

## **Comunicat de presă**

11 noiembrie 2004

### **Cheltuielile partidelor politice și ale candidaților la jumătatea campaniei electorale pentru alegerile parlamentare și prezidențiale 2004**

**Cea mai mare parte a fondurilor folosite de partidele politice în competiția electorală din această toamnă sunt menite a susține campania candidaților la Președinție.**

La fel cum a procedat în perioada alegerilor locale, și acum, cu ocazia campaniei pentru alegerile parlamentare și prezidențiale, Asociația Pro Democrația monitorizează cheltuielile principalilor competitori, precum și modul în care sunt respectate prevederile Legii 43/2003 privind finanțarea activității partidelor politice și a campaniilor electorale.

Facem acest lucru plecând de la constatarea că banii, în cantități foarte mari, contribuie la înlocuirea dezbaterii politice între partide și între candidați cu promovarea cvasicomercială a acestora, iar acest lucru nu este nicidecum benefic, nu numai pentru competiția electorală, dar nici pentru democrație, în general. Totodată, pericolul ca interesul general să fie împins în plan marginal de către interesele private, ce pot folosi oportunitatea campaniilor electorale pentru a-și crea, prin finanțare politică, poziții privilegiate în raport cu viitorii deținători ai puterii, este cu atât mai mare cu cât folosirea banilor în campanie este mai puțin reglementată și mai netransparentă.

Pe de altă parte, mai observăm că legislația multor țări din Uniunea Europeană, ca și legislația românească, într-o mare măsură, este concepută de așa natură încât să limiteze aceste fenomene negative. Cum legea care reglementează acest domeniu în România este relativ nouă (cel puțin dacă ne referim la noua ei formă), avem toate motivele să credem că va mai trece ceva vreme până când ea va fi aplicată și respectată cu strictețe, iar Asociația Pro Democrația încearcă să grăbească acest proces.

Dintre cheltuielile pe care partidele politice le realizează în campania electorală, singurele tipuri care pot fi approximate de către o organizație ce nu are acces la contabilitatea partidelor și a firmelor cu care acestea colaborează sunt cele legate de publicitatea electorală. În ceea ce ne privește, am optat pentru monitorizarea a două componente ale publicității electorale, anume publicitatea în presa scrisă și publicitatea stradală (out-door), încercând încă din timpul alegerilor locale să ne punem la punct mecanismele pentru această activitate.

Bd. Unirii 45, bl. E3, sc. 3, et. 6, ap.76, sector 3

București, România

Tel.: (+4021) 327 77 36; 327 77 57

Tel./Fax: (+4021) 321 67 44

E-mail: [apd@apd.ro](mailto:apd@apd.ro)

Web: [www.apd.ro](http://www.apd.ro)

## **Monitorizarea publicității în presa scrisă**

Pentru evaluarea cheltuielilor efectuate cu publicitatea în presa scrisă au fost monitorizate, la nivel central, următoarele publicații:

- 27 de cotidiene
- 21 de săptămânale
- 23 de publicații lunare
- 4 publicații bilunare

În ceea ce privește presa locală, au fost monitorizate 266 de publicații (cotidiene, săptămânale și publicații lunare) din 38 dintre județele țării. Monitorizarea a fost asigurată de către firma Media Image.

## **Monitorizarea publicității stradale**

Monitorizarea publicității stradale s-a realizat în șapte dintre cele mai mari județe ale țării: București (toate sectoarele), Bacău, Brașov, Constanța, Cluj, Vâlcea și Timiș.

Pentru a evalua cât mai exact cheltuielile realizate de partide pentru publicitatea electorală outdoor, au fost monitorizate următoarele tipuri de reclame:

1. Panouri publicitare mari:
  - a. la intrarea metrou: panouri publicitare dispuse deasupra intrărilor în stațiile de metrou
  - b. standard
  - c. clasic
  - d. derulabile
2. Panouri publicitare mici (dimensiune 1,1 x 1,6 m):
  - a. la intrarea în stațiile de metrou
  - b. în stații de autobuz
  - c. pe calcan
  - d. pe picior
  - e. cu ceas
3. Reclame pe stâlpi:
  - a. panouri simple
  - b. casete luminate
  - c. draperii
4. Bannere
5. Atipice:
  - a. mesh – pânzele imense care acoperă fațadele clădirilor
  - b. cuburi
  - c. panouri mobile ș.a.

Monitorizarea publicității stradale este realizată de peste 200 de voluntari ai Asociației Pro Democrația, care au monitorizat cele mai importante bulevarde și străzi din București și județele Bacău, Brașov, Cluj, Constanța, Vâlcea și Timiș.

Pentru a se asigura o cât mai mare acuratețe a datelor, frecvența de monitorizare a publicității outdoor a fost de 2 ori pe săptămână, înregistrându-se date referitoare la tipul de reclamă, locul, durata de expunere, partidul și candidatul pentru care se face publicitate.

Dorim să le mulțumim în mod deosebit voluntarilor APD pentru promptitudinea și efortul depus.

**Calculul** costurilor s-a realizat având ca reper „prețurile de listă” și reprezintă sumele brute. Nu s-au luat în calcul eventualele discounturi sau bartere, forme care sunt complet nereglementate de lege.

### **Concluziile rezultate în urma activității de monitorizare**

După aproape două săptămâni de campanie, putem observa următoarele lucruri:

- 1. covârșitoarea majoritate a fondurilor „aruncate” de partidele politice în competiția electorală din această toamnă sunt menite a susține campania candidaților la Președinție;**
- 2. suma cheltuită cu publicitatea în presa scrisă este de peste 1.500.000 USD și este de două ori mai mare decât suma cheltuită în aceeași perioadă a campaniei pentru alegerile locale;**
- 3. publicitatea out-door a început mult mai târziu și este, deocamdată, mai redusă, în comparație cu alegerile locale;**
- 4. s-a îmbunătățit, de asemenea, în comparație cu alegerile locale, respectarea reglementărilor referitoare la elementele de transparență ce trebuie imprimare pe materialele de propagandă electorală – beneficiarul și agentul economic care le-a tipărit, cu toate că se pot da încă destul de multe exemple de încălcare a acestor reglementări.**

Activitățile de monitorizare coordonate de Asociația Pro Democrația se încadrează în proiectul „Banii și Politica”, desfășurat în perioada 1 februarie 2004 – 28 februarie 2005, cu sprijin financiar din partea Canadian International Development Agency și National Democratic Institute for International Development.

Pe site-ul proiectului - [www.apd.ro/map](http://www.apd.ro/map) - puteți accesa toate rezultatele raportului de monitorizare efectuat de APD la jumătatea campaniei electorale.

Pentru mai multe informații, vă rugăm contactați:  
Costel Popa (Coordonator proiect)  
Director adjunct  
Tel.: 021/327 77 36, 327 77 57  
Mobil: 0723 152 493, 0744 688 163, 0788 254 211  
E-mail: [costel.popa@apd.ro](mailto:costel.popa@apd.ro)