, iar PSD a ajuns la prezidențiale aproape de limita superioară a veniturilor și cheltuielilor. Astfel, se pune întrebarea la ce a fost necesară suplimentarea din septembrie cu 73 de milioane dacă partidele nu folosesc banii în campanie. Există mai multe ipoteze: fie vor folosi o parte din bani pentru promovarea partidului (în afara campaniei, dar în paralel cu aceasta), îi vor păstra pentru la anul sau vor transfera parțial bani în campanie. Oricum, PNL și PSD vor rămâne cu cele mai mari economii din subvenții. **Reamintim că EFOR a solicitat de numeroase ori ca subvențiile să fie cheltuite în anul curent, similar regulii generale pentru alte entități finanțate din bani publici în România.**

Cele mai mari cheltuieli s-au făcut în 2024 în luna aprilie, înainte de alegerile locale și europarlamentare (56 mil lei) și martie (35 mil lei). În iulie și august s-au cheltuit 33, respectiv 32 de milioane de lei. Partidele politice pot cheltui aceste fonduri pentru funcționarea partidului, pentru promovare (presă și propagandă, activități politice etc) sau pot transfera banii în campanie. Deși nu avem acces la date detaliate, considerăm că o parte din banii din categoria presă și propagandă au fost folosiți pentru campania outdoor desfășurată înainte de începerea campaniei electorale, moment după care utilizarea acestor materiale nu mai este permisă. Nu există rapoartări specifice pentru aceste materiale și nici nu trebuie marcate cu datele care se folosesc în timpul campaniei.



Finanțarea campaniilor electorale pentru alegerile parlamentare și prezidențiale (I)

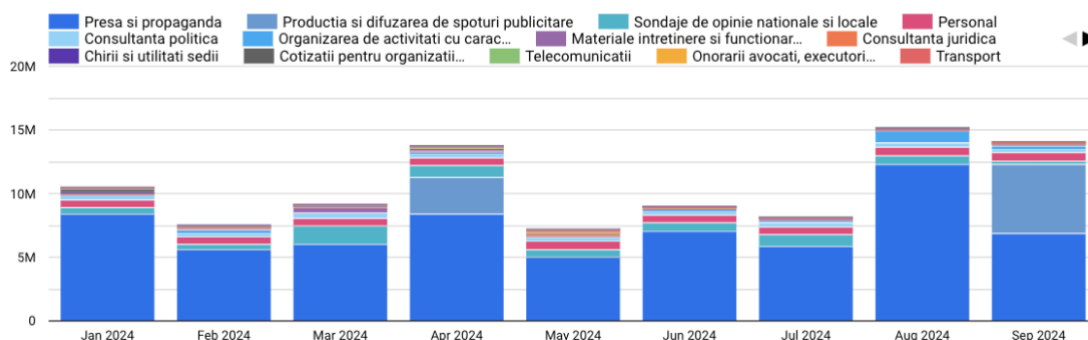


Sursa: <https://www.banipartide.ro/subventii>

Între ianuarie și septembrie **PSD** a folosit 71% din bani (61 de milioane) pentru presă și propagandă. PSD a plătit alte 6 milioane pentru sondaje și 8 milioane de lei pentru producția spoturi publicitare. Doar în august social democrații au cheltuit 12 milioane de lei, record absolut. În septembrie au cheltuit ½ din bani, adică 6,8 milioane pentru presă și propagandă. În plus, a folosit 5,3 milioane pentru producția de spoturi publicitare și 280 de mii de lei pentru activități cu caracter politic.



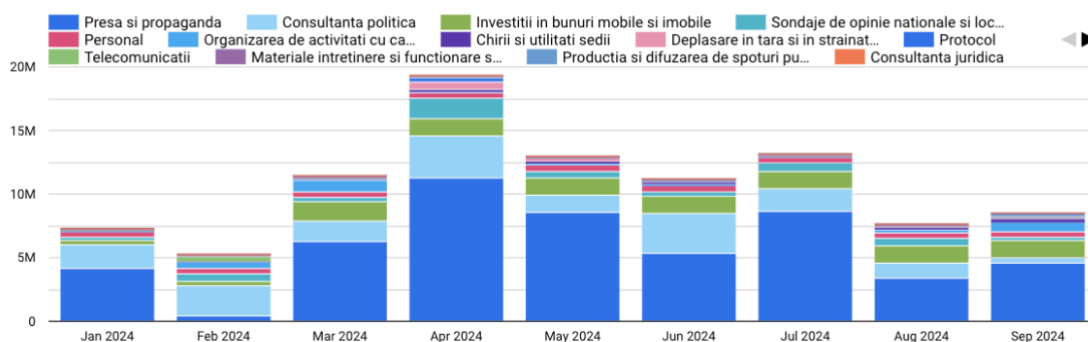
PSD



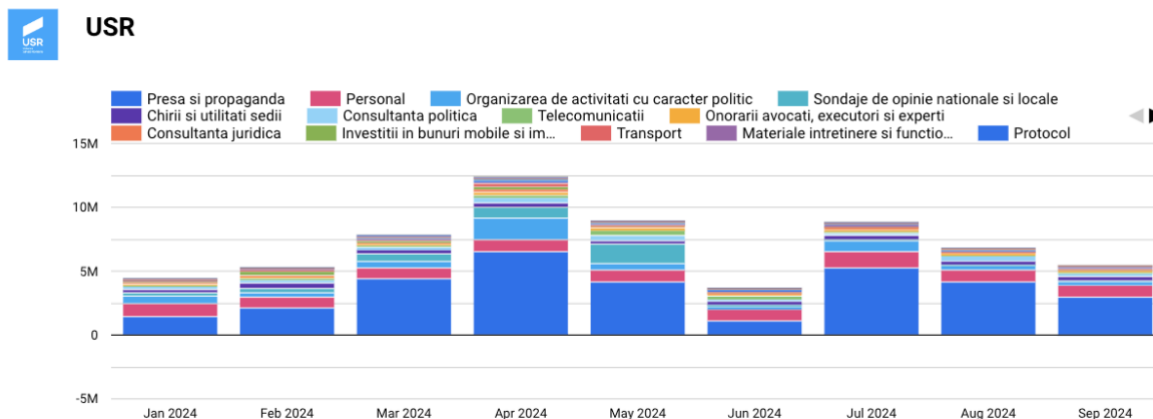
Între ianuarie și septembrie **PNL** a folosit 55% din bani (52 de milioane) pentru presă și propagandă, 17 milioane de lei pentru consultanță politică și 5 milioane de lei pentru sondaje. În septembrie 4,5 milioane de lei au mers către presă și propagandă, 707 mii lei pentru activități politice și 435 mii de lei pentru consultanță politică. 1,3 milioane de lei au avut ca destinație achiziționarea sediului de partid.



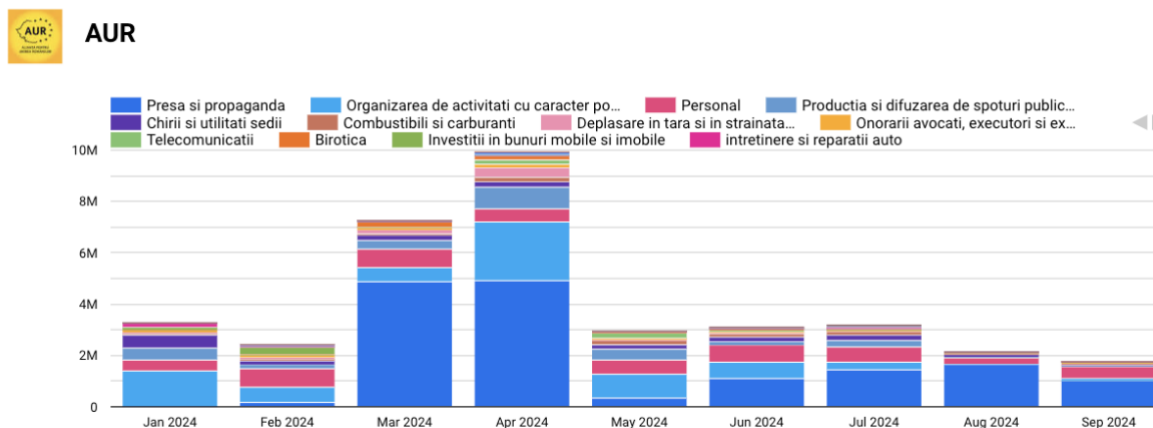
PNL



Între ianuarie și septembrie **USR** a folosit 54% din bani (32 de milioane) pentru presă și propagandă, 3,8 mil. lei pentru sondaje și 5,3 pentru activități politice. În septembrie 67% din bani (3 mil lei) au fost cheltuit pentru presă și propagandă. USR a mai cheltuit 293 de mii pentru activități politice și 252 mii lei pentru consultanță.



Între ianuarie și septembrie **AUR** a folosit aproape 1/2 din bani (15 de milioane) pentru presă și propagandă, 6,8 milioane de lei pentru activități politice, respectiv 2,8 milioane pentru producția și difuzarea de spoturi publicitare. În septembrie partidul a cheltuit 1 milion de lei (60%) pentru presă și propagandă și 101 mii lei pentru activități politice. Proportional, în septembrie, AUR a cheltuit pentru personal, aproape o treime din bani (454 mii lei) .





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