

Ghidul privind etichetarea materialelor publicitare politice/materialelor de propagandă electorală

Acte normative incidente organizării și desfășurării alegerilor pentru Președintele României din anul 2025

- Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 1/2025 privind unele măsuri pentru organizarea și desfășurarea alegerilor pentru Președintele României din anul 2025 și alegerilor locale parțiale din anul 2025
- Legea nr. 370/2004 pentru alegerea Președintelui României
- Legea nr. 334/2006 privind finanțarea activității partidelor politice și a campaniilor electorale
- Legea 14/2003 a partidelor politice
- Hotărârea Guvernului nr. 10/2016 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a Legii nr. 334/2006 privind finanțarea activității partidelor politice și a campaniilor electorale
- Hotărârea Autorității Electorale Permanente nr. 9/2025 privind modul de promovare, distribuire, publicare sau editare a materialelor publicitare politice utilizate în campania electorală la alegerile pentru Președintele României din anul 2025
- Hotărârea Autorității Electorale Permanente nr. 11/2025 privind aprobarea Ghidului finanțării campaniei electorale la alegerile pentru Președintele României din anul 2025
- Art. 2 și 3 din Regulamentul 2024/900 al Parlamentului European și al Consiliului din 13 martie 2024 privind transparența și vizarea unui public-țintă în publicitatea politică.

În campania electorală, candidații, partidele politice, alianțele politice, alianțele electorale, organizațiile cetățenilor aparținând minorităților naționale, precum și cetățenii cu drept de vot au dreptul să își exprime opiniile în mod liber și fără nicio discriminare, prin mitinguri, adunări, comunicare directă cu alegătorii, utilizare a televiziunii, a radioului, a presei scrise, a mijloacelor electronice și a celorlalte mijloace de informare în masă, cu respectarea prevederilor legale.

Potrivit art. 16 alin. 1 din Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 1/2025 privind unele măsuri pentru organizarea și desfășurarea alegerilor pentru Președintele României din anul 2025 și alegerilor locale parțiale din anul 2025 *la alegerile pentru Președintele României din anul 2025, definițiile prevăzute de art. 3 din Regulamentul (UE) 2024/900 al Parlamentului European și al Consiliului din 13 martie 2024 privind transparența și vizarea unui public-țintă în publicitatea politică se aplică în mod corespunzător.*

Art. 3 din Regulamentul (UE)2024/900 al Parlamentului European și al Consiliului din 13 martie 2024 privind transparența și vizarea unui public-țintă în publicitatea politică, definește următorii termeni, astfel:

– „**publicitate politică**” înseamnă pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea, distribuirea sau difuzarea, prin orice mijloace, a unui mesaj, în mod normal în schimbul unei remunerații sau prin activități interne sau ca parte a unei campanii de publicitate politică:

(a) de către un actor politic, pentru acesta sau în numele lui, cu excepția cazului în care mesajul este de natură pur privată sau pur comercială; sau

(b) care este de natură și este conceput să influențeze rezultatul unor alegeri sau al unui referendum, un comportament de vot sau un proces legislativ sau de reglementare, la nivelul Uniunii, la nivel național, regional sau local;

și care nu include:

(i) mesajele care provin din surse oficiale ale statelor membre sau ale Uniunii strict limitate la organizarea alegerilor sau a referendumurilor și modalitățile de participare la acestea, inclusiv anunțarea candidaturilor sau întrebarea adresată în cadrul referendumului, sau pentru promovarea participării la alegeri sau referendumuri;

(ii) comunicarea publică al cărei scop constă în furnizarea de informații oficiale publicului de către, pentru sau în numele oricărei autorități publice a unui stat membru sau de către, pentru sau în numele Uniunii, inclusiv de către, pentru sau în numele membrilor guvernului unui stat membru, cu condiția să nu fie de natură și să nu fie concepută să influențeze rezultatul unor alegeri sau al unui referendum, comportamentul de vot sau un proces legislativ ori de reglementare; și

(iii) prezentarea candidaților în spații publice specificate sau în mass-media care sunt prevăzute în mod explicit de lege și alocate cu titlu gratuit, asigurând egalitatea de tratament a candidaților;

3. „**material publicitar politic**” înseamnă un caz de publicitate politică publicată, distribuită sau difuzată prin orice mijloace;

4. „**actor politic**” înseamnă oricare dintre următoarele:

- (a) un partid politic în sensul definiției de la articolul 2 punctul 1 din Regulamentul (UE, Euratom) nr. 1141/2014 sau o entitate legată direct sau indirect de sfera de activitate a unui astfel de partid politic;
- (b) o alianță politică în sensul definiției de la articolul 2 punctul 2 din Regulamentul (UE, Euratom) nr. 1141/2014;
- (c) un partid politic european în sensul definiției de la articolul 2 punctul 3 din Regulamentul (UE, Euratom) nr. 1141/2014;
- (d) un candidat la orice mandat electiv sau deținătorul unui mandat electiv, de la nivelul Uniunii sau de la nivel național, regional și local sau la oricare dintre funcțiile de conducere din cadrul unui partid politic;
- (e) un membru din cadrul instituțiilor Uniunii, cu excepția Curții de Justiție a Uniunii Europene, a Băncii Centrale Europene și a Curții de Conturi, sau din cadrul administrației unui stat membru de la nivel național, regional sau local;
- (f) o organizație de campanie politică cu sau fără personalitate juridică, înființată exclusiv în scopul de a influența rezultatul unui scrutin sau al unui referendum;
- (g) orice persoană fizică sau juridică care reprezintă sau acționează în numele oricăreia dintre persoanele sau organizațiile menționate la literele (a)-(f) și care promovează obiectivele politice ale oricăreia dintre aceste persoane sau organizații;

În considerentele celor menționate anterior, în campania electorală publicitatea politică înseamnă pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea, distribuirea sau difuzarea, prin orice mijloace, a unui mesaj, în mod normal în schimbul unei remunerații sau prin activități interne sau ca parte a unei campanii de publicitate politică, de către un actor politic, în numele competitorului electoral sau pentru acesta.

În cazul de față, sunt considerați actori politici, partidele politice, organizația cetățenilor aparținând minorităților naționale, candidații acestora sau candidații independenți, orice membru de partid care deține un mandat electiv și care promovează formațiunea pe care o reprezintă (consilier local, primar, consilier județean, președinte al consiliului județean, deputat, senator, europarlamentar, un membru din cadrul administrației de la nivel național sau local) și orice

persoană fizică sau juridică care reprezintă sau acționează în numele oricăreia dintre persoanele sau organizațiile menționate anterior și care promovează obiectivele politice ale oricăreia dintre aceste persoane sau organizații.

În prezenta campanie electorală pentru alegerea Președintelui României din anul 2025, respectiv în perioada 4 aprilie ora 00:00 – 3 mai ora 07:00 pentru primul tur de scrutin și cel mai târziu 9 mai ora 00:00 - 17 mai ora 07:00, pentru turul al doilea, astfel cum au fost stabilite prin HG 17/2025, actorii politici prevăzuți la art. 3 punctul 4 lit. a)-c) din Regulamentul (UE)2024/900 al Parlamentului European și al Consiliului din 13 martie 2024 pot pregăti, plasa, promova, publica, distribui sau difuza, prin orice mijloace, materiale publicitare politice doar pentru candidații proprii propuși de către formațiunile politice și ale căror candidaturi au rămas definitive astfel cum se regăsesc în Anexa 1 a Procesului-Verbal al Biroului Electoral Central nr. 479C/20.03.2025 privind constatarea rămânerii definitive a candidaturilor și a semnelor electorale la alegerile pentru Președintele României din anul 2025.

În vederea respectării art. 28 alin. (1) din Legea 334/2006 privind finanțarea activității partidelor politice și a campaniilor electorale, coroborat cu art. 16 din Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 1/2025 privind unele măsuri pentru organizarea și desfășurarea alegerilor pentru Președintele României din anul 2025 și alegerilor locale parțiale din anul 2025, actorii politici prevăzuți la art. 3 pct. 4 lit. a)-f) din Regulamentul (UE)2024/900 al Parlamentului European și al Consiliului din 13 martie 2024, pot folosi doar CUI (CMF) alocate de către Departamentul de control al finanțării partidelor politice și a campaniilor electorale din cadrul Autorității Electorale Permanente potrivit art. 34 alin. (12) și (13) din Legea 334/2006 privind finanțarea activității partidelor politice și a campaniilor electorale. Informațiile sunt disponibile pe site-ul Autorității Electorale Permanente (<https://finantarepartide.ro/>).

În acest sens, având în vedere prevederile art. 1 și 2 din Legea partidelor politice nr. 14/2003, republicată, cu modificările și completările ulterioare și ținând cont de faptul că scopurile partidelor politice sunt, pe de-o parte, formarea și exprimarea opiniilor politice a cetățenilor, manifestarea libertății politice a acestora, conturarea și consolidarea societății politice și, pe de altă parte obținerea majorității votului cetățenilor pentru câștigarea și exercitarea puterii prin realizarea propriului program politic (scopuri definitorii pentru însăși existența partidelor politice).

În plus, văzând dispozițiile art. 3 pct. 4 lit. (g) din Regulamentul (UE) 2024/900 al Parlamentului European și al Consiliului din 13 martie 2024 privind transparența și vizarea unui public-țintă în publicitatea politică, rezultă fără echivoc că un membru de partid este actor politic,

acesta putând să (re)posteze, (re)distribuie, (re)difuzeze pe pagina proprie de pe o platformă online foarte mare un material publicitar politic, etichetat corespunzător, pe care îl preia integral sau parțial de pe paginile oficiale ale partidului/candidatului partidului, cu respectarea regulilor fiecărei platforme în parte.

În ceea ce privește materialele de propagandă electorală, în înțelesul Legii nr. 334/2006 privind finanțarea activității partidelor politice și a campaniilor electorale, republicată, cu modificările și completările ulterioare, se referă la materialele publicitare politice în sensul Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 1/2025 privind unele măsuri pentru organizarea și desfășurarea alegerilor pentru Președintele României din anul 2025 și alegerilor locale parțiale din anul 2025 și al Hotărârii Autorității Electorale Permanente nr. 9/2025 privind modul de promovare, distribuire, publicare sau editare a materialelor publicitare politice utilizate în campania electorală la alegerile pentru Președintele României din anul 2025.

În înțelesul art. 16 alin. (1)-(5) din Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 1/2025, al Hotărârii Autorității Electorale Permanente nr.9/2025, precum și al Ghidului finanțării campaniei electorale la alegerile pentru Președintele României din anul 2025, pe durata campaniei electorale, pentru ca un material să fie considerat material publicitar politic, acesta trebuie să îndeplinească, în mod cumulativ, următoarele condiții:

a) să fie pregătit, editat, prelucrat, plasat, promovat, publicat, distribuit și/sau difuzat în perioada 4 aprilie 2025 – 3 mai 2025, ora 07:00, de către un actor politic numai pentru promovarea candidaților și a programelor electorale proprii.

b) să fie un material scris, tipărit, audio, video sau o imagine, indiferent de mediul de diseminare (online/offline);

c) să îndemne alegătorii în mod direct sau indirect să aleagă sau să nu aleagă, să voteze sau să nu voteze un candidat independent sau un candidat al unui partid politic, al unei alianțe politice, organizații a cetățenilor aparținând minorităților naționale sau al unei alianțe electorale, clar identificat.

În acest sens, materialele, de orice tip, plasate, promovate, publicate, distribuite sau difuzate, prin orice mijloace în mediul online, înainte de 4 aprilie nu se încadrează în categoria materialelor publicitare politice prevăzute de art. 16 alin. (1)-(5) din Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 1/2025 și Hotărârea Autorității Electorale Permanente nr.9/2025, cât vreme aceste nu sunt repostate, redistribuite, redifuzate în campania electorală. În cazul în care un actor politic prevăzut la art. 3 punctul 4 lit. g) din Regulamentul (UE) 2024/900 al Parlamentului European și

al Consiliului din 13 martie 2024 repostează, redistribuie sau redifuzează astfel de materiale, eventualele sancțiuni se vor aplica acestora și nu competitorului electoral.

Competitorii electorali pot utiliza pe durata campaniei electorale numai următoarele tipuri de materiale publicitare politice/materiale de propagandă electorală:

- a) afișe electorale cu dimensiuni de cel mult de 500 mm o latură și 300 mm cealaltă latură, iar cel prin care se convoacă o reuniune electorală, 400 mm o latură și 250 mm cealaltă latură;
- b) materialele publicitare politice/materialele de propagandă electorală audio sau video;
- c) publicitate în presa scrisă;
- d) materialele publicitare politice/materialele de propagandă electorală online;
- e) broșuri, pliante și alte materiale tipărite din aceeași categorie.

Prin materiale tipărite din aceeași categorie cu broșurile și pliantele se înțelege materialele tipărite pe suport hârtie, precum calendare, fluturași și altele asemenea.

Indiferent de mijlocul de distribuire, inclusiv prin intermediul programelor de radio și de televiziune, precum și al serviciilor media audiovizuale la cerere, pe durata campaniei electorale a alegerilor pentru Președintele României din anul 2025, materialele publicitare politice distribuite de actorii politici trebuie să conțină următoarele informații (eticheta):

- a) o indicație privind faptul că reprezintă un material publicitar politic;
- b) candidatul sau formațiunea politică la cererea căreia sau în numele căreia este pregătit, plasat, promovat, publicat, distribuit sau difuzat materialul publicitar politic, respectiv numele și adresa de e-mail, precum și adresa poștală a candidatului, atunci când aceasta este dezvăluită public de către acesta, sau adresa sediului, în cazul formațiunilor politice;
- c) o mențiune că materialul publicitar politic a făcut obiectul unor tehnici de vizare a unui public-țintă sau de distribuire a materialelor publicitare, în sensul art. 3 pct. 11 și 12 din Regulamentul (UE)2024/900 al Parlamentului European și al Consiliului din 13 martie 2024 privind transparența și vizarea unui public-țintă în publicitatea politică, atunci când este cazul;
- d) o mențiune că sumele cheltuite pentru pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea, distribuirea sau difuzarea materialului publicitar politic provin exclusiv din sursele permise de Legea nr. 334/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare;
- e) după caz, o mențiune că materialul publicitar politic a făcut obiectul unei promovări electorale sau al unei promovări electorale plătite;

f) codul unic de identificare al mandatarului financiar înregistrat la Autoritatea Electorală Permanentă.

Materialele publicitare politice din categoria afişelor, broşuri, pliante şi alte materialele tipărite pe suport hârtie, precum calendare, fluturaşi şi altele asemenea şi publicitatea în presa scrisă, trebuie să conţină, în plus şi următoarele informaţii:

- a) denumirea operatorului economic care le-a realizat;
- b) tirajul, doar în cazul materialelor din categoria afişelor, broşuri, pliante şi alte materialele tipărite pe suport hârtie, precum calendare, fluturaşi şi altele asemenea.

În cadrul fiecărui material publicitar politic, cu excepţia celor de natură exclusiv audio sau exclusiv de tipul unui text publicat în mediul online, informaţiile se grupează într-o etichetă care va fi vizibilă permanent în partea superioară a cadrului vizual sau a imaginii, după caz, şi care va fi dispusă astfel încât să formeze o bandă având dimensiunea de 10% din cea a cadrului vizual sau a imaginii, după caz, şi care să acopere toată latura superioară a materialului.

Informaţiile prevăzute în eticheta menţionată anterior trebuie să îndeplinească următoarele caracteristici:

- a) informaţiile trebuie să fie uşor de înţeles;
- b) informaţiile trebuie să fie plasate la vedere, static, în mod permanent, indiferent de tipul de terminal informatic utilizat pentru vizualizarea materialului publicitar politic;
- c) dimensiunea şi culoarea textului trebuie să fie stabilite astfel încât informaţiile să fie uşor identificabile.

În cadrul etichetei se vor utiliza caractere lizibile, vizibile şi de culoare neagră, pe fundal alb cu chenar negru.

În cazul materialelor publicitare politice exclusiv audio cu o durată mai mare de 30 de minute, informaţiile vor fi semnalate audio la începutul conţinutului, la fiecare 30 de minute, cât şi la finalul materialului, astfel încât să poată fi clar percepute de public şi să fie redată la o viteză de citire normală.

În cazul materialelor publicitare politice exclusiv audio cu o durată mai mică de 30 de minute, informațiile vor fi semnalate audio la începutul conținutului și la finalul conținutului, astfel încât să poată fi clar percepute de public și să fie redată la o viteză de citire normală.

În cazul materialelor publicitare politice exclusiv audio cu o durată mai mică de 30 de secunde, vor fi semnalate audio la începutul conținutului doar indicația privind faptul că reprezintă un material publicitar politic și codul unic de identificare al mandatarului financiar astfel încât să poată fi clar percepute de public și să fie redată la o viteză de citire normală.

În cazul materialelor publicitare politice de tipul unor mesaje text publicate în mediul online fără elemente grafice alăturate, informațiile vor fi indicate sub formă de text, în mod vizibil și lizibil, în cuprinsul materialului. Dacă funcționalitățile și caracteristicile mediului de publicare a mesajului nu permit publicarea tuturor informațiilor în cuprinsul materialului, se va indica, în mod lizibil, în cuprinsul acestuia, doar textul „MATERIAL PUBLICITAR POLITIC”, urmat de codul unic de identificare al mandatarului financiar înregistrat la Autoritatea Electorală Permanentă (CMF).

În cazul materialelor publicitare politice, transmisiunilor de orice tip difuzate în timp real (live), informațiile vor fi semnalate audio la începutul și la finalul conținutului, astfel încât să fie clar percepute de public și să fie redată la o viteză de citire normală, fără a fi inserată eticheta, sau text, prin inserarea mențiunii „MATERIAL PUBLICITAR POLITIC” și a CMF pe toată durata difuzării conținutului, dacă funcționalitățile și caracteristicile mediului de difuzare a transmisiunii permit acest lucru.

În eventualitatea editării ulterioare a materialelor se va insera eticheta.

În eventualitatea redistribuirii sau redifuzării materialului publicitar politic, informațiile incluse în cadrul acestuia, vor fi păstrate ca atare în conținutul materialului publicitar politic.

În eventualitatea editării materialului publicitar politic, vor fi păstrate ca atare în conținutul noii versiuni a materialului publicitar politic.

Următoarele tipuri de acțiuni și materiale publicitare politice/materiale de propagandă electorală nu pot fi finanțate în campania electorală:

- a) utilizarea vehiculelor inscripționate sau colantate cu sloganuri de campanie, imagini ale candidaților, precum și cu orice alte referiri la competitorii electorali;
- b) utilizarea vehiculelor care difuzează materiale audio, în mers sau staționar;
- c) spectacole, serbări, focuri de artificii etc.;
- d) bannere, mesh-uri, corturi publicitare, pavilioane publicitare, panouri publicitare mobile, steaguri publicitare, calcane, ecrane publicitare, indicatoare publicitare direcționale, structuri de publicitate autoportante, mijloace de publicitate, panouri publicitare, proiecte publicitare speciale, publicitate luminoasă și oricare alte materiale care nu sunt prevăzute la art. 36 alin. (2) din Legea nr. 334/2006.

Producerea și difuzarea de materiale publicitare politice/materiale de propagandă electorală în alte condiții decât cele prevăzute de Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 1/2025 privind unele măsuri pentru organizarea și desfășurarea alegerilor pentru Președintele României din anul 2025 și alegerilor locale parțiale din anul 2025 și de Legea nr. 334/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare, sunt interzise.

Competitorii electorali nu pot produce materiale publicitare politice/materiale de propagandă electorală în regie proprie.

REGULI DE IDENTITATE VIZUALĂ

**pentru etichetarea materialelor publicitare politice utilizate în campania electorală pentru
alegerea Președintelui României din anul 2025**

Eticheta materialului publicitar politic va respecta următorul model:

MATERIAL PUBLICITAR POLITIC*

.....**

CMF*** CPP****

* Reprezintă o indicație că este vorba de un material publicitar politic - material publicitar politic.

** Se va trece identitatea sponsorului (candidatul sau formațiunea politică la cererea căreia sau în numele căreia este pregătit, plasat, promovat, publicat, distribuit sau difuzat materialul publicitar politic, respectiv numele și adresa de e-mail, precum și adresa poștală a candidatului, dacă este dezvăluită public de către acesta, sau adresa sediului, în cazul formațiunilor politice) materialului publicitar politic:

- candidat - numele, adresa de e-mail și, atunci când este dezvăluită public de către acesta, adresa poștală;

- formațiunea politică - denumirea, adresa de e-mail și adresa la care aceasta își are sediul.

*** CMF - la data înregistrării oficiale, mandatarul financiar coordonator primește de la Autoritatea Electorală Permanentă un cod unic de identificare al partidului politic sau al candidatului independent, având opt cifre, care se va regăsi pe toate materialele de propagandă electorală aparținând partidului politic sau candidatului independent pe care îl reprezintă.

**** CPP - reprezintă codul de publicitate politică realizat în formatul ABCDE, unde:

- A indică dacă materialul publicitar politic face obiectul unor tehnici de vizare a unui public-țintă, în sensul art. 3 pct. 11 din Regulamentul (UE) 2024/900. În cazul în care face obiectul unor asemenea tehnici se va indica cifra 1, iar în cazul în care nu face obiectul unor asemenea tehnici se va indica cifra 0;

- B indică dacă materialul publicitar politic face obiectul unor tehnici de distribuire a materialelor publicitare, în sensul art. 3 pct. 12 din Regulamentul (UE) 2024/900. În cazul în care face obiectul unor asemenea tehnici se va indica cifra 1, iar în cazul în care nu face obiectul unor asemenea tehnici se va indica cifra 0;

- C indică dacă sumele cheltuite pentru pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea, distribuirea sau difuzarea materialului publicitar politic provin exclusiv din sursele permise de Legea nr. 334/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare. În cazul în care sumele provin exclusiv din asemenea surse se va indica cifra 1, iar în cazul contrar se va indica cifra 0;
- D indică dacă materialul publicitar politic face obiectul unei promovări electorale. În cazul în care materialul face obiectul unei asemenea promovări se va indica cifra 1, iar în cazul contrar se va indica cifra 0;
- E indică dacă materialul publicitar politic face obiectul unei promovări electorale plătite. În cazul în care materialul face obiectul unei asemenea promovări se va indica cifra 1, iar în cazul contrar se va indica cifra 0.

Suplimentar, materialele publicitare politice din categoria afişelor, broşuri, pliante şi alte materialele tipărite pe suport hârtie, precum calendare, fluturaşi şi altele asemenea şi publicitatea în presa scrisă, trebuie să conţină şi următoarele informaţii:

- a) denumirea operatorului economic care le-a realizat;
- b) tirajul, doar în cazul materialelor din categoria afişelor, broşuri, pliante şi alte materialele tipărite pe suport hârtie, precum calendare, fluturaşi şi altele asemenea.

Model exemplificativ 1 – Candidat independent

MATERIAL PUBLICITAR POLITIC CANDIDAT INDEPENDENT numele, adresa de e-mail şi, dacă este dezvăluită public de către acesta, adresa poştală CMF 0000000 CPP A0B0C0D0E0	
---	--

Model exemplificativ 2 – Partid politic/ Organizaţie a cetăţenilor aparţinând minorităţilor naţionale

MATERIAL PUBLICITAR POLITIC FORMAȚIUNE POLITICĂ denumire, adresa de e-mail şi adresa la care aceasta îşi are sediul CMF 0000000 CPP A0B0C0D0E0	
---	--

Model exemplificativ 3 - Materialele publicitare politice din categoria afişelor, broşurilor, pliantelor şi altor materialele tipărite pe suport hârtie, precum calendare, fluturaşi şi altele asemenea

MATERIAL PUBLICITAR POLITIC	
CANDIDAT INDEPENDENT	
numele, adresa de e-mail şi, dacă este dezvăluită public de către acesta, adresa poştală sau	
FORMAȚIUNE POLITICĂ	
denumire, adresa de e-mail şi adresa la care aceasta îşi are sediul	
CMF 0000000	CPP A0B0C0D0E0
denumirea operatorului economic	
tirajul	

Model exemplificativ 4 - Materialele publicitare politice din categoria presei scrise

MATERIAL PUBLICITAR POLITIC	
CANDIDAT INDEPENDENT	
numele, adresa de e-mail şi, dacă este dezvăluită public de către acesta, adresa poştală sau	
FORMAȚIUNE POLITICĂ	
denumire, adresa de e-mail şi adresa la care aceasta îşi are sediul	
CMF 0000000E	CPP A0B0C0D0E0
denumirea operatorului economic care le-a realizat	