

# ACTE ALE AUTORITĂȚII ELECTORALE PERMANENTE

AUTORITATEA ELECTORALĂ PERMANENTĂ

## HOTĂRÂRE

### privind modul de promovare, distribuire, publicare sau editare a materialelor publicitare politice utilizate în campania electorală la alegerile pentru Președintele României din anul 2025

Având în vedere necesitatea unei corecte aplicări a regulilor de promovare, distribuire, postare (publicare) sau editare a materialelor publicitare politice,

urmărind protejarea imperativelor fundamentale promovate la art. 30 și 31 din Constituția României, republicată, ținând cont de relevanța dispozițiilor art. 3 pct. 4 și a considerentelor nr. 1, 22-24, 30, 33, 37 și 49 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,

luând în considerare că, astfel cum rezultă din dezideratele constituționale antereferte și din economia prevederilor art. 36 alin. (1) din Legea nr. 334/2006 privind finanțarea activității partidelor politice și a campaniilor electorale, republicată, cu modificările și completările ulterioare, și ale art. 37 alin. (1) din Legea nr. 370/2004 pentru alegerea Președintelui României, republicată, cu modificările și completările ulterioare, opiniile politice exprimate cu titlu personal constituie o manifestare a dreptului la libertatea de exprimare și de informare,

având în vedere că, în lumina recomandărilor formulate în cadrul „Comunicării Comisiei — Orientări ale Comisiei către furnizorii de platforme online foarte mari și de motoare de căutare online foarte mari privind atenuarea riscurilor sistemice la adresa proceselor electorale în temeiul articolului 35 alineatul (3) din Regulamentul (UE) 2022/2.065 privind integritatea serviciilor”, se conturează necesitatea stabilirii unor măsuri pentru prevenirea și combaterea unor practici de manipulare, prin intermediul unor tehnici înșelătoare utilizate pentru plasarea, promovarea și/sau distribuirea materialelor publicitare politice în mediul online,

considerând că, în înțelesul prezentei hotărâri, mediul online cuprinde orice tip de resursă accesibilă prin internet, indiferent de condițiile de utilizare (acces liber sau restricționat), incluzând platforme digitale, rețele de socializare, interfețe online, pagini de internet, aplicații mobile, instrumente software, motoare de căutare, servicii similare ori servicii media audiovizuale la cerere, și care permite efectuarea unor activități de către utilizatori, inclusiv furnizarea, accesarea și distribuirea de conținut, interacțiunea cu alți utilizatori, utilizarea de funcționalități digitale sau realizarea altor operațiuni în spațiul virtual,

văzând definițiile publicității politice și actorului politic prevăzute la art. 3 pct. 2 și 4 din Regulamentul (UE) 2024/900, având în vedere faptul că publicitatea politică poate lua numeroase forme, inclusiv conținut plătit, afișarea de rezultate sponsorizate atunci când se fac căutări, mesaje plătite care vizează un public-țintă, promovarea unei poziții mai bune în clasamente, promovarea de produse sau de persoane integrată în conținut, cum ar fi plasarea de produse, utilizarea influențatorilor și alte forme de susținere,

observând că 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, nu sunt materiale de altă natură decât materialele publicitare politice prevăzute prin 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,

ținând cont de prevederile art. 37 alin. (2) din Legea nr. 370/2004, republicată, cu modificările și completările ulterioare, potrivit cărora mijloacele folosite în campania electorală nu pot contraveni ordinii de drept,

în urma analizării propunerilor și observațiilor formulate de reprezentanții organizațiilor neguvernamentale cu activitate relevantă în domeniul electoral și ai partidelor politice parlamentare în cadrul consultărilor organizate la datele de 5, 10 și 12 februarie 2025,

în temeiul art. 16 alin. (4) 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 și al art. 104 alin. (1) și (2) din Legea nr. 208/2015 privind alegerea Senatului și a Camerei Deputaților, precum și pentru organizarea și funcționarea Autorității Electorale Permanente, cu modificările și completările ulterioare,

**Autoritatea Electorală Permanentă adoptă prezenta hotărâre.**

Art. 1. — (1) În înțelesul art. 16 alin. (1)-(5) 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, precum și al prezentei hotărâri, pe durata campaniei electorale a alegerilor pentru Președintele României din anul 2025, 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 campania electorală de către un actor politic;

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

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.

(2) 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.

(3) 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 prezentei hotărâri.

(4) Producerea și difuzarea de materiale publicitare politice în alte condiții decât cele prevăzute de Legea nr. 334/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare, Legea nr. 370/2004 pentru alegerea Președintelui României, republicată, cu modificările și completările ulterioare, și de Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 1/2025 sunt interzise.

Art. 2. — (1) 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:

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 conform art. 34 alin. (13) din Legea nr. 334/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare.

(2) Materialele publicitare politice prevăzute la art. 36 alin. (2) lit. a), c) și e) din Legea nr. 334/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare, trebuie să conțină, alături de informațiile prevăzute la alin. (1), și următoarele informații:

a) denumirea operatorului economic care le-a realizat;

b) tirajul, doar în cazul materialelor prevăzute la art. 36 alin. (2) lit. a) și e) din Legea nr. 334/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare.

(3) În înțelesul prezentei hotărâri, prin „promovare electorală” se înțelege orice acțiune cu caracter electoral derulată de către un actor politic în timpul campaniei electorale.

Art. 3. — (1) În cadrul fiecărui material publicitar politic, cu excepția celor de natură exclusiv audio sau exclusiv de tipul unui text publicat în mediul online, informațiile prevăzute la art. 2 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 prevăzute în anexa la prezenta hotărâre.

(2) Informațiile prevăzute în eticheta menționată la alin. (1) trebuie să îndeplinească următoarele caracteristici:

a) informațiile trebuie să fie ușor de înțeles;

b) informațiile trebuie să fie plasate la vedere, static, în mod permanent, indiferent de tipul de terminal informatic utilizat pentru vizualizarea materialului publicitar politic;

c) dimensiunea și culoarea textului trebuie să fie stabilite astfel încât informațiile să fie lizibile și ușor identificabile.

Art. 4. — (1) În cazul materialelor publicitare politice exclusiv audio cu o durată mai mare de 30 de minute, informațiile prevăzute la art. 2 alin. (1) vor fi semnalate audio atât la începutul conținutului, la fiecare 30 de minute, cât și la finalul materialului, astfel încât să poată fi clar percepute de public și să fie redade la o viteză de citire normală.

(2) În cazul materialelor publicitare politice exclusiv audio cu o durată mai mică de 30 de minute, informațiile prevăzute la art. 2 alin. (1) vor fi semnalate audio la începutul și la finalul conținutului, astfel încât să poată fi clar percepute de public și să fie redade la o viteză de citire normală.

(3) În cazul materialelor publicitare politice exclusiv audio cu o durată mai mică de 30 de secunde, vor fi semnalate audio la începutul conținutului doar informațiile prevăzute la art. 2 alin. (1) lit. a) și f), astfel încât să poată fi clar percepute de public și să fie redade la o viteză de citire normală.

Art. 5. — În cazul materialelor publicitare politice de tipul 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).

Art. 6. — (1) Dispozițiile prezentei hotărâri se aplică în mod corespunzător și transmisiunilor de orice tip difuzate în timp real (live). În cazul materialelor publicitare politice de acest tip, informațiile prevăzute la art. 2 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 prevăzută la art. 3, sau text, prin inserarea mențiunii „MATERIAL PUBLICITAR POLITIC” și a informațiilor prevăzute la art. 2 alin. (1) lit. f), pe toată durata difuzării conținutului, dacă funcționalitățile și caracteristicile mediului de difuzare a transmisiunii permit acest lucru.

(2) În eventualitatea editării ulterioare a materialelor prevăzute la alin. (1) se va insera eticheta prevăzută la art. 3.

Art. 7. — (1) În eventualitatea redistribuirii sau redifuzării materialului publicitar politic, informațiile prevăzute la art. 2, incluse în cadrul acestuia în condițiile art. 3-6, după caz, vor fi păstrate ca atare în conținutul materialului publicitar politic.

(2) În eventualitatea editării materialului publicitar politic, informațiile prevăzute la art. 2, incluse în cadrul acestuia în condițiile art. 3-6, după caz, vor fi păstrate ca atare în conținutul noii versiuni a materialului publicitar politic.

Art. 8. — Plângerile privind acțiunile de promovare, distribuire sau postare a materialelor publicitare politice, prin mijloace sau tehnici cu scop manipulator, precum, dar fără a se limita la, utilizarea de conturi false create în mediul online, dezvoltarea unor rețele de conturi automatizate, parțial automatizate sau neautomatizate, simularea interacțiunilor, coordonarea creării și/sau promovarea de conținut neautentic/fals sau asumarea în mod înșelător a identității unui actor politic sau a unei entități independente, se soluționează prin decizii ale birourilor electorale emise în condițiile art. 17 din Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 1/2025 sau ale art. 42 din Legea nr. 370/2004, republicată, cu modificările și completările ulterioare, după caz.

Art. 9. — Dispozițiile prezentei hotărâri se aplică în mod corespunzător și campaniei electorale aferente celui de-al doilea tur de scrutin al alegerilor pentru Președintele României din anul 2025.

Art. 10. — Anexa face parte integrantă din prezenta hotărâre.

Art. 11. — Prezenta hotărâre se publică în Monitorul Oficial al României, Partea I.

p. Președintele Autorității Electorale Permanente,  
**Vajda Zsombor**

Contrasemnează:  
Vicepreședinte,  
**Cosmin-Gabriel Popp**

**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:

<b>MATERIAL PUBLICITAR POLITIC*</b>	
.....**	
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 astfel cum este menționată la art. 2 alin. (3) din hotărâre. 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.

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

Suplimentar, materialele publicitare politice prevăzute la art. 36 alin. (2) lit. a), c) și e) din Legea nr. 334/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare, vor conține, alături de informațiile prevăzute la alin. (1), și următoarele informații:

a) denumirea operatorului economic care le-a realizat;

b) tirajul, doar în cazul materialelor prevăzute la art. 36 alin. (2) lit. a) și e) din Legea nr. 334/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare.

Model exemplificativ 1 — Persoană fizică

<b>MATERIAL PUBLICITAR POLITIC</b>	
Candidat numele, adresa de e-mail și, dacă este dezvăluită public de către acesta, adresa poștală	
CMF 0000000	CPP A0B0C0D0E0

Model exemplificativ 2 — Persoană juridică

<b>MATERIAL PUBLICITAR POLITIC</b>	
FORMAȚIUNE POLITICĂ denumire, adresa de e-mail și adresa la care aceasta își are sediul	
CMF 0000000	CPP A0B0C0D0E0

Model exemplificativ 3 — Materialele publicitare politice prevăzute la art. 36 alin. (2) lit. a) și e) din Legea nr. 334/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare

<b>MATERIAL PUBLICITAR POLITIC</b>	
Candidat numele, adresa de e-mail și, dacă este dezvăluită public de către acesta, adresa poștală sau	
FORMAȚIUNE POLITICĂ	
denumire, adresa de e-mail și adresa la care aceasta își are sediul	
CMF 0000000	CPP A0B0C0D0E0
denumirea operatorului economic care le-a realizat tirajul, doar în cazul materialelor prevăzute la art. 36 alin. (2) lit. a) și e) din Legea nr. 334/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare	

Model exemplificativ 4 — Materialele publicitare politice prevăzute la art. 36 alin. (2) lit. c) din Legea nr. 334/2006, republicată, cu modificările și completările ulterioare

<b>MATERIAL PUBLICITAR POLITIC</b>	
Candidat numele, adresa de e-mail și, dacă este dezvăluită public de către acesta, adresa poștală sau	
FORMAȚIUNE POLITICĂ	
denumire, adresa de e-mail și adresa la care aceasta își are sediul	
CMF 0000000E	CPP A0B0C0D0E0
denumirea operatorului economic care le-a realizat	