

ÎNTREBĂRI ȘI RĂSPUNSURI UTILE

CAMPANIE ELECTORALĂ ALEGERI PREZIDENȚIALE DIN DATA DE 04 MAI 2025

1. Întrebare:

” Un candidat independent a deschis in pre-campanie un cont bancar, pe care l-a facut public pe rețelele sociale, destinat incasarii donatiilor de la sustinatori. Poate incasa donatiile din campania electorala tot in acest cont? (precizam ca donatiile sunt insotite de contract, anexa 3, ordin de plata donator)”

Răspuns:

Potrivit dispozițiilor art. 28 alin. (2) din Legea nr. 334/2006, încasarea contribuțiilor electorale și plata cheltuielilor electorale pot fi efectuate numai prin intermediul conturilor bancare notificate în prealabil Autorității Electorale Permanente.

Raportat la cele de mai sus, candidatul independent prin mandatarul financiar va deschide un cont distinct pentru încasarea contribuțiilor și plata cheltuielilor electorale.

2. Întrebare:

” Candidatul independent a deschis un cont bancar nou destinat desfasurarii campaniei electorale, independent de contul in care primeste donatiile. Are 2 conturi – unul de donatii si unul pentru campania electorala(care va fi alimentat doar de candidat). Intrebarea este: candidatul poate alimenta contul de campanie cu sume din contul de donatii, declarand ca sursa veniturilor - donatii?”

Răspuns:

Sumele provenite din donații încasate într-un alt cont decât cel personal al candidatului, deschis special în acest sens în perioada precampaniei, nu vor fi transferate în contul de campanie, acestea puteau fi folosite doar pentru promovarea competitorului electoral anterior începerii campaniei electorale.

3. Întrebare:

” Candidatul independent are un site cu profil de candidat existent la inceputul campaniei electorale si doreste ca materialele de propaganda electorala online sa fie distribuite/difuzate prin intermediul site-ului(paginei web) de candidat la alegerile prezidentiale. Acest tip de promovare este permis? Promorarea site-ul cu continut electoral pentru alegerile Prezidentiale 2025 este o cheltuiala eligibila/rambursabila?”

Răspuns:

Potrivit dispozițiilor art. 38 alin. (2) din Legea nr. 334/2006, contribuțiile pentru campania electorală pot avea ca destinație, cheltuieli pentru producția și difuzarea materialelor de propagandă electorală online.

În acest sens, materialele produse prin intermediul unor firme specializate, vor putea fi difuzate pe paginile de internet, platforme etc. de către prestatori contractați în acest sens, cu respectarea dispozițiilor art. 36 din Legea nr. 334/2006 și ale OUG nr. 1/2025.

4. Întrebare:

”Având în vedere dispozițiile art. 19 alin. (2) lit.b) din Ghidul finantării campaniei electorale la alegerile pentru Președintele României din anul 2025 din 21.03.2025, precum și ale art. 40 din Legea 370/2004, pentru alegerea Președintelui României, republicată, vă rugăm să ne comunicați dacă candidatul independent în campania pentru alegerile Președintelui României din anul 2025, beneficiază de timpi de antenă, la serviciile private de radio și televiziune, contra cost?”

Răspuns:

Potrivit dispozițiilor art. 38 alin. (2) din Legea nr. 334/2006, contribuțiile pentru campania electorală pot avea ca destinație, cheltuieli pentru producția și difuzarea materialelor de propagandă electorală la radio și televiziune;

Raportat la cele de mai sus, opinăm că dispozițiile art. 40 din Legea nr. 370/2004 sunt aplicabile și candidaților independenți, însă vă recomandăm să vă adresați Consiliului Național al Audiovizualului, în calitate de entitate competentă, pentru lămurirea acestui aspect.

5. Întrebare:

”Este permis, în timpul campaniei electorale, ca membri de partid sau alte persoane fizice să posteze pe conturi sau pagini de Facebook mesaje de susținere a unui candidat la alegerile prezidențiale, fără a exista un contract între acea persoană/pagină și o firmă de promovare care să raporteze aceste postări la AEP?”

Răspuns:

Membrii unui partid sau persoanele fizice pot folosi conturile personale create pe platformele online pentru posta mesaje fără a utiliza materialele de propaganda electorală prevăzute de Legea nr. 334/2006 au de OUG nr. 1/2025.

În caz contrar, producția și difuzarea acestora se va face numai prin intermediul unor prestatori contractați în acest sens.

6. Întrebare:

”Poate o persoană fizică (inclusiv membru de partid) să posteze în timpul campaniei, pe un cont personal sau o pagină proprie de Facebook, mesaje prin care își exprimă opțiunea de vot sau susținerea pentru un candidat, fără să existe un contract cu un prestator de servicii de promovare și fără ca acea postare să fie raportată la AEP?”

Răspuns:

Membrii unui partid sau persoanele fizice pot folosi conturile personale create pe platformele online pentru posta mesaje fără a utiliza materialele de propaganda electorală prevăzute de Legea nr. 334/2006 au de OUG nr. 1/2025.

În caz contrar, producția și difuzarea acestora se va face numai prin intermediul unor prestatori contractați în acest sens.

7. Întrebare:

”Este permis ca în timpul campaniei electorale o persoană fizică (inclusiv membru de partid) să publice pe Facebook mesaje critice la adresa unui candidat, fără a exista un contract de promovare electorală și fără ca acea activitate să fie raportată la AEP?”

Răspuns:

Scopul campaniilor electorale este de a promova candidații participanți la scrutinele organizate, nu de a aduce atingeri imaginii, onoarei și reputației unui contracandidat, prin critici, denigrări sau mesaje insultatoare transmise pe rețele sociale, astfel de acțiuni putând atrage sancționarea conform legii civile sau penale, după caz.

8. Întrebare:

”Paginile de Facebook ale partidelor politice sau ale liderilor locali ai partidelor care susțin un candidat sunt obligate, în timpul campaniei, să fie administrate prin contracte externe și să raporteze către AEP toate mesajele de susținere? Sau au voie să publice mesaje de susținere în regie proprie?”

Răspuns:

Promovarea candidaților în campania electorală se face numai în condițiile legii, respectiv, producția și difuzarea materialelor de propagandă electorală se va face numai prin intermediul unor prestatori contractați în acest sens. Anexa nr. 26 la Normele Metodologice de aplicare a Legii nr. 334/2006 se va completa în mod obligatoriu.

9. Întrebare:

”Liderii politici locali ai partidelor care susțin un candidat au voie, în perioada campaniei, să participe la emisiuni online și să își exprime susținerea pentru acel candidat fără să existe un contract de promovare electorală în acest sens?”

Răspuns:

Promovarea candidaților în campania electorală se face numai în condițiile legii, respectiv, producția și difuzarea materialelor de propagandă electorală se va face numai prin intermediul unor prestatori contractați în acest sens.

10. Întrebare:

” Este necesar, la începutul campaniei electorale oficiale pentru alegerile prezidențiale, ca paginile de Facebook să șteargă bannerele, copertile sau postările text/video de susținere a candidatului care au fost publicate anterior, în perioada preelectorală?”

Răspuns:

În campania electorală vor fi utilizate numai tipurile de materiale de propagandă electorală prevăzute de lege, motiv pentru care sugerăm eliminarea conținutului postat anterior pentru evitarea distribuirii acestuia de către terțe persoane, acțiune ce atrage de la sine aplicarea sancțiunilor.

11. Întrebare:

”Există vreo interdicție ca în timpul campaniei să fie redistribuite (share) în regie proprie, fără contract de administrare a paginii, pe conturi personale, ale organizațiilor politice sau ale publicațiilor, materiale postate de candidați sau de pagini oficiale ale acestora? Ne referim strict la redistribuire, nu la creare de conținut nou.”

Răspuns:

Producția și difuzarea materialelor de propagandă electorală se va face numai prin intermediul unor prestatori contractați în acest sens.

12. Întrebare:

” Este obligatoriu ca eticheta care ocupă 10% din suprafața materialului să fie amplasată exclusiv în partea superioară a paginii sau aceasta poate fi poziționată și în partea inferioară, cu condiția respectării dimensiunii și vizibilității?”

Răspuns:

Potrivit dispozițiilor art. 3 alin. (1) din Hotărârea AEP 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, informațiile prevăzute obligatorii a fi inscripționate se grupează într-o etichetă care va fi vizibilă permanent **în partea superioară a cadrului vizual sau a imaginii**, după caz, și care va fi dispusă astfel încât să formeze o bandă având dimensiunea de 10% din cea a cadrului vizual sau a imaginii, după caz, și care să acopere toată latura superioară a materialului, realizată conform regulilor de identitate vizuală.

13. Întrebare:

” În cazul materialelor tipărite care conțin mai multe pagini (ex: pliante tip flyer cu față-verso sau reviste electorale de 8–10 pagini), este necesară includerea etichetei pe fiecare pagină în parte sau este suficientă plasarea etichetei doar pe prima pagină?”

Răspuns:

Etichetarea se va face doar pe prima pagină a materialului publicitar politic, cu respectarea prevederilor legale mai sus menționate, precum și a dispozițiilor art. 36 din Legea nr. 334/2006.

14. Întrebare:

“O postare a unui Material Publicitar Politic facuta pe Facebook, care este un material boostat si pe cale de consecinta s-a ales cifra 1 pentru litera B, poate fi publicată și pe TikTok cu același cod CPP avand in vedere ca TikTok nu permite targetare prin boost?”

Mai mult, va rog sa ne comunicati daca atunci cand pentru un material publicitar se schimba doar codul CPP, AEP va considera doua materiale publicitare diferite sau acelasi material?”

Răspuns:

În situația enunțată va fi considerat un sigur material de promovare politică pentru care s-au utilizat canale diferite de distribuție, chiar și în situația în care, data fiind politica Tiktok, se va modifica **codul de publicitate politică.**

15. Întrebare:

“Vă rog să ne îndrumați/ sa confirmați cu privire la CPP-ul pentru urmatorul tip de material tipărit: Scrisori Catre Pensionari, si anume:

1. Avand in vedere continutul textului scrisorii adaptat la grupul tinta: PENSIONARII ROMÂNI, litera A va avea codul 1 - rog confirmarea.
2. Scrisorile vor fi distribuite prin posta romană si de catre membri AUR catre grupul tinta de pensionari, pe cale de consecinta la B codul va fi 1 - rog confirmarea.
3. Pentru materialele tiparite, in cadrul intalnirii din 1 aprilie la AEP, s-a convenit ca pentru acestea sa fie ales codul 1 pentru litera E. Intrucat pentru materialele tiparite promovarea nu este propriu-zis platita (afisul este lipit pe panou/ fluturasii sau flyerile sunt impartite fizic de catre membri), rog confirmarea in scris a solutiei primite in cadrul intalnirii.”

Răspuns:

În situația prezentată de dumneavoastră, codul de publicitate politică inscripționat pe eticheta materialului publicitar politic va conține: A1B0 (în cazul distribuirii de către membrii)/1(în cazul distribuției plătite)...E1.

16. Întrebare:

“ Va rog sa ne îndrumați cu privire la încadrarea corectă în categoriile de cheltuieli de campanie permise de lege a serviciilor de monitorizare video pentru online.

În speta, prestarea de servicii de monitorizare video pentru on-line care să pună la dispoziție un raport periodic cu privire la postările furnizorilor contractați de către partidul AUR, în vederea verificării conformității acestora. Acest serviciu va permite semnalizarea materialelor necorespunzătoare pentru eventuale neconcordanțe și dacă sunt terți care postează în numele partidului.

Acest tip de servicii se încadrează la servicii de consultanță sau la cheltuieli cu privire la distribuția de materiale video?”

Răspuns:

Acest tip de serviciu de monitorizare a prevederilor contractuale nu se încadrează în categoriile descrise la art. 38 alin. (2) din Legea nr. 334/2006.

17. Întrebare:

“ Va rog să va pronunțați cu privire la următoarea situație:

Postarea de imagini/mesaje de susținere a candidatului partidului de către un parlamentar pe pagina lui personală este sau nu Material Publicitar Politic ce trebuie etichetat conform HAEP 9/2025 sau se încadrează în libera exprimare având în vedere că nu este produs/comandat de partid și nu a angajat nicio cheltuială.

De asemenea, participarea parlamentarului la evenimente politice organizate de partidul AUR și postarea fotografiilor făcute de acesta pe pagina lui personală sau postarea unui LIVE din timpul evenimentului este încadrat în Material Publicitar Politic?”

Răspuns:

Situațiile enunțate se încadrează în prevederile art. 1 din Hotărârea 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.

18. Întrebare:

“ Va rog să va pronunțați cu privire la următoarea situație:

Acțiunile de postare în mediul on-line ce sunt întreprinse de consilieri AUR/ membri/ simpatizanti/ terțe persoane, precum:

- fotografii cu evenimente politice
- LIVE-uri cu exprimarea alegerii pe care o vor avea la vot
- mesaje de susținere

acțiuni ce nu sunt comandate și/sau plătite de partid sunt permise să fie postate fără etichetare în baza dreptului de liberă exprimare?

Pentru a înțelege mai bine cadrul permis al Liberei Exprimări, va rog să ne indicați și alte exemple de activități permise unei terțe persoane ce nu trebuie etichetate.”

Răspuns:

În toate situațiile în care un material este pregătit, editat, plasat, promovat, publicat, distribuit și/sau difuzat în campania electorală de către un actor politic, în sensul Regulamentului UE 2024/900 al Parlamentului European și al Consiliului din 13 martie 2024 privind transparența și vizarea unui public-țintă în publicitatea politică:

- (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;
- sunt incidente prevederile art. 1 din Hotărârea nr. 9/2025.

19. Întrebare:

“ Vă rog sa ne indrumati cu privire la **cifra pe care trebuie sa o alegem (0 sau 1) pentru litera B** in situatia bannerelor on-line ce au mesaje care ar putea activa automat algoritmul de distribuire conform cuvintelor cheie din acestea.

Avand in vedere ca distributia pe platformele online, de exemplu FACEBOOK, este facuta in functie de o multitudine de algoritmi ce activeaza automat o distributie particularizata la cuvintele cheie in scopul profilarii utilizatorului, litera B din codul CPP ce indica daca materialul publicitar face obiectul unor tehnici de distribuire a materialelor publicitare face referire la:

selectia manuala a furnizorului pentru a distribui doar unui grup tinta ales de partidul AUR sau si la distributia automata a platformei?”

Răspuns:

Având în vedere definiția tehnicilor de distribuire a materialelor publicitare, în conformitate cu art. 3 pct. 12 din Regulamentului UE 2024/900 acestea sunt *“tehnici care sunt utilizate pentru a crește circulația, acoperirea sau vizibilitatea unui material publicitar politic pe baza prelucrării automate a datelor cu caracter personal și care pot servi la distribuirea materialului publicitar politic numai unei anumite persoane sau unui anumit grup de persoane”*, cu raportare la întrebarea dumneavoastră, alegerea unui grup țintă se încadrează în categoria A a CPP, iar prelucrarea fiind ea și automată conduce către o tehnică de distribuire susceptibilă de marcarea a categoriei B1.

20. Întrebare:

“Platforma Facebook are particularitatea bifării serviciului BOOST înainte de publicarea materialului publicitar politic.

Va rog sa ne comunicati pentru aceasta situatie cifra pe care trebuie sa o alegem la codul CPP pentru litera B.”

Răspuns:

Situația prezentată este susceptibilă de marcarea a categoriei B1.

21. Întrebare:

“Va rog sa va pronuntati cu privire la urmatoarea situatie:

Pentru re-distribuirile LIVE de pe paginile oficiale ale partului AUR ce sunt facute de o terta persona fara o intelegere cu partidul, ci din alegerea personala:

este necesar sa fie facuta vreo mentiune suplimentara de catre acel tert la momentul re-distribuirii prin SHARE pentru acel LIVE sau simpla re-distributie este suficienta?”

Răspuns:

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, informațiile incluse în cadrul acestuia vor fi păstrate ca atare în conținutul noii versiuni a materialului publicitar politic.

22. Întrebare:

“Pentru literele A si B ale codului CPP avand in vedere ca A indica tehnici de vizare a unui public-tinta, iar B tehnici de distribuire catre un public-tinta, pentru aceste doua litere trebuie sau nu aleasa aceeasi cifra?”

Textul Regulamentului UE2024/900 face referire la art. 3 (11) la **prelucrarea** datelor cu caracter personal pentru tehnica de vizare, iar la art. 3 (12) la **prelucrarea automata** a datelor cu caracter personal in vederea cresterii circulatiei materialului publicitar politic in vizarea publicului tinta ales.

Avand in vedere inserarea modului **automat** de prelucrare a datelor cu caracter personal pentru litera B din CPP, este corecta aplicarea cifrei 1 la B pentru algoritmi de distribuire pe Facebook ce se activeaza automat si 0 la A intrucat furnizorul nu a prelucrat la momentul postarii date cu caracter personal pentru a viza un public-tinta.”

Răspuns:

În condițiile în care materialul publicitar nu a făcut obiectul unor tehnici de vizare a unui grup țintă etichetarea A0 indicată de dumneavoastră va avea aplicabilitate. Nu există situație de obligativitate în corelarea categoriilor de etichetare, codurile fiind aplicate în funcție de situație.

23. Întrebare:

“Va rog sa ne indrumati cu privire la eticheta ce apare pe banner-ul on-line atunci cand imaginea este de dimensiune redusa si, astfel, este afectata lizibilitatea textului etichetei.

De exemplu, pentru mai multe imagini tip banner on-line ce sunt postate intr-un cadru orizontal (cate trei succesiv intr-un chenar dreptunghic), pentru a nu afecta lizibilitatea textului etichetei este admis ca furnizorul sa insereze eticheta deasupra chenarului spatiului de postare a bannerelor sau

este obligatoriu ca fiecare banner de dimensiune redusa sa contina eticheta chiar daca aceasta nu mai este lizibila?”

Răspuns:

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 mandatului financiar înregistrat la Autoritatea Electorală Permanentă (CMF).

24. Întrebare:

“ Cum interpretăm art. 18 alin. (7) din Ghidul de de finanțare din 2025 a campaniei electorale la alegerile pentru Președintele României din anul 2025? Putem semna un contract înainte de începerea campaniei electorale dacă data de intrare în vigoare a contractului va fi cuprinsă în perioada campaniei electorale?”

Răspuns:

Contractele pot fi încheiate anterior începerii campaniei electorale, cu condiția ca data de intrare în vigoare să fie data începerii campaniei electorale, iar perioada de derulare al acestora să fie în intervalul 04.04.2025 – 03.05.2025, perioada aferentă campaniei electorale.

25. Întrebare:

“ Care este diferența dintre distribuirea unui material publicitar politic și difuzarea acestuia?”

Răspuns:

În sensul dicționarului explicativ al limbii române, distribuirea unui material publicitar presupune existența fizică a materialului de promovare electorală diseminat, ce permite transmiterea acestuia către un destinatar fizic, delimitat teritorial, iar **difuzarea** materialului publicitar politic nu presupune starea fizică a acestuia, mediul de comunicare a acestuia către publicul țintă fiind cel online/TV/radio, însă în cuprinsul **Legii nr. 334/2006, legiuitor a reglementat ca și termen general pentru aceste activități cuvântul ”difuzare”**

26. Întrebare:

“ Care este diferența dintre pct. 11 și 12 ale art. 3 din Reg. UE 2024/900?”

11. „tehnici de vizare a unui public-țintă ” înseamnă **tehnici care sunt utilizate pentru a adresa un material publicitar politic numai unei anumite persoane sau unui anumit grup de persoane sau pentru a le exclude, pe baza prelucrării datelor cu caracter personal;**

12. tehnici de distribuire a materialelor publicitare” înseamnă tehnici care sunt utilizate pentru a crește circulația, acoperirea sau vizibilitatea unui material publicitar politic pe baza prelucrării automate a datelor cu caracter personal și care pot servi la distribuirea materialului publicitar politic numai unei anumite persoane sau unui anumit grup de persoane;”

Răspuns:

Pct. 11 al 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 face referire la receptorul mesajului materialului publicitar politic stabilit de către actorii politici, după criteriile multiple stabilite de aceștia în funcție de populația activă cu drept de vot vizată (femei, bărbați, pensionari, etc).

Pct. 12 al 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 face referire la canalul de comunicare ales pentru a transmite mesajul materialului publicitar politic către publicul țintă, respectiv alegătorii și tehnicile de transmitere (ex: modalități de evidențiere, frecvență de apariție etc).

27. Întrebare:

“ În cazul în care un furnizor produce un material, iar acel material este postat/ difuzat/ promovat pe o platformă care nu percepe nicio sumă pentru postare/ difuzare/ promovare (ex. Tik Tok), ce se va trece în casetă la litera C și E – 0 sau 1?”

Răspuns:

Având în vedere că în campania electorală nu pot fi încheiate contracte cu titlu gratuit, chiar dacă Tiktok nu percepe sume, contractul încheiat cu furnizorul care se va ocupa de postarea pe Tiktok va fi cu titlu oneros, astfel se va trece în casetă la litera C1 și E1.

28. Întrebare:

“Trebuie avute în vedere anumite obligații suplimentare în cazul în care se va trece cifra 1 la categoria A și B?”

Răspuns:

În situația în care materialul de propagandă electorală se va adresa unui grup țintă iar pentru distribuirea acestuia se vor utiliza tehnici pentru a crește circulația, acoperirea sau vizibilitatea unui material publicitar politic pe baza prelucrării automate a datelor cu caracter personal și care pot servi la distribuirea materialului publicitar politic numai unei anumite persoane sau unui anumit grup de persoane, vă rugăm să aveți în vedere ca obiectul contractelor încheiate în acest sens să cuprindă toate aceste aspecte, iar materialele de propagandă electorală produse, să fie distribuite grupului vizat.

29. Întrebare:

“Categoriile A și B vizează doar materiale online? De exemplu pentru presa scrisă sau pentru afișe/ pliante etc. putem avea indicativul 1 la A și/sau B?”

Răspuns:

Dispozițiile OUG nr. 1/2025 sunt aplicabile tuturor materialelor de propagandă electorală prevăzute de Legea nr. 334/2006 privind finanțarea activității partidelor politice și a companiilor electorale, republicată, cu modificările și completările ulterioare.

30. Întrebare:

“ În ce situații ar trebui să punem indicativul 0 la litera D?”

Răspuns:

Litera D din etichetă indică dacă materialul publicitar politic face obiectul unei promovări electorale sau nu. În cazul în care materialul face obiectul unei asemenea promovări se va indica cifra 1, iar în cazul contrar se va indica cifra 0.

31. Întrebare:

“ Vă rugăm să ne dați un exemplu de promovare electorală neplătită – pentru cazul D1. Promovare pe Tik Tok?”

Răspuns:

Litera D din etichetă indică dacă materialul publicitar politic face obiectul unei promovări electorale sau nu. În cazul în care materialul face obiectul unei asemenea promovări se va indica cifra 1, iar în cazul contrar se va indica cifra 0.

32. Întrebare:

“ Cum se interpretează art. 3 pct. 4 lit. g) din Regulamentul (UE) 2024/900 „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” coroborat cu art. 1 alin. (2) din Hot. AEP 9/2025 „Comunicările care se înscriu în limitele activității jurnalistice de informare a publicului, precum și **opiniile publice exprimate în nume personal de către alte persoane decât actorii politici** nu constituie materiale publicitare politice.” **Un membru al unui partid, care nu are niciun mandat de reprezentare a partidului politic, care face o postare pe o rețea socială în favoarea candidatului partidului din care face parte poate fi considerat „actor politic”?**”

Răspuns:

Având în vedere prevederile art. 1 și 2 din Legea partidelor politice nr. 14/2003, republicată, cu modificările și completările ulterioare,

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)

și 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 posteze 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.

33. Întrebare:

“ În ce situație ar trebui să punem indicativul 0 la litera C? ”

Răspuns:

În situația în care veniturile din care au fost cheltuite respectivele sume nu intră în categoria celor reglementate de art. 28 alin. (11) din Legea nr. 334/2006.

34. Întrebare:

“ Eticheta pentru televiziune și online va fi cea din Modelul exemplificativ nr. 2? ”

Răspuns:

Eticheta pentru televiziune și online va fi cea din Modelul exemplificativ nr. 2 din Hotărârea Autorității Electorale Permanente nr. 9/2025.

35. Întrebare:

“ La o postare online (ex. pe Facebook) trebuie să punem textul de mai jos? ”

”Acest material reprezintă un material publicitar politic pentru Partidul Uniunea Salvați România având adresa de e-mail sg@usr.ro și sediul în București, Sector 1, Șos. Kiseleff, nr. 55, vila 4, și face/ nu face obiectul unor tehnici de vizare a unui public-țintă sau de distribuire a materialelor publicitare. Sumele cheltuite pentru plasarea și difuzarea prezentului material publicitar politic provin exclusiv din sursele permise de Legea nr. 334/2006 și face obiectul unei promovări electorale plătite/ promovări electorale. Cod unic de identificare al mandatarului financiar _____.”

Răspuns:

Se vor utiliza elementele indicate în macheta model exemplificativ nr. 2 din Hotărârea Autorității Electorale Permanente nr. 9/2025.

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 eticheta, astfel cum este detaliată de Hotărârea Autorității Electorale Permanente nr. 9/2025.

Potrivit art. 5 din Hotărârea Autorității Electorale Permanente nr. 9/2025, în cazul materialelor publicitare politice de tipul unor mesaje text publicate în mediul online fără elemente grafice alăturate, informațiile prevăzute la [art. 2](#) 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 prevăzute la art. 2 în cuprinsul materialului, se va indica, în mod lizibil, în cuprinsul acestuia, doar textul "MATERIAL PUBLICITAR

POLITIC", urmat de informațiile prevăzute la art. 2 alin. (1) lit. f). Dispozițiile hotărâr se aplică în mod corespunzător și transmisiunilor de orice tip difuzate în timp real (live). În cazul materialelor publicitare politice de acest tip, informațiile din etichetă vor fi semnalate audio la începutul și la finalul conținutului, astfel încât să fie clar percepute de public și să fie redade la o viteză de citire normală, fără a fi inserată eticheta, sau text, prin inserarea mențiunii "MATERIAL PUBLICITAR POLITIC" și a codului mandatarului financiar, dacă funcționalitățile și caracteristicile mediului de difuzare a transmisiunii permit acest lucru.

36. Întrebare:

“ Distribuirea unui pliant echivalează cu promovare electorală și ar trebui să punem D1 și E1?”

Răspuns:

Da, cu excepția situațiilor în care materialul este distribuit prin intermediul voluntarilor și membrilor, situație în care se va înscrie E0.

37. Întrebare:

“ Vă rugăm să ne dați exemple de materiale publicitare politice care au codul A0.
Vă rugăm să ne dați exemple de materiale publicitare politice care au codul B0.”

Răspuns:

Exemplu - A0: distribuție stradală prin voluntari și membrii;

Exemplu - B0: distribuție stradală prin voluntari și membrii.

38. Întrebare:

“Este legal ca un membru de partid să posteze 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? Respectivul membru de partid, este considerat actor politic care face campanie electorală în condițiile prevăzute de lege?”

Răspuns:

Având în vedere prevederile art. 1 și 2 din Legea partidelor politice nr. 14/2003, republicată, cu modificările și completările ulterioare,

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)

și 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 posteze pe pagina proprie de pe o platformă online foarte mare un material publicitar politic, **etichetat corespunzător**(*în eventualitatea (re)distribuirii materialului publicitar politic, respectiv a editării acestuia, informațiile incluse în cadrul etichetei vor fi păstrate ca atare în conținutul materialului publicitar politic.*), pe care îl preia integral sau parțial de pe paginile oficiale ale partidului/candidatului partidului, cu respectarea regulilor fiecărei platforme în parte.

39. Întrebare:

”Persoanele care publică materiale publicitare politice pe platformele online foarte mari trebuie să se afle într-o relație contractuală cu mandatarul financiar al candidatului în numele căruia se face campanie electorală, sau este suficient ca partidul pentru care face campanie să aibă la nivel național un contract pentru producerea și difuzare pe pagina proprie a acelui material?”

Răspuns:

În conformitate cu prevederile art. 34 - 34² din Legea nr. 334/2006 privind finanțarea activității partidelor politice și a campaniilor electorale, republicată, cu modificările și completările ulterioare, partidele politice, alianțele politice, organizațiile cetățenilor aparținând minorităților naționale sau candidații independenți, după caz, sunt singurele entități care se pot afla în relație contractuală cu mandatarul financiar.

40. Întrebare:

”În situația în care avem un material publicitar politic, de orice tip, produs pentru un candidat în condițiile legii, poate fi respectivul material utilizat integral sau parțial de către membrii respectivului partid, în cadrul unei redistribuiri sau unei postări noi (de sine stătătoare) pe paginile proprii ale acestora de pe platformele online foarte mari, în timpul campaniei electorale?”

Răspuns:

A se vedea răspunsul de la întrebarea nr. 38.

41. Întrebare:

“*Avem un spot tv pentru care s-a plătit producția, dar va fi difuzat pe timpii de antena (gratuit) Va rugam sa ne comunicati care este codificarea corecta pentru litera E din codul CPP.*”

Răspuns:

În situația prezentată de dumneavoastră, codul de publicitate politică inscripționat pe eticheta materialului publicitar politic va conține E0.

42. Întrebare:

“Pentru un candidat independent este obligatoriu sa se treaca in casuta informativa adresa postala? Precizam ca adresa postala a candidatului nu a fost dezvaluita public.”

Răspuns:

În situația prezentată de dumneavoastră, în eticheta materialului publicitar politic se va menționa numele și adresa de mail.