

Comunicat de presă

24 noiembrie 2004

Cheltuielile partidelor politice și ale candidaților în campania electorală pentru alegerile parlamentare și prezidențiale 2004

Principalele forțe politice au investit peste 7,5 milioane de dolari în publicitatea electorală menită a susține campania pentru alegerile parlamentare și prezidențiale.

Asociația Pro Democrația (APD) a continuat să monitorizeze cheltuielile principalilor competitori politici, precum și modul în care sunt respectate prevederile Legii 43/2003 privind finanțarea activității partidelor politice și a campaniilor electorale. În plus, APD a urmărit modul în care resursele publice continuă a fi folosite în scopuri electorale.

Datele cu privire la costurile cu publicitatea în presa scrisă și publicitatea stradală la nivel național, la nivelul Municipiului București și al județelor Bacău, Brașov, Cluj, Constanța, Timiș și Vâlcea sunt prezentate în graficele anexate.

Trebuie menționat faptul că aceste tipuri de cheltuieli reprezintă în medie aproximativ 50% din bugetul de campanie al unei formațiuni politice, acest procent fiind variabil în funcție de strategia aleasă în campania electorală.

Concluziile rezultate în urma activității de monitorizare

În ceea ce privește cheltuielile realizate în campania electorală:

1. Peste 7,5 milioane de dolari au fost cheltuiți de principalele formațiuni politice pentru publicitatea electorală în presa scrisă și cea stradală la nivel național.
În afară de aceste costuri, cel puțin încă pe atât este necesar pentru cheltuielile legate de: organizare, personal, firme de consultanță, concerte, afișe, pliante etc.
2. Cele mai mari cheltuieli sunt realizate de către Uniunea Națională PSD + PUR, deși diferența față de Alianța D.A. PNL-PD este mai mică comparativ cu campania pentru alegerile locale din iunie 2004. Dacă la alegerile locale, raportul cheltuielilor Uniune/Alianță era de aproximativ 3/1, de această dată raportul este de aproximativ 1,5/1.

3. Candidatul Alianței D.A. PNL-PD la funcția de președinte, Traian Băsescu, este mai promovat decât Adrian Năstase în presa scrisă, cheltuielile publicitare ale lui Traian Băsescu fiind mai mari cu aproximativ 150.000 USD decât cele ale contracandidatului său.
4. În ceea ce privește costurile publicității în presa scrisă, față de cheltuielile angajate în campania pentru alegerile locale, în campania electorală din această toamnă, Alianță D.A. PNL-PD a investit de două ori mai mulți bani (1,5 milioane USD), în timp ce nivelul cheltuielilor Uniunii Naționale PSD + PUR a rămas constant în jurul sumei de 2,4 milioane USD.
5. Publicitatea electorală stradală a început mult mai târziu, având o pondere mult mai redusă în bugetele de campanie ale formațiunilor politice. În Municipiul București, spre exemplu, în campania pentru alegerile locale s-a investit de trei ori mai mulți bani în publicitatea outdoor, decât în această campanie electorală.

În ceea ce privește abuzul de resurse publice folosite în campania electorală

1. În ciuda avertismentelor publice făcute de APD la începutul campaniei electorale, Guvernul României, direct sau prin agențiile sale, continuă să abuzeze de banii publici promovând prin spoturi publicitare programele derulate.
Astfel, numai în ultima săptămână, peste **65.000 de dolari** au fost irosiți pentru spoturile publicitare la programele guvernamentale ale Agenției Naționale a Locuințelor și Companiei Naționale de Autostrăzi și Drumuri Naționale¹.
În plus, acestea conțin elemente ale spoturilor publicitare electorale aparținând Uniunii Naționale PSD + PUR.
2. Agenda vizitelor oficiale în teritoriu a președintelui Ion Iliescu s-a intensificat puternic în timpul campaniei electorale.
Așa cum se poate constata din situația prezentată în anexă, în luna noiembrie, președintele Iliescu a realizat de trei ori mai multe vizite în teritoriu decât în luna octombrie și de 5 ori mai multe decât în luna septembrie.
În cadrul acestor vizite în teritoriu, care apar pe agenda oficială a președintelui Ion Iliescu, a fost făcute declarații cu caracter partinic în favoare Uniunii Naționale PSD + PUR.
Dacă calculăm doar costurile de transport necesare acestor vizite în teritoriu (aproximativ 1.750 km x minim 4 mașini), ar rezulta suma de **22,4 milioane lei**, suportată din bani publici, pentru turneurile electorale ale președintelui Iliescu.

¹ Monitorizarea publicității guvernamentale s-a realizat în perioada 15-22 noiembrie, acoperind principalele posturi TV naționale. Evaluarea costurilor se bazează pe prețurile de listă ale acestor televiziuni. În această perioadă au apărut 13 spoturi publicitare pentru programele: „ANL am pornit împreună pe drumul spre casa” și „Autostrada soarelui – primii 100 de km la nivel european”

În ceea ce privește respectarea art. 20 (2) din Legea 43/2003 nu se poate constata nici o îmbunătățire a situației referitoare la afișele electorale.

Deși există obligația explicită în Legea 43/2003 de a imprima pe toate afișele și materialele de propagandă numele agentului economic care le-a tipărit și a formațiunii politice care le-a editat, trebuie menționat faptul că partidele politice și instituțiile abilitate nu au luat măsuri pentru îndreptarea situației existente, cu atât mai mult cu cât APD a făcut sesizări scrise, pe parcursul campaniei electorale, către Curtea de Conturi și Camerele Județene de Conturi, dar și prin intermediul mass-mediei.

În ceea ce privește respectarea Legii 373/2004, PSD Constanța are o problemă.

Referitor la panourile publicitare negative la adresa candidaților Alianței D.A. PNL-PD și realizate de către Partidul Social Democrat în orașul Constanța, se poate constata că, în ciuda hotărârilor Biroului Electoral Județean Constanța prin care se interzic aceste panouri, PSD Constanța nu numai că nu a încetat să mai expună astfel de panouri publicitare, dar le-a sporit în mod considerabil numărul, încălcând atât legea electorală, cât și decizia BEJ-Constanța, explicită în acest sens.

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 Affairs.

Dorim să le mulțumim în mod deosebit voluntarilor și membrilor 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.

Pe site-ul proiectului - www.apd.ro/map - puteți accesa toate rezultatele raportului de monitorizare efectuat de APD pe campania electorală pentru alegerile parlamentare și prezidențiale.

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