

RECLAME POLITICE PE FACEBOOK

în campania electorală
pentru alegerile parlamentare 2020



CPD

SNSPA
Center for Civic Participation
and Democracy

METODOLOGIE

- Analiza urmărește să identifice modul în care principalii actori politici au utilizat funcția de reclame plătite pe platforma Facebook, în contextul desfășurării campaniei electorale pentru alegerile parlamentare, în perioada 6 noiembrie – 6 decembrie 2020.
- Datele analizate sunt împărțite în 3 categorii:
 1. Nivelul investițiilor în campanii pe Facebook – LIDERI și PARTIDE
 2. Clasament extins al actorilor politici – top 20 în funcție de numărul de RECLAME și NIVELUL INVESTIȚIILOR
 3. Cele mai vizualizate reclame - LIDERI și PARTIDE

METODOLOGIE

- Pentru realizarea analizei am folosit date puse la dispoziție de **Facebook Ad Library** pentru România, pentru perioada **6 noiembrie – 6 decembrie 2020**. Această bază de date conține informații despre „reclame referitoare la teme sociale, electorale și alegeri”, înregistrate ca atare de Facebook.
- Au fost selectate pentru analiză **partidele care au intrat în Parlament, dar și cele care au fost la limita pragului de 5%** (respectiv PMP și Pro România).
- Pașii metodologici care au ghidat activitatea de culegere a datelor sunt precizați la fiecare capitol în parte.



1. NIVELUL INVESTIȚIILOR ÎN CAMPANII PE FACEBOOK.

Lideri și partide

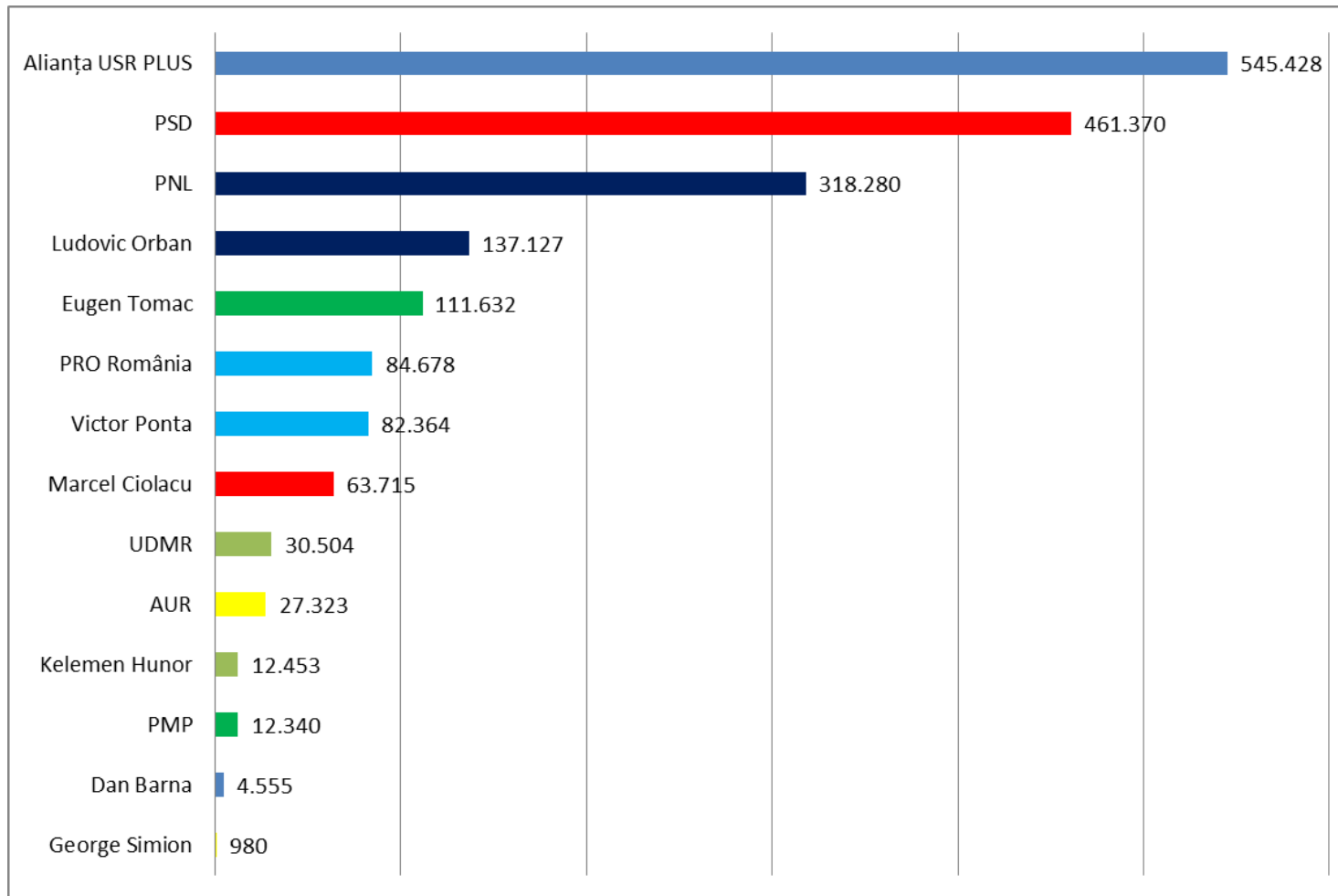
METODOLOGIE

- În cadrul acestui capitol am selectat datele referitoare la nivelul investițiilor (sume totale cheltuite, în RON), precum și numărul de reclame derulate pe Facebook în perioada 6 noiembrie - 6 decembrie 2020.
- Limita analizei derivă din faptul că am inclus în analiză **exclusiv paginile oficiale ale fiecărei formațiuni politice și, respectiv, ale liderilor acestora**. Campania prin intermediul reclamelor pe Facebook s-a desfășurat însă prin folosirea unei multitudini de pagini asociate cu actorii politici – unele oficial (filiale locale, lideri secundari, candidați etc), altele neoficial (au existat pagini de Facebook ale unor influenceri, organizații media, ONG-uri etc. ce au investit diverse sume în sponsorizarea unor materiale de campanie în sprijinul sau în defavoarea unor partide).
- Analiza de față pornește de la datele oficiale de bază, similare pentru toți actorii politici analizați, pentru a oferi câteva repere utile pentru evaluarea implicării partidelor și politicienilor în campania electorală pe Facebook. Concluziile trebuie interpretate relativ, raportat la limitele precizate mai sus.

1. Clasament după nivelul investițiilor. LIDERI și PARTIDE

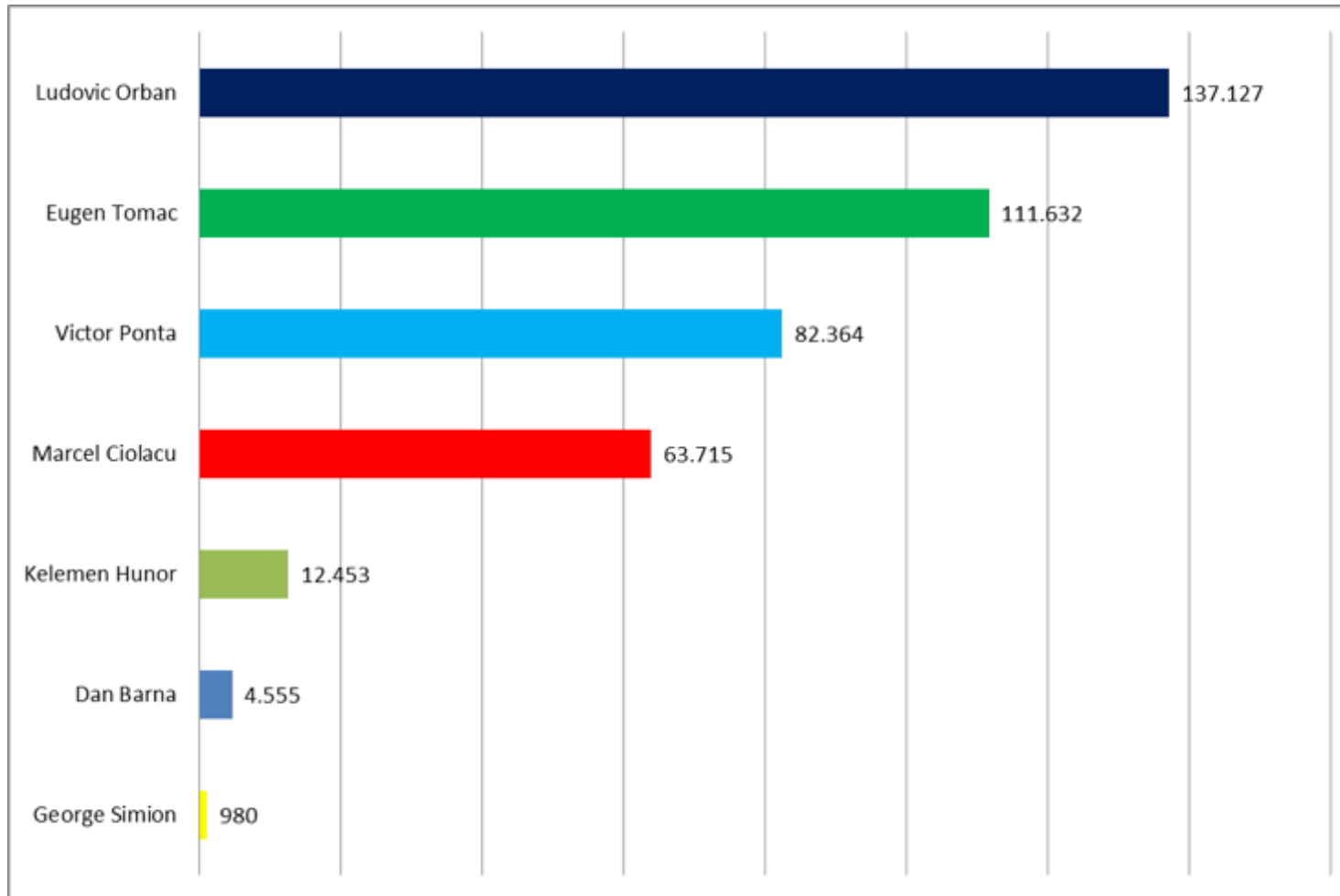
- Partide incluse în analiză
 - PSD, PNL, Alianța USR PLUS, AUR, UDMR, PMP și Pro România
- Lideri politici
 - În această categorie au intrat președinții partidelor de mai sus.
 - În cazul Alianței USR PLUS s-a făcut o excepție și a fost selectat Dan Barna, deoarece Dacian Cioloș, în perioada 6 noiembrie – 6 decembrie, nu a înregistrat nicio postare plătită.
 - De asemenea, în cazul partidului AUR, a fost inclus în analiză doar copreședintele George Simion, deoarece copreședintele Claudiu Târziu nu a desfășurat campanii plătite pe Facebook în perioada analizată.

1.A Clasament după nivelul investițiilor. LIDERI și PARTIDE



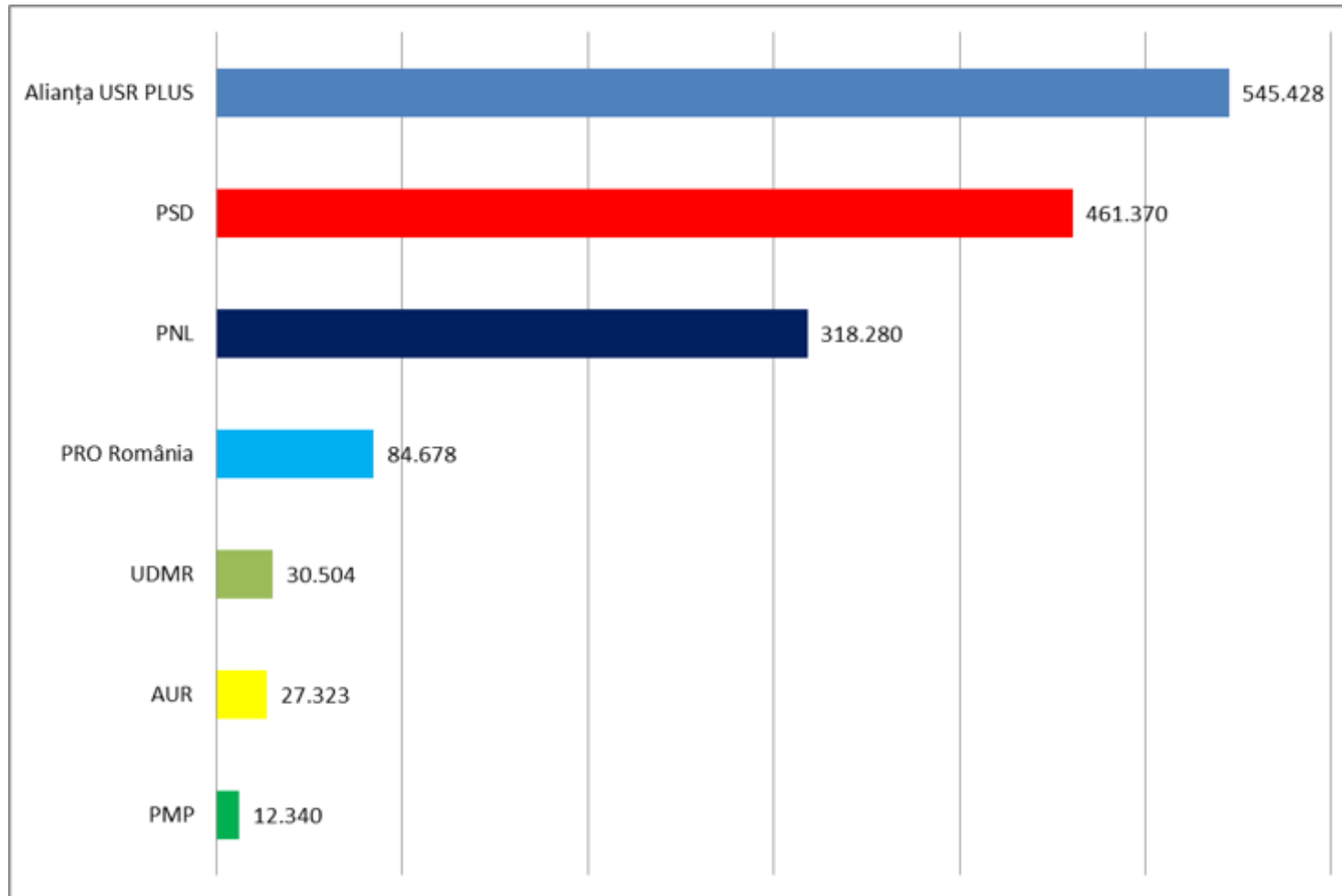
Conform datelor Facebook, pagina oficială a Alianței USR PLUS este liderul la capitolul investiții, depășind PSD și înregistrând o sumă aproape dublă față de PNL. În rândul partidelor mici, AUR depășește PMP. Eugen Tomac este singurul lider de partid pe a cărui pagină oficială s-a investit mai mult comparativ cu pagina oficială a partidului.

1.A.1 Clasament după nivelul investițiilor. LIDERI DE PARTID



De remarcat faptul că, la nivelul liderilor, pagina lui Victor Ponta a înregistrat, conform datelor Facebook, mai multe investiții în campanii decât pagina lui Marcel Ciolacu, în timp ce pagina lui Dan Barna se află în partea de jos a clasamentului.

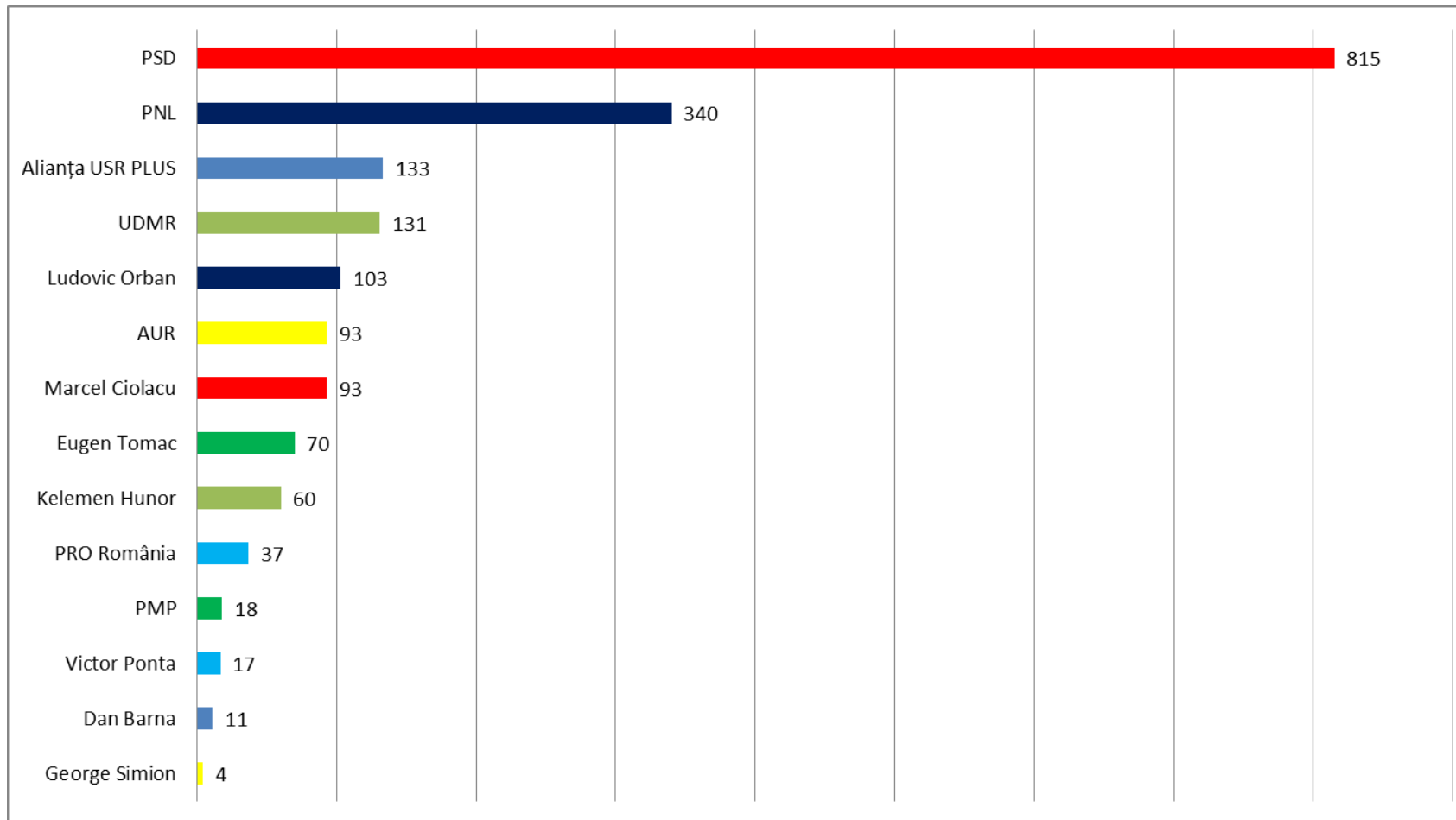
1.A.2 Clasament după nivelul investițiilor. PARTIDE



Prin intermediul paginii oficiale AUR s-au realizat investiții de trei ori mai puține comparativ cu pagina Pro România.

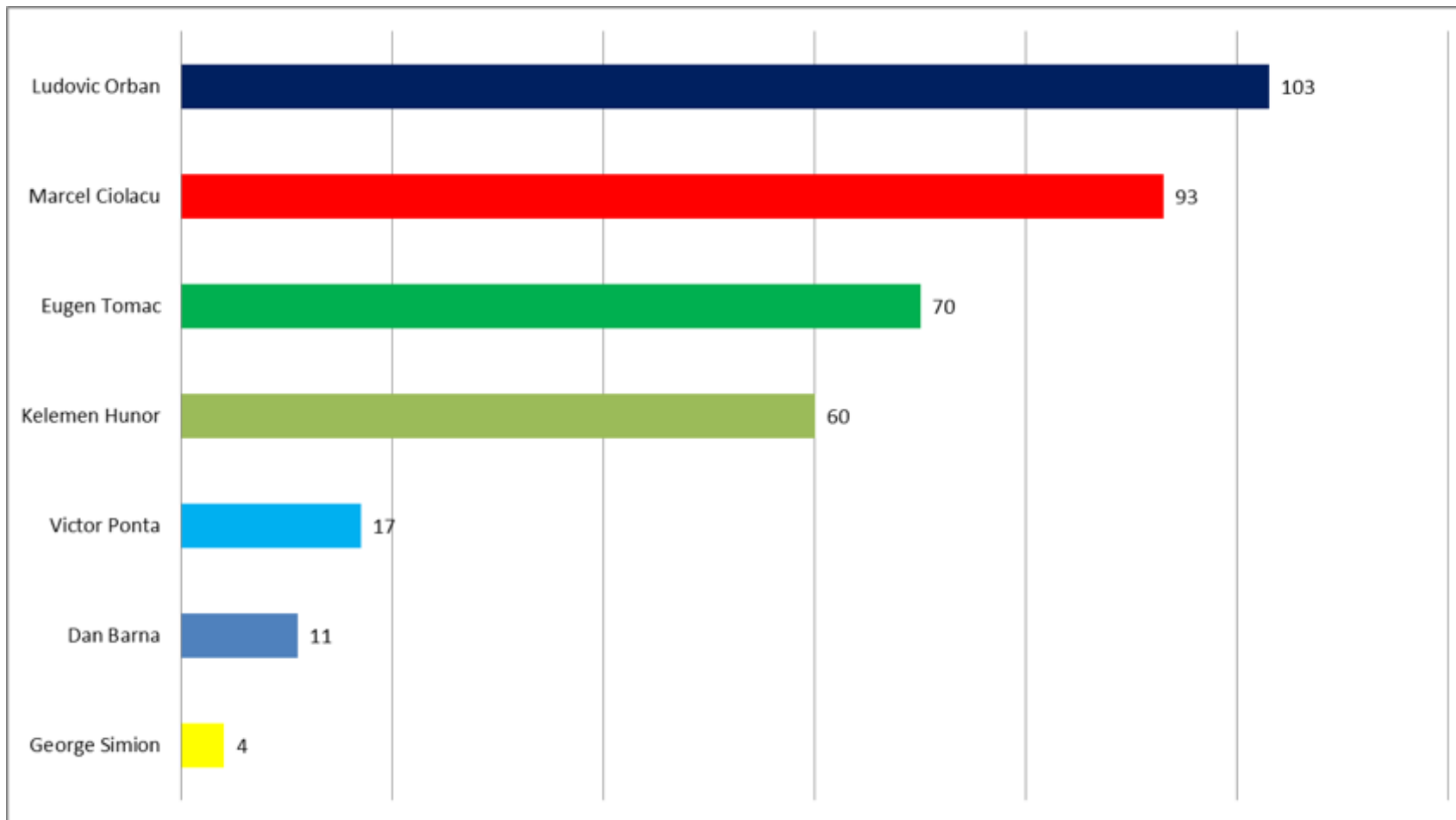
1.B Clasament după numărul de reclame.

PARTIDE și LIDERI politici



În ce privește numărul de reclame, PSD se remarcă printr-un volum extrem de mare comparativ cu ceilalți actori politici.

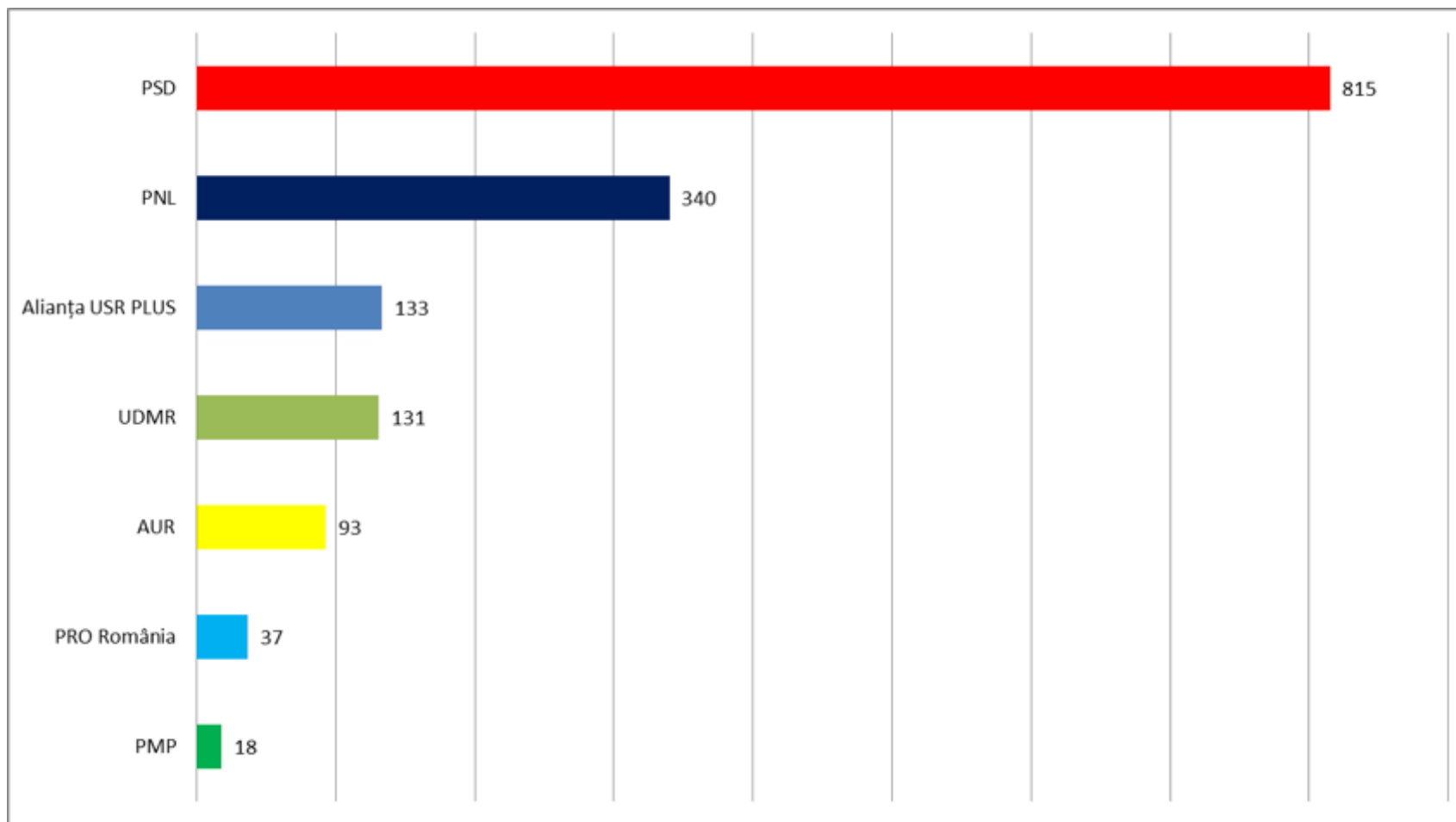
1.B.1 Clasament după numărul de reclame. LIDERI politici



În rândul liderilor de partid, paginile lui Ludovic Orban și Marcel Ciolacu au rulat un număr similar de reclame, în timp ce Dan Barna se remarcă printr-un număr mic, care îl situează pe locul penultim.

1.B.2 Clasament după numărul de reclame.

PARTIDE



Alianța USR PLUS a derulat pe pagina oficială un număr de 6 ori mai mic de reclame decât PSD. Coroborând acest lucru cu nivelul superior al investițiilor, ajungem la concluzia că s-a preferat pe această pagină strategia investițiilor substanțiale într-un număr mai mic de reclame, pentru o penetrare mai mare a unor mesaje centrale. Concluzia este întărită de rezultatele identificate în capitolul 3 al analizei, referitor la impactul estimat al reclamelor.

A background of a network graph with blue nodes and lines on a dark blue background.

2. NIVELUL INVESTIȚIILOR ÎN CAMPANII PE FACEBOOK.

Lideri și partide – clasament extins

METODOLOGIE

- În plus față de capitolul anterior, am urmărit să extindem cantitatea de informații procesată prin includerea în analiză a mai multor actori politici ce au derulat campanii plătite pe Facebook în beneficiul partidelor politice, în afara paginii oficiale a fiecărui partid și paginilor oficiale ale liderilor. Astfel, pentru fiecare partid politic în parte, au existat campanii derulate atât pe pagina oficială a partidului și pe pagina liderului de partid, dar și pe paginile unora dintre candidații de pe liste, ale unor lideri și organizații locale etc.
- Pentru a agrega aceste informații, am identificat, în cadrul Facebook Ad Library, **un top al primelor 20 de pagini care au rulat campanii în perioada 6 noiembrie – 6 decembrie**, conform datelor aflate în evidența Facebook. Datele au fost prelucrate atât în funcție de **nivelul investițiilor (în RON)**, cât și în funcție de **numărul de reclame**.
- Nu am urmărit cuantificarea de sume totale pentru fiecare partid, deoarece nu am considerat că se pot identifica, în mod cert, în datele Facebook toate paginile care au derulat campanii plătite în sprijinul unui partid politic. Am extras doar primele 20 de pagini care s-au remarcat prin nivelul investițiilor, respectiv prin numărul de reclame.

2.A Clasament extins al actorilor politici. NIVELUL INVESTIȚIILOR - Top 20

Page Name	Amount Spent (RON)
Alianța USR PLUS	545.428
Partidul Social Democrat	461.370
Partidul Național Liberal	318.280
Alianța USR PLUS Cluj	142.555
Ludovic Orban	137.127
Alianța USR PLUS Ilfov	123.609
PNL Bucuresti	122.601
PSD Brasov	112.862
PSD Bucuresti	112.203
Eugen Tomac	111.632
PRO România	84.678
Victor Ponta	82.364
Alianța USR PLUS Suceava	81.806
Cristian Dima	77.179
PLUS București	75.048
PMP Prahova - Oficial	71.793
Dezvoltăm România	67.873
Marcel Ciolacu	63.715
PNL Prahova	63.241
PSD Galati	63.056

Alianța USR PLUS, PSD și PNL au câte 5 pagini incluse în acest top. PMP are 2 pagini, iar Pro România – 3. Dintre liderii de partid, sunt prezenți Ludovic Orban, Eugen Tomac, Victor Ponta și Marcel Ciolacu.

2.B Clasament extins al actorilor politici Număr de RECLAME - Top 20

Page Name	Number of Ads in Library
Partidul Social Democrat	815
PMP Prahova - Oficial	474
PNL Bucuresti	434
PNL Sibiu	346
Partidul Național Liberal	340
PSD ARAD	291
Ioan Pitigoi	252
Mihai Fifer	250
Alianța USR PLUS Cluj	232
RMDSZ Bihar Megye	214
Raluca Turcan	213
RMDSZ, Maros megyei szervezet	196
Cătălina Bozianu	194
PNL Giurgiu	185
PNL Prahova	170
Ovidiu Florean	167
Maria Gabriela Horga	155
Cristian Dima	154
Alianța USR PLUS Suceava	152
PSD Bistrița-Năsăud	151

În top 20 în funcție de criteriul numărului de reclame, PNL are 8 pagini de Facebook asociate, PSD – 4 pagini, PMP – 3 pagini, Alianța USR PLUS și UDMR – câte 2 și Pro România – 1.

A background of a network graph with blue nodes and lines on a dark blue background.

3. CELE MAI VIZUALIZATE RECLAME.

Lideri și partide

METODOLOGIE

- Pentru fiecare partid și lider politic s-a identificat în Facebook Ad Library reclama sau reclamele, derulate în perioada 6 noiembrie – 6 decembrie - care au obținut cel mai mare număr de afișări (*impressions*).
- Pentru obținerea acestor date, s-a utilizat opțiunea de căutare (*search*), folosind, pe rând, drept termen-cheie numele fiecărui partid politic și lider și reținând pentru căutare primul rezultat identificat de biblioteca Facebook din rândul promotorilor (*advertisers*) – denumirea folosită de Facebook pentru entitatea care sponsorizează oficial o reclamă. Rezultatele fiecărei căutări astfel realizate au fost filtrate (*impressions by date, date range 6 nov - 6 dec*) și ordonate (*high to low*) pentru a obține un clasament al reclamelor care au obținut cele mai multe afișări (*impressions*) în perioada respectivă.
- Numărul de afișări este definit de Facebook ca *număr de vizualizări al reclamei pe un ecran*, care poate include mai multe vizualizări ale aceleiași reclame de către aceeași persoană.
- **Datele puse la dispoziție de Facebook sunt estimări, lipsite de precizie absolută și ele trebuie interpretate ca atare.**

METODOLOGIE

- Pentru fiecare actor politic în parte, a fost reținută în analiză **reclama identificată de Facebook Ad Library ca obținând cel mai mare număr de *impressions* în perioada analizată (6 nov – 6 dec)**. Deoarece cifrele nu sunt exacte, ci reprezintă estimări ale Facebook (prezentate sub forma unor praguri, e. g. *peste 1 milion, între 600k și 700k* etc), sunt situații în care pe primul loc se situează nu o singură reclamă, ci un grup de mai multe reclame. În aceste situații am inclus în raport toate reclamele din respectivul grup.
- De asemenea, sunt situații în care actorul politic folosește aceeași reclamă în mai multe momente diferite, eventual cu modificări de targetare (schimbarea regiunilor sau a categoriilor de vârstă sau gen cărora li se adresează reclama). În aceste cazuri, Facebook cumulează impactul (numărul de afișări), oferind date colective, pe care le-am analizat ca atare.
- Am luat în considerare și am inclus în analiză și datele socio-demografice oferite de Facebook, referitoare la numărul de afișări pe categorii de vârstă sau distribuția pe regiuni. Acolo unde aceste date prezentau diferențe evidente față de o distribuție standard, am evidențiat acest lucru în analiză.

Cele mai vizualizate reclame: PSD

26 nov. 2020 - 6 dec. 2020

ID: 3694955000557642



Partidul Social Democrat

Sponsorizat • Plătită de Partidul Social Democrat

Te-au mințit și te-au umilit! Pensia este dreptul tău, obținut prin munca ta! Pensia nu este o pomană...

Din prima ședință de guvern, #PSD va adopta două acte normative:

☑ Creșterea punctului până la 40%, cum era în Legea pensiilor,...



Suma cheltuită

Suma totală estimată plătită de acest promotor pentru aceste reclame.

[Află mai multe](#)

Suma cheltuită

**45 K RON - 50 K RON
(RON)**

Afișări

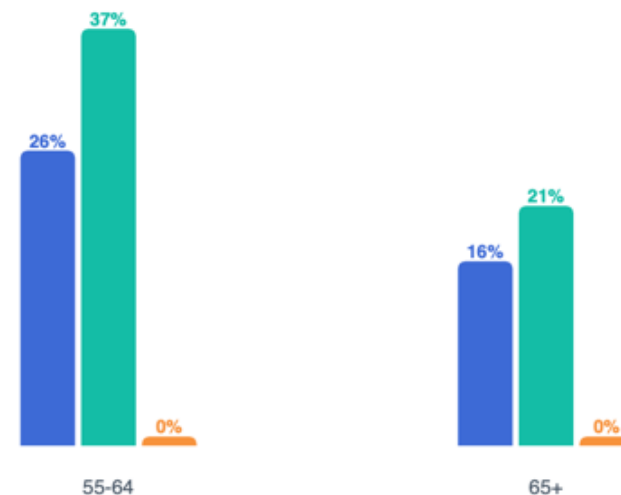
Numărul de vizualizări ale acestei reclame pe un ecran. S-ar putea să fie incluse mai multe vizualizări din partea aceluiași persoane. [Află mai multe](#)

👁 Afișări

>1 mil.

Conform datelor Facebook, aceasta este reclama cu cele mai multe afișări folosită de PSD, rezultatul fiind obținut prin reluarea sa de 13 ori pe parcursul acestui interval de timp. Conținutul său (text & video) se referă la pensii. Ea a fost adresată exclusiv către 2 segmente de vârstă – 55-64 și 65+, la nivelul întregii țări. Numărul de afișări estimat de Facebook – peste 1 milion

Men Women Unknown



Cele mai vizualizate reclame: Marcel Ciolacu

28 nov. 2020 - 1 dec. 2020

ID: 873575926749373



Marcel Ciolacu

Sponsorizat • Plătită de Partidul Social Democrat

Adevăratul #virus cu care se confruntă astăzi România se numește #incompetență, se numește #neglijență, pe scurt - #PNL. Iar singurul #vaccin anti-Orban este #votul!

Pentru a putea opri pandemia, trebuie să oprim mai întâi PNL-ul să guverneze! Să-l oprim pe Orban să închidă școli, biserici, piețele! Să-l oprim pe Cițu să facă noi și noi...



Suma cheltuită

Suma totală estimată plătită de acest promotor pentru aceste reclame.

[Află mai multe](#)

Suma cheltuită

10 K RON - 15 K RON (RON)

Afișări

Numărul de vizualizări ale acestei reclame pe un ecran. S-ar putea să fie incluse mai multe vizualizări din partea aceluiași persoane. [Află mai multe](#)

Afișări

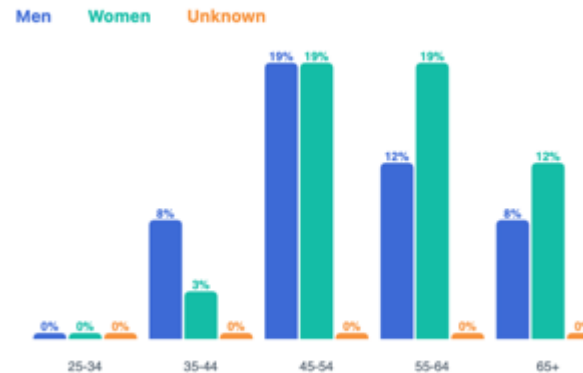
900 K - 1 mil.

Conform datelor Facebook, aceasta este reclama cu cele mai multe afișări folosită de Marcel Ciolacu, rezultatul fiind obținut prin reluarea sa de 8 ori pe parcursul acestui interval de timp. Ea a fost adresată către toate categoriile de adulți și vârstnici (peste 35 de ani), excluzând deci tinerii între 18 și 24 de ani, la nivel național.

Numărul de afișări estimat de Facebook – peste 1 milion

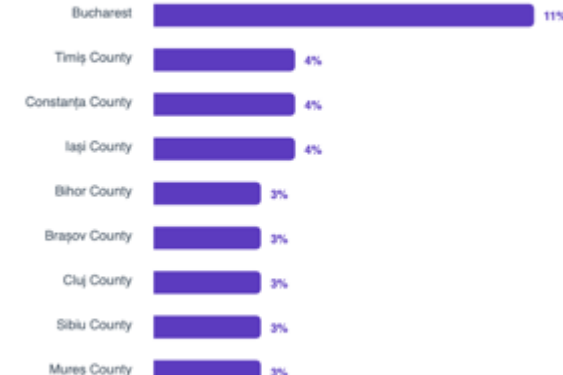
Who Was Shown These Ads

The age and gender breakdowns of people who saw these ads.



Where These Ads Were Shown

The regions where people who saw these ads are located.



Cele mai vizualizate reclame: PNL

Inactivă
21 nov. 2020 - 2 dec. 2020
ID: 210553030507251

Partidul Național Liberal
Sponsorizat - Pătit de Partidul Național Liberal

#DezvoltămRomânia reprezintă planul prin care cele 80 de miliarde de euro din fonduri europene vor finanța proiecte de dezvoltare în România.



DEZVOLTĂM ROMÂNIA

Peste 80 miliarde euro fonduri Europene pentru investiții și dezvoltare

Suma cheltuită
Suma totală estimată plătită de acest promotor pentru aceste reclame.
[Află mai multe](#)

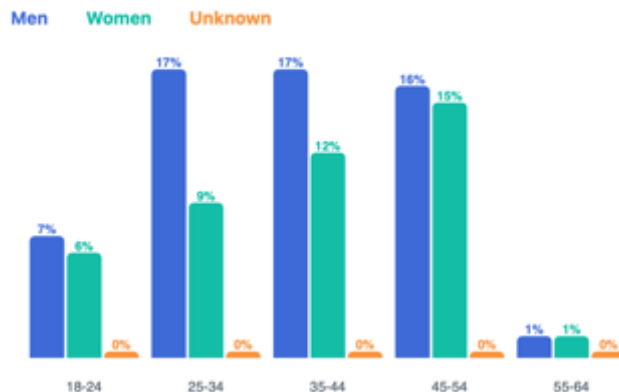
Suma cheltuită
7 K RON - 8 K RON (RON)

Afișări
Numărul de vizualizări ale acestei reclame pe un ecran. S-ar putea să fie incluse mai multe vizualizări din partea aceluiași persoane. [Află mai multe](#)

Afișări
>1 mil.

Who Was Shown These Ads

The age and gender breakdowns of people who saw these ads.



Inactivă
Nov 21, 2020 - Dec 2, 2020
ID: 116342003493075

Partidul Național Liberal
Sponsorized - Paid for by Partidul Național Liberal

#DezvoltămRomânia reprezintă angajamentul că vom crește salariul mediu la 1000 Euro/lună în 2024. Un plan realist și finanțabil.



DEZVOLTĂM ROMÂNIA

Creștem nivelul de trai
1000 Euro/lună
Salariu mediu net în 2024

Amount Spent
The estimated total money this advertiser spent on these ads. [Learn more](#)

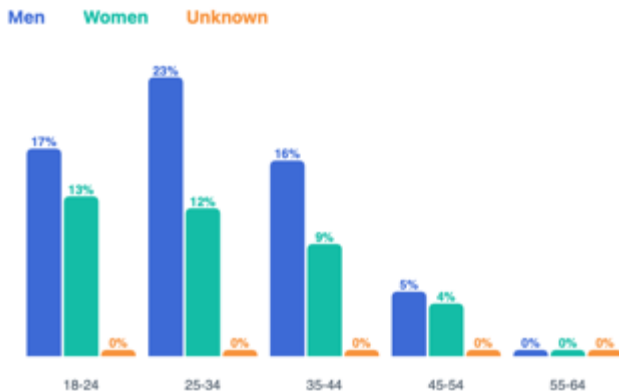
Amount Spent
8 K RON - 9 K RON (RON)

Impressions
The number of times these ads were seen on a screen. This may include multiple views by the same people. [Learn more](#)

Impressions
>1 mil.

Who Was Shown These Ads

The age and gender breakdowns of people who saw these ads.



Conform datelor Facebook, au existat 4 reclame folosite de Partidul Național Liberal care au obținut peste 1 milion de afișări. În cazul fiecăreia dintre ele, rezultatul a fost obținut prin reluarea de 2 ori pe parcursul acestui interval de timp.

Cele 2 reclame alăturate (stânga) au fost folosite în intervalul de timp 21 nov – 2 dec.

Ambele au fost adresate către categoriile de vârstă tinere și adulte/active, între 18 și 54 de ani.

Cele mai vizualizate reclame: PNL

Inactive
Nov 19, 2020 - Nov 23, 2020
ID: 926856474510375

Partidul Național Liberal
Sponsored - Paid for by Partidul Național Liberal
#DezvoltămRomânia înseamnă prioritizarea investițiilor în sistemul de sănătate pentru spitale noi și moderne. Un plan realist și finanțabil.



Amount Spent

The estimated total money this advertiser spent on these ads. [Learn more](#)

Amount Spent

10 K RON - 15 K RON (RON)

Impressions

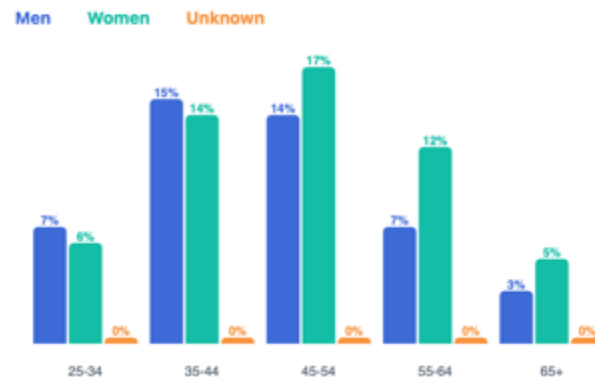
The number of times these ads were seen on a screen. This may include multiple views by the same people. [Learn more](#)

Impressions

>1 mil.

Who Was Shown These Ads

The age and gender breakdowns of people who saw these ads.



Inactive
Nov 19, 2020 - Nov 23, 2020
ID: 414009696390562

Partidul Național Liberal
Sponsored - Paid for by Partidul Național Liberal
#DezvoltămRomânia înseamnă prioritizarea investițiilor în sistemul de sănătate pentru spitale noi și moderne. Un plan realist și finanțabil.



Amount Spent

The estimated total money this advertiser spent on these ads. [Learn more](#)

Amount Spent

6 K RON - 7 K RON (RON)

Impressions

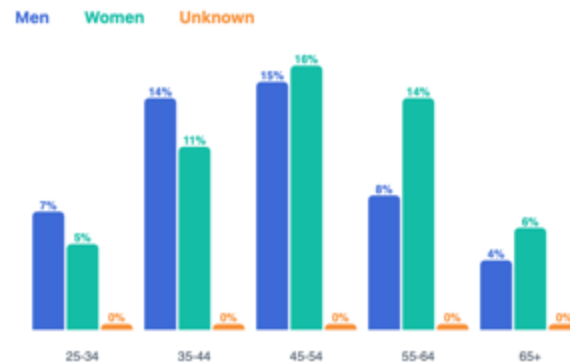
The number of times these ads were seen on a screen. This may include multiple views by the same people. [Learn more](#)

Impressions

>1 mil.

Who Was Shown These Ads

The age and gender breakdowns of people who saw these ads.



Și aceste două reclame au fost plasate de Facebook în aceeași categorie a numărului de afișări, fiecare fiind reluată de 2 ori, dar într-un interval mult mai scurt de timp (19-23 nov). Acestea au ca subiect spitalele și investițiile în sănătate.

Față de reclamele anterioare, acestea au exclus categoria 18-24, dar au inclus categoriile 55-64 și, respectiv, 65+.

Cele mai vizualizate reclame: Ludovic Orban

Afișări: >1 mil.

Inactivă
23 nov. 2020 - 5 dec. 2020
ID: 408454823830472

Ludovic Orban
Sponsorizat • Plătită de Partidul Național Liberal

Programul de Guvernare al PNL este deja realitate. Așa cum am promis, continuăm implementarea setului de măsuri pentru modernizarea sistemului de sănătate, una dintre prioritățile Guvernării Liberale.

Am semnat astăzi contractele pentru dotarea a zece spitale din București cu materiale și aparatură de ultimă generație....



Investim 7.4 miliarde euro în sistemul de sănătate

Suma cheltuită

Suma totală estimată plătită de acest promotor pentru aceste reclame.

[Află mai multe](#)

Suma cheltuită

15 K RON - 20 K RON (RON)

Afișări

Numărul de vizualizări ale acestei reclame pe un ecran. S-ar putea să fie incluse mai multe vizualizări din partea aceluiași persoane. [Află mai multe](#)

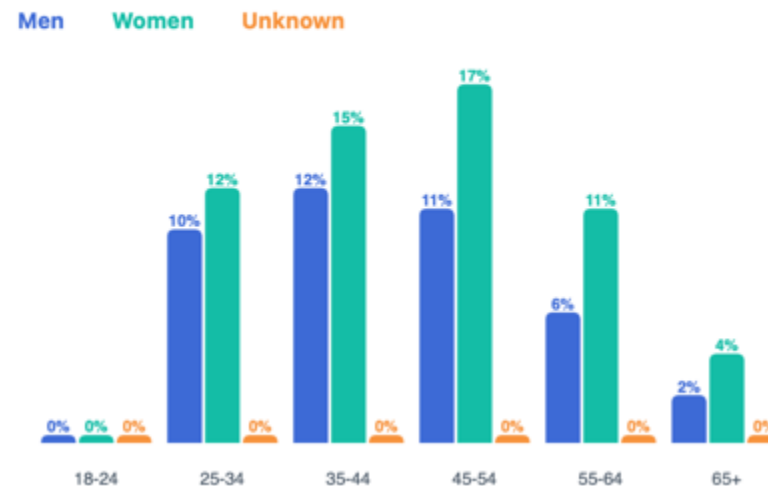
Afișări

>1 mil.

Și în cazul lui Ludovic Orban, există un număr de 3 reclame prezentate de Facebook ca obținând cel mai mare impact ca număr de afișări (peste 1 milion) Una dintre ele – cea prezentată aici – este dedicată investițiilor în sistemul de sănătate, și ea nu a fost destinată publicului tânăr (18-24 ani), ci exclusiv categoriilor de vârstă peste 25 de ani.

Who Was Shown These Ads

The age and gender breakdowns of people who saw these ads.



Cele mai vizualizate reclame: Ludovic Orban



Celelalte două reclame din topul vizualizărilor au fost dedicate unor mesaje mai generale despre stabilitate și dezvoltare.

Reclamele nu au exclus din targetare nicio categorie de vârstă.



Amount Spent

The estimated total money this advertiser spent on these ads.
[Learn more](#)

Amount Spent

15 K RON - 20 K RON (RON)

Impressions

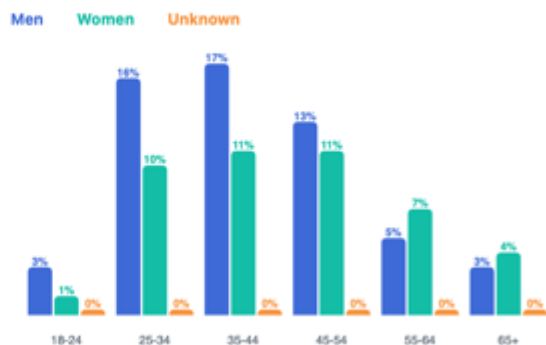
The number of times these ads were seen on a screen. This may include multiple views by the same people.
[Learn more](#)

Impressions

>1 mil.

Who Was Shown These Ads

The age and gender breakdowns of people who saw these ads.



Amount Spent

The estimated total money this advertiser spent on these ads.
[Learn more](#)

Amount Spent

10 K RON - 15 K RON (RON)

Impressions

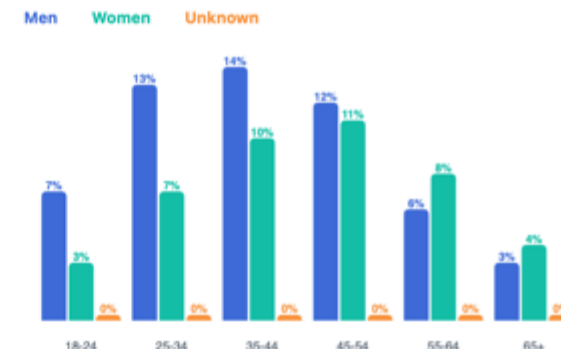
The number of times these ads were seen on a screen. This may include multiple views by the same people.
[Learn more](#)

Impressions

>1 mil.

Who Was Shown These Ads

The age and gender breakdowns of people who saw these ads.




Cele mai vizualizate reclame: Alianța USR PLUS

Inactive
Nov 11, 2020 - Nov 30, 2020
ID: 1506477156211010

Alianța USR PLUS
Sponsored · Paid for by Uniunea Salvați România - USR

În fiecare zi fac harcea-parcea legile justiției, rad pădurile, fură din școli și din spitale. Nu te-ai săturat? Nu-i mai lăsa. În 6 decembrie, votează USR PLUS pentru o #Romaniefarahotie #USRPLUSinParlament



Amount spent (RON): 35 K RON - 40 K RON
Potential Reach: >1 mil. people

Impressions

The number of times an ad was on a screen. May include multiple views by the same people. [Learn More](#)

Impressions

>1 mil.

Amount Spent

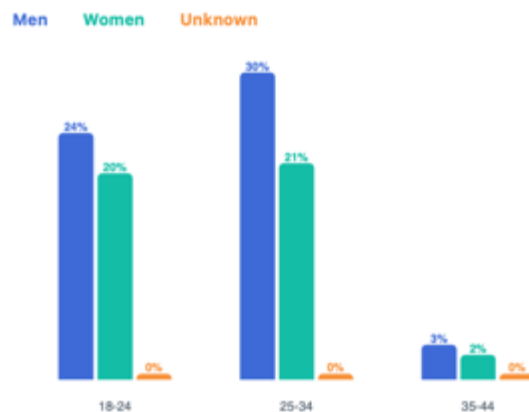
The estimated total amount of money spent on an ad during its schedule. [Learn More](#)

Amount Spent

35 K RON - 40 K RON (RON)

Who Was Shown This Ad

The age and gender breakdowns of people who saw this ad.



În cazul Alianței USR PLUS, există un număr de 13 reclame prezentate de datele Facebook ca obținând peste 1 milion de afișări – cel mai mare număr de reclame aflate pe primul loc ca impact pentru un singur actor politic.

Inclusiv sumele indicate de Facebook ca fiind cheltuite sunt mai ridicate comparativ cu ceilalți actori politici.

Reclama prezentată aici include un fișier video și a fost adresată exclusiv categoriilor de vârstă 18-44 de ani.

Cele mai vizualizate reclame: Alianța USR PLUS

Din rândul reclamelor cu cel mai mare număr de afișări, acestea două (stânga și dreapta) sunt cele în care s-a investit cel mai mult (sumele indicate de Facebook, 100-125 mii RON, sunt cele mai mari pentru o singură reclamă dintre toate cele analizate în cadrul acestui material, pentru toți actorii politici luați în calcul. Ambele au vizat în principal categoriile de vârstă 18-44 de ani.

Inactive
Nov 30, 2020 - Dec 5, 2020
ID: 708942526701582

Alianța USR PLUS
Sponsored · Paid for by Uniunea Salvați România - USR

Dacă simți că ai ajuns la capătul răbdării, fă ceva bun cu furia ta. Votază USR PLUS la parlamentare!
#Romaniefarahotie

3 ads use this creative and text

Amount Spent
The estimated total money this advertiser spent on these ads. [Learn more](#)

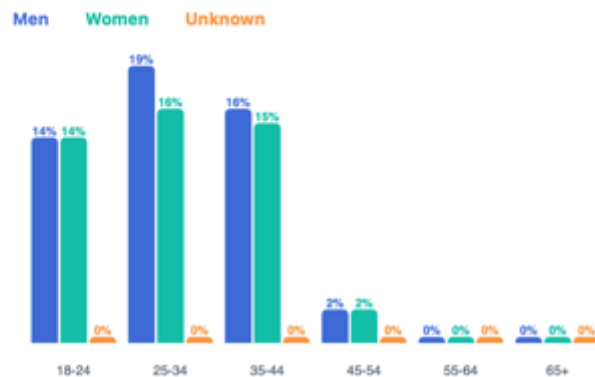
Amount Spent
100 K RON - 125 K RON (RON)

Impressions
The number of times these ads were seen on a screen. This may include multiple views by the same people. [Learn more](#)

Impressions
>1 mil.

Who Was Shown These Ads

The age and gender breakdowns of people who saw these ads.



Inactive
Nov 30, 2020 - Dec 5, 2020
ID: 374509707160041

Alianța USR PLUS
Sponsored · Paid for by Uniunea Salvați România - USR

Dacă simți că ai ajuns la capătul răbdării, fă ceva bun cu furia ta. Votază USR PLUS la parlamentare!
#Romaniefarahotie

O Românie fără hoție
Votează pe 6 decembrie

Amount Spent

The estimated total money this advertiser spent on these ads. [Learn more](#)

Amount Spent
100 K RON - 125 K RON (RON)

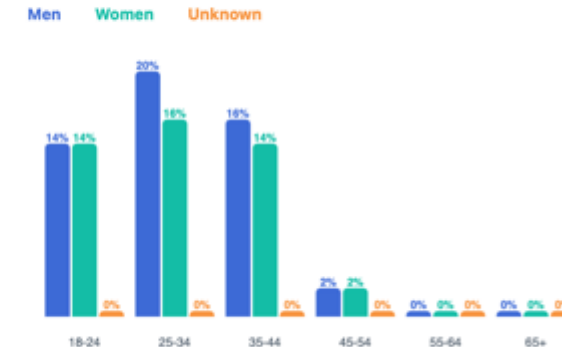
Impressions

The number of times these ads were seen on a screen. This may include multiple views by the same people. [Learn more](#)

Impressions
>1 mil.

Who Was Shown These Ads

The age and gender breakdowns of people who saw these ads.



Cele mai vizualizate reclame: Alianța USR PLUS

Pe pagina următoare se regăsește un grup de 3 reclame folosite în perioada 29 oct – 6 nov, fiecare în mai multe rânduri/configurații de setări, cu 3 direcții tematice de natură politică – mesaje împotriva pensiilor speciale, penalilor în funcții publice și imunității parlamentare.

Toate au avut ca țintă principală populația sub 44 de ani.

Cele mai vizualizate reclame: Alianța USR PLUS

Inactive
Oct 29, 2020 - Nov 6, 2020
ID: 770835943477054

Alianța USR PLUS
Sponsored - Paid for by Uniunea Salvați România - USR

În fața pensiei, unii sunt mai egali ca alții. Fără pensii speciale pentru politicieni! Votează USR PLUS #Romaniearahotie

Fără pensii speciale!

VOTEAZĂ PE 6 DECEMBRIE

8 ads use this creative and text

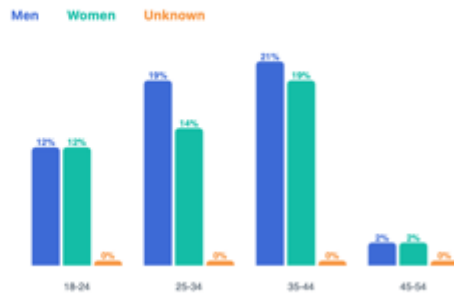
The estimated total money this advertiser spent on these ads.
[Learn more](#)

Amount Spent
RON15K - RON20K (RON)

Impressions
The number of times these ads were seen on a screen. This may include multiple views by the same people.
[Learn more](#)

Impressions
>1M

These Ads
The age and gender breakdowns of people who saw these ads.



Inactive
Oct 29, 2020 - Nov 6, 2020
ID: 2783068341939811

This ad has multiple versions.

Alianța USR PLUS
Sponsored - Paid for by Uniunea Salvați România - USR

Tuturor ne e lehamite să fim conduși de penali. Votează USR PLUS la parlamentare și „Fără Penali” ajunge în Constituție.

"Fără penali în funcții publice" în Constituție

VOTEAZĂ PE 6 DECEMBRIE

2 ads use this creative and text

Amount Spent
The estimated total money this advertiser spent on these ads.
[Learn more](#)

Amount Spent
RON4.5K - RON5K (RON)

Impressions
The number of times these ads were seen on a screen. This may include multiple views by the same people.
[Learn more](#)

Impressions
>1M

The age and gender breakdowns of people who saw these ads.



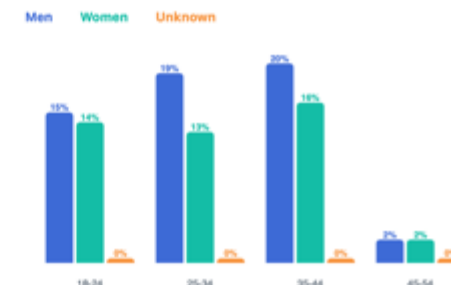
Amount Spent
The estimated total money this advertiser spent on these ads.
[Learn more](#)

Amount Spent
RON8K - RON9K (RON)

Impressions
The number of times these ads were seen on a screen. This may include multiple views by the same people.
[Learn more](#)

Impressions
>1M

Who Was Shown These Ads
The age and gender breakdowns of people who saw these ads.



Inactive
Oct 29, 2020 - Nov 6, 2020
ID: 3425594954193491

Alianța USR PLUS
Sponsored - Paid for by Uniunea Salvați România - USR

În fața legii nimeni nu trebuie să fie imun. Vezi planul USR PLUS pentru eliminarea imunității parlamentare #Romaniearahotie

Fără imunitate parlamentară!

VOTEAZĂ PE 6 DECEMBRIE

5 ads use this creative and text

Cele mai vizualizate reclame: Alianța USR PLUS

Pe pagina următoare se regăsește un grup de 3 reclame folosite în perioada 18-30 nov, fiecare în mai multe rânduri/configurații de setări, cu 3 direcții tematice de natură economică și socială – mesaje referitoare la salariul minim, sistemul de educație și protejarea naturii.

Și de această dată ținta principală a fost populația sub 44 de ani, cu excepția mesajului despre salariul minim, adresat și celor din categoria 45-54.

Cele mai vizualizate reclame: Alianța USR PLUS

Inactive
Nov 18, 2020 - Nov 30, 2020
ID: 3469103619847091

Alianța USR PLUS
Sponsored - Paid for by Uniunea Salvați România - USR

O Românie fără taxe pe sărăcie! Vezi planul USR PLUS pentru scutirea de impozit pe salariul minim #Romaniefarahotie

8 ads use this creative and text

Inactive
Nov 18, 2020 - Nov 30, 2020
ID: 919766135499618

Alianța USR PLUS
Sponsored - Paid for by Uniunea Salvați România - USR

Vrem un nou program școlar bun și pentru copii, dar și pentru părinți care lucrează. Vezi planul USR PLUS pentru educație.

8 ads use this creative and text

Inactive
Nov 18, 2020 - Nov 30, 2020
ID: 295893061623501

Alianța USR PLUS
Sponsored - Paid for by Uniunea Salvați România - USR

Când ai grijă de natură, ai grijă de țară. Vezi planul USR PLUS pentru o natură curată. Pe 6 decembrie votează cu noi!

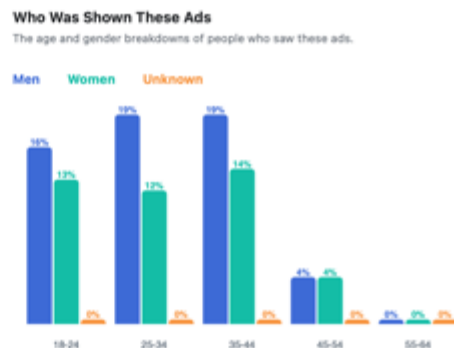
8 ads use this creative and text

Amount Spent
The estimated total money this advertiser spent on these ads. [Learn more](#)

Amount Spent
RON20K - RON25K (RON)

Impressions
The number of times these ads were seen on a screen. This may include multiple views by the same people. [Learn more](#)

Impressions
>1M



Amount Spent
The estimated total money this advertiser spent on these ads. [Learn more](#)

Amount Spent
RON20K - RON25K (RON)

Impressions
The number of times these ads were seen on a screen. This may include multiple views by the same people. [Learn more](#)

Impressions
>1M

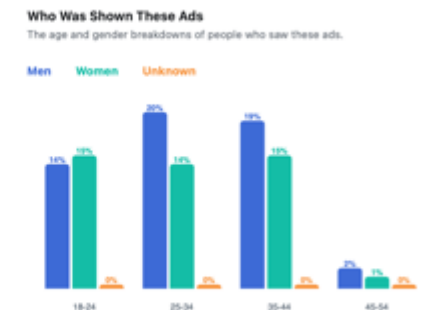


Amount Spent
The estimated total money this advertiser spent on these ads. [Learn more](#)

Amount Spent
RON15K - RON20K (RON)

Impressions
The number of times these ads were seen on a screen. This may include multiple views by the same people. [Learn more](#)

Impressions
>1M



Cele mai vizualizate reclame: Alianța USR PLUS

Inactive
Oct 29, 2020 - Nov 6, 2020
ID: 714784309385272

Alianța USR PLUS
Sponsored - Paid for by Uniunea Salvați România - USR

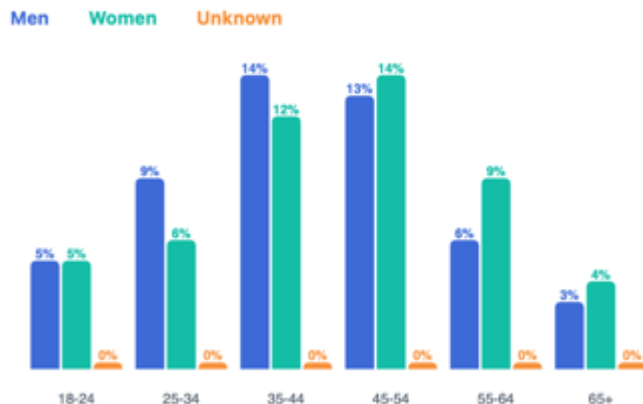
Vrem spitale în care viața ta nu depinde de cât ai în plic. Vezi planul USR PLUS pentru sănătate. Votează-ne la parlamentare!

VOTEAZĂ PE 6 DECEMBRIE

Două dintre reclamele de top ale acestui actor politic au inclus mesaje legate de sănătate. Una dintre ele (stânga) este și singura reclamă a sa (din acest top) destinată întregii populații cu drept de vot, incluzând deci și categoriile 55-64 și 65+. Suma investită este însă mai mică decât în cazul celeilalte reclame cu mesaj legat de spitale (dreapta), care a vizat în principal publicul sub 44 de ani.

Who Was Shown These Ads

The age and gender breakdowns of people who saw these ads.



7 ads use this creative and text

Learn more

Amount Spent

RON6K - RON7K (RON)

Impressions

The number of times these ads were seen on a screen. This may include multiple views by the same people.

Learn more

Impressions

>1M

Amount Spent

The estimated total money this advertiser spent on these ads.

Learn more

Amount Spent

RON10K - RON15K (RON)

Impressions

The number of times these ads were seen on a screen. This may include multiple views by the same people.

Learn more

Impressions

>1M

Inactive
Oct 29, 2020 - Nov 6, 2020
ID: 357953145263201

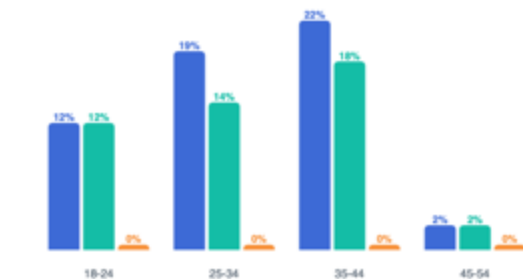
Alianța USR PLUS
Sponsored - Paid for by Uniunea Salvați România - USR

O zici în glumă: "Mi-e mai frică de spital decât de covid", doar că nu-ți vine să râzi. Votează USR PLUS! #Românefărăhoție

VOTEAZĂ PE 6 DECEMBRIE LA PARLAMENTARE

Who Was Shown These Ads

The age and gender breakdowns of people who saw these ads.



8 ads use this creative and text


Cele mai vizualizate reclame: Alianța USR PLUS

Pe final de campanie, se remarcă o reclamă în care s-a investit una dintre sumele mai ridicate, cea dedicată îndemnului la vot cu respectarea regulilor (dreapta).

Inactive
Nov 25, 2020 - Nov 29, 2020
ID: 370135537424824

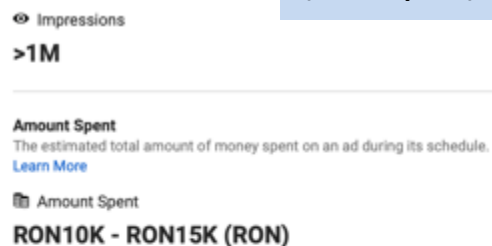
Alianța USR PLUS
Sponsored · Paid for by Uniunea Salvați România - USR

România nu mai are nevoie de promisiuni, ci de un plan. O revoluție a bunei guvernări. Votează #USRPLUS pe 6 decembrie pentru o #Romaniefarahotie

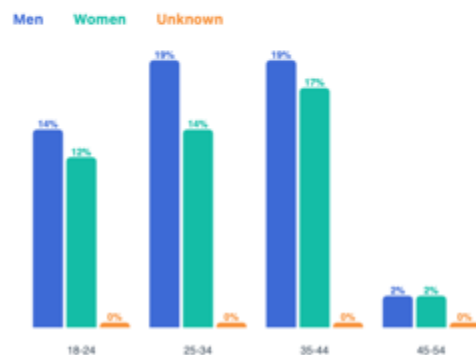


Stimați vechi politicieni

Amount spent (RON): RON10K - RON15K
Potential Reach: >1M people



Who Was Shown This Ad
The age and gender breakdowns of people who saw this ad.



Inactive
Dec 1, 2020 - Dec 5, 2020
ID: 723719688246238

Alianța USR PLUS
Sponsored · Paid for by Uniunea Salvați România - USR

Respectă regulile și votează liniștit pe 6 decembrie!
Asigură-te că ai la tine: mască, mănuși, dezinfectant și buletin.



Respectă regulile și votează liniștit.

VOTEAZĂ.RO
Votează pe 6 decembrie!
Dacă nu ești în orașul în care ai domiciliul, poți vota la orice secție din județul tău, pe listele suplimentare.

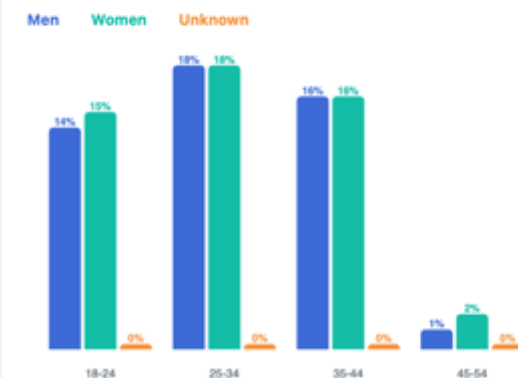
Amount spent (RON): RON50K - RON60K
Potential Reach: >1M people

Impressions
>1M

Amount Spent
The estimated total amount of money spent on an ad during its schedule.
[Learn More](#)

Amount Spent
RON50K - RON60K (RON)

Who Was Shown This Ad
The age and gender breakdowns of people who saw this ad.



Cele mai vizualizate reclame: Dan Barna

În ce-l privește pe Dan Barna, datele Facebook indică două reclame aflate în topul vizibilității, net inferioare însă ca impact comparativ cu reclamele Alianței USR PLUS – fiecare a obținut între 100 și 125 de mii de afișări.

Afișări: 100 K - 125 K

Inactivă
2 dec. 2020 - 5 dec. 2020
ID: 839703843530424

Dan Barna
Sponsorizat • Piață de Uniunea Salvați România - USR

Dacă simți că ai ajuns la capătul răbdării, fă ceva bun cu furia ta. Votează USR PLUS pe 6 decembrie la parlamentare! #Romaniefarahotie



Votează USR PLUS! #Romaniefarahotie

Suma cheltuită (RON): 1,5 K RON - 2 K RON
Impact potențial: 100 K - 500 K de persoane

Impressions

100K - 125K

Amount Spent

The estimated total amount of money spent on an ad during its schedule.

[Learn More](#)

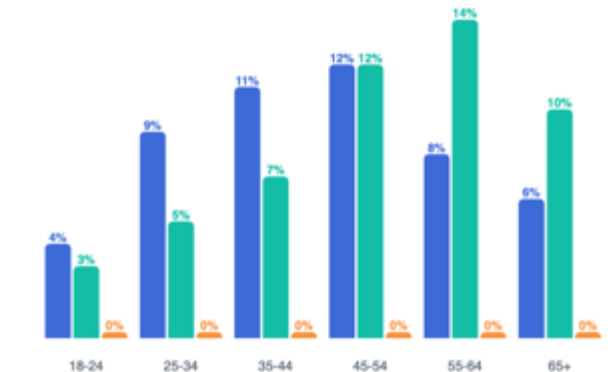
Amount Spent

RON1.5K - RON2K (RON)

Who Was Shown This Ad

The age and gender breakdowns of people who saw this ad.

Men Women Unknown



Where This Ad Was Shown

The regions where people who saw this ad are located.

Sibiu County

100%

Cele mai vizualizate reclame: Dan Barna

About the Ad



Dan Barna

Sponsored • Paid for by Uniunea Salvați România - USR
ID: 733580650843740

6 decembrie - Fără pensii speciale. Fără penali în funcții publice. Fără hoție.

Votează #USRPLUS la alegerile parlamentare. www.usrplus.ro



România fără hoție_6 decembrie

Sumele investite sunt mici comparativ cu Alianța USR PLUS, și în ambele cazuri există o targetare regională specială – județul Sibiu.

Dacă reclama de pe pagina anterioară e destinată tuturor categoriilor de vârstă, cea de pe pagina curentă exclude categoria 65+.

Impressions

The number of times an ad was on a screen. May include multiple views by the same people. [Learn More](#)

👁 Impressions

100K - 125K

Amount Spent

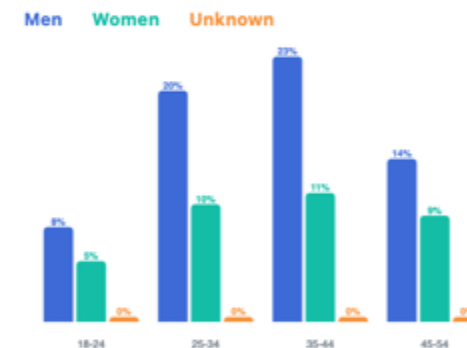
The estimated total amount of money spent on an ad during its schedule. [Learn More](#)

💰 Amount Spent

RON1K - RON1.5K (RON)

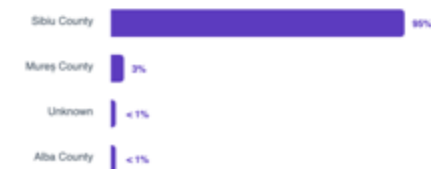
Who Was Shown This Ad

The age and gender breakdowns of people who saw this ad.



Where This Ad Was Shown

The regions where people who saw this ad are located.



Cele mai vizualizate reclame: AUR

Inactivă
2 oct. 2020 - 10 nov. 2020
ID: 870989933305616

Allianța pentru Unirea Românilor - AUR
Sponsorizat • Plătită de Simion George-Nicolae

Partidul Alianța pentru Unirea Românilor își propune să coaguleze toate forțele care urmăresc să servească interesele poporului român. Programul politic al A. U. R. Se fundamentează pe 4 piloni: FAMILIA, NAȚIUNEA, CREDINȚA și LIBERTATEA.

Suma cheltuită (RON): **2,5 K RON - 3 K RON**
Impact potențial: **>1 mil. de persoane**

Impact potențial
>1 mil. de persoane

Afișări

Numărul de afișări ale unei reclame pe un ecran. S-ar putea să fie incluse mai multe vizualizări din partea acelorași persoane. [Află mai multe](#)

Afișări

900 K - 1 mil.

Suma cheltuită

Suma totală estimată cheltuită cu o reclamă în perioada de rulare a acesteia. [Află mai multe](#)

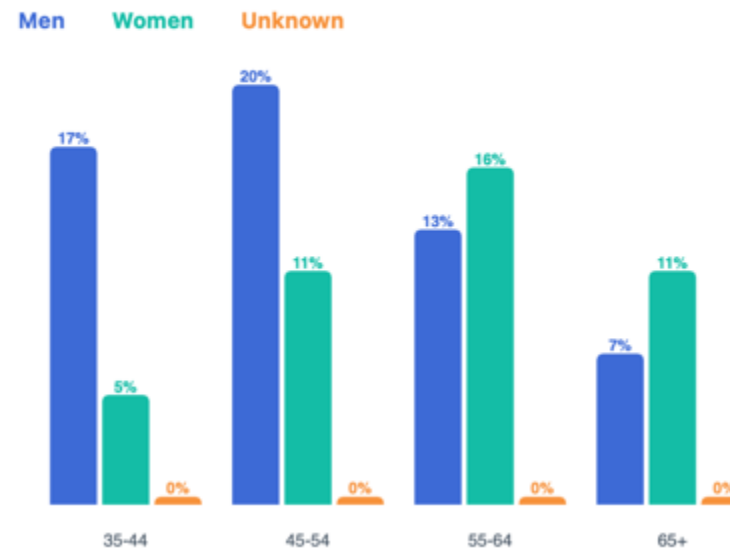
Suma cheltuită

2,5 K RON - 3 K RON (RON)

Cea mai vizualizată reclamă AUR se apropie ca impact de cele ale partidelor mari (900 de mii – 1 milion de afișări), remarcându-se prin excluderea tinerilor sub 34 de ani din targetare.

Who Was Shown This Ad

The age and gender breakdowns of people who saw this ad.



Cele mai vizualizate reclame: George Simion

Afișări: 90 K - 100 K

Inactivă
16 nov. 2020 - 19 nov. 2020
ID: 827429354764307

George Simion
Sponsorizat • Plătită de DGI MULTIMEDIA DESIGN

AUR e singura forță politică care luptă pentru pădurile României. Actualele partide parlamentare sunt mână în mână cu companiile austrice:



unde se luptă Daniel Bodnar

2 reclame folosește această componentă creativă și acest text

Suma cheltuită

Suma totală estimată plătită de acest promotor pentru aceste reclame.

[Află mai multe](#)

Suma cheltuită

400 RON - 499 RON (RON)

Afișări

Numărul de vizualizări ale acestei reclame pe un ecran. S-ar putea să fie incluse și multe vizualizări din partea aceluiași persoane. [Află mai multe](#)

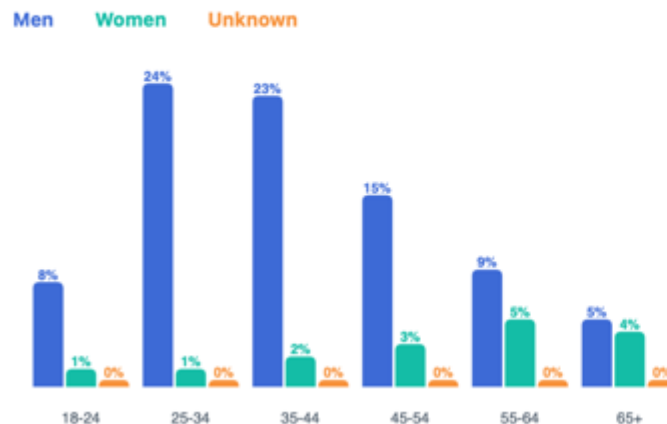
Afișări

90 K - 100 K

Cea mai vizualizată reclamă a liderului AUR George Simion a obținut performanțe mult mai mici ca vizualizare (sub 100 de mii de afișări), ce corespund însă unei investiții net inferioare (cea mai mică sumă alocată unei reclame dintre toate cele incluse în analiza curentă, la egalitate cu Kelemen Hunor). Se remarcă faptul că mesajul central este unul de nișă (protejarea pădurilor), iar publicul vizat este format în principal din bărbați, dintr-o arie geografică delimitată, ce pare că a atins în special zonele Suceava și București.

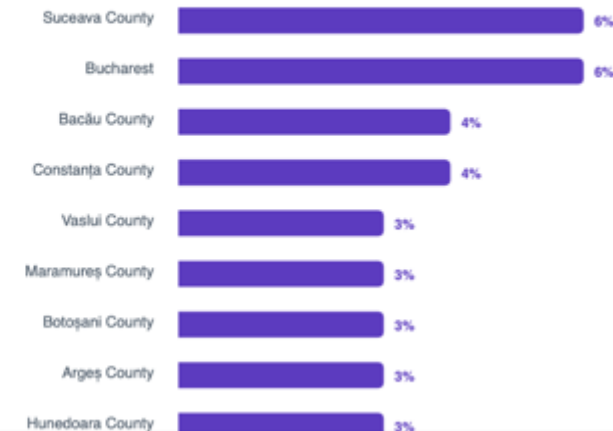
Who Was Shown These Ads

The age and gender breakdowns of people who saw these ads.



Where These Ads Were Shown

The regions where people who saw these ads are located.



Cele mai vizualizate reclame: UDMR

Despre reclamă

Această reclamă a fost ștearsă pentru că încalcă [Politicile de publicitate](#) Facebook.



RMD SZ
Sponsorizat - Plătitor de RMD SZ
ID: 888619101543292

Ha nem akarod, hogy a rémálmaid valósággá váljanak, vasárnap szavazz!

Reclama a fost ștearsă



Ne várjuk meg, míg a rémálom valósággá válik!

Despre disclaimer

Când un promotor își clasifică reclama ca fiind despre teme sociale, alegeri sau politică, este obligat să indice cine a plătit pentru reclama respectivă. [Află mai multe](#)

Date din spatele reclamei

Inactivă

4 dec. 2020 - 7 dec. 2020

ID: 888619101543292

Impact potențial

Acesta este o estimare a dimensiunii audienței care este eligibilă pentru a vedea această reclamă. Estimarea se bazează pe criteriile de țintă, pe poziționările reclamei și pe numărul de persoane cărora li s-au afișat în cadrul aplicațiilor și serviciilor Facebook în ultimele 30 de zile...

[Vezi mai mult](#)

Impact potențial

500 K - 1 mil. de persoane

Afișări

Numărul de afișări ale unei reclame pe un ecran. S-ar putea să fie incluzivă multe vizualizări din partea aceluiași persoane. [Află mai multe](#)

Afișări

125 K - 150 K

Suma cheltuită

Suma totală estimată cheltuită cu o reclamă în perioada de rulare a acesteia. [Află mai multe](#)

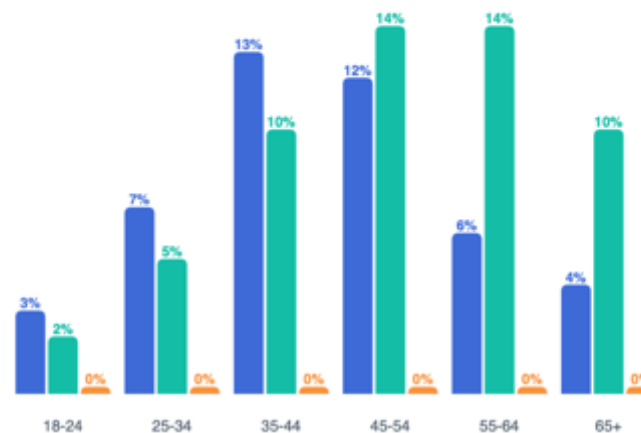
Suma cheltuită

600 RON - 699 RON (RON)

Who Was Shown This Ad

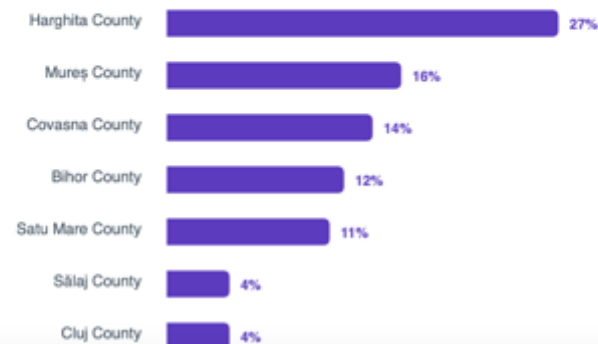
The age and gender breakdowns of people who saw this ad.

Men Women Unknown



Where This Ad Was Shown

The regions where people who saw this ad are located.



Conform datelor Facebook, au existat 3 reclame în topul vizualizărilor pentru UDMR, fiecare dintre ele obținând între 125 și 150 de mii de vizualizări. Una dintre ele (alături) a fost blocată de Facebook pe motiv de încălcare a regulilor platformei – ea conținea un îndemn la vot cu elemente controversate.

Cele mai vizualizate reclame: UDMR

Inactive
Nov 5, 2020 - Nov 9, 2020
ID: 360602821667837

RMDSZ
Sponsored - Paid for by RMDSZ

Számos családnak problémát jelentett a közüzemi szolgáltatások, rezsiköltségek kifizetése. Elértük, hogy csökkentsék a költségek áfáját, így enyhítve a legtöbb család kiadásain. A részletekről **Bende Sándor** számol be az alábbi videóban. 🗣️
#ErősKépviselő #RMDSZ #MagyarEgység #Összefogunk



Mi tett az RMDSZ a parlamentben a kiadásaink csökkentéséért?

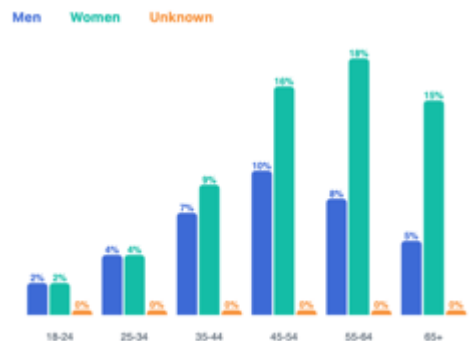
Amount spent (RON): RON700 - RON799

Impressions
125K - 150K

Amount Spent
The estimated total amount of money spent on an ad during its schedule.
[Learn More](#)

Amount Spent
RON700 - RON799 (RON)

Who Was Shown This Ad
The age and gender breakdowns of people who saw this ad.



Celelalte două reclame UDMR din top au vizat detalierea unor inițiative parlamentare ale partidului, respectiv mulțumiri adresate electoratului pentru vot. În toate cele 3 cazuri, publicul vizat a cuprins toate categoriile de vârstă, dar a fost strict delimitat geografic, la zonele cu populație maghiară.

Inactive
Dec 6, 2020 - Dec 9, 2020
ID: 1465704993622733

RMDSZ
Sponsored - Paid for by RMDSZ

Kelemen Hunor: Bár meg kell várunk a végleges eredményeket, az eddigi ismert részvételi adatok alapján bátran kijelenthetjük, hogy az RMDSZ a következő négy évben biztosítja az erdélyi magyarok parlamenti képviseletét. A köszönet elsősorban a magyar közösséget, szavazóinkat illeti ezért az eredményért. Köszönet a magyar embereknek! Erőnket a magyar közösség adja, így minden sikerünk az...



Kelemen Hunor: Köszönjük a bizalmat!

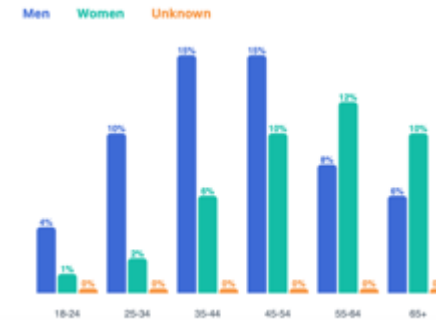
Amount spent (RON): RON400

Impressions
125K - 150K

Amount Spent
The estimated total amount of money spent on an ad during its schedule.
[Learn More](#)

Amount Spent
RON400 - RON499 (RON)

Who Was Shown This Ad
The age and gender breakdowns of people who saw this ad.



Cele mai vizualizate reclame: Kelemen Hunor



Kelemen Hunor

Sponsored · Paid for by RMDSZ

ID: 722784128342375

Bár meg kell várnunk a végleges eredményeket, az eddigi ismert részvételi adatok alapján bátran kijelenthetjük, hogy az RMDSZ a következő négy évben biztosítja az erdélyi magyarok parlamenti képviseletét. A köszönet elsősorban a magyar közösséget, szavazóinkat illeti ezért az eredményért. Köszönet a magyar embereknek! Erőnket a magyar közösség adja, így minden sikerünk az erdélyi magyarok sikere is egyben. A bizalomért minden nap meg kell...



Köszönjük a bizalmat!

Impressions

The number of times an ad was on a screen. May include multiple views by the same people. [Learn More](#)

Impressions

125K - 150K

Amount Spent

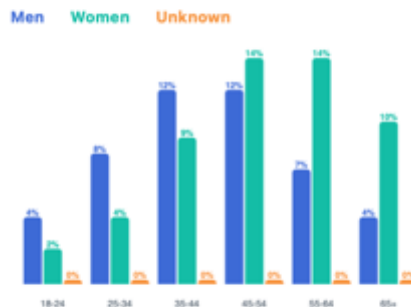
The estimated total amount of money spent on an ad during its schedule. [Learn More](#)

Amount Spent

RON400 - RON499 (RON)

Who Was Shown This Ad

The age and gender breakdowns of people who saw this ad.



Where This Ad Was Shown

The regions where people who saw this ad are located.



Cea mai vizibilă reclamă de pe pagina oficială în limba maghiară a liderului UDMR Kelemen Hunor a inclus același mesaj video de mulțumiri pentru vot folosit și pentru reclama UDMR prezentată anterior, cu investiție, targetare și impact similare.

Cele mai vizualizate reclame: PMP

Partidul Mișcarea Populară
Sponsorizat • Pătit de Partidul Mișcarea Populară
ID: 2675636723699859

Pensiile speciale sunt FURT din banul public!

Noi considerăm că singurii cetățeni care merită pensiile speciale sunt militarii care și-au riscat viața în activitatea lor, în numele statului român, precum și foștii deținuți politici.

Pensiile speciale sunt FURT din banul public!

PMP continuă lupta pentru eliminarea pensiilor speciale!

Mișcăm ROMÂNIA!
— Idei — Cămin — Solidaritate —

PMP

Impressions

The number of times an ad was on a screen. May include multiple views by the same people. [Learn More](#)

Impressions

>1M

Amount Spent

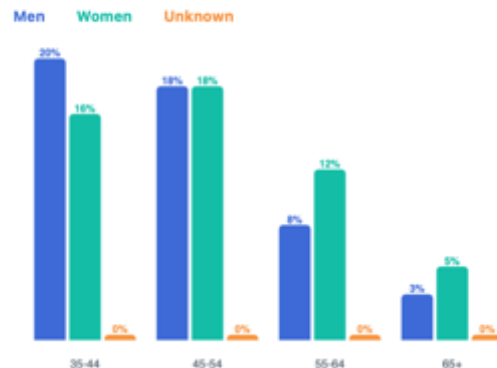
The estimated total amount of money spent on an ad during its schedule. [Learn More](#)

Amount Spent

RON2.5K - RON3K (RON)

Who Was Shown This Ad

The age and gender breakdowns of people who saw this ad.



Partidul Mișcarea Populară are două reclame în propriul top al vizualizărilor – ambele cu peste 1 milion de afișări. Ambele au mesaj central de factură politică – una (stânga) vizează lupta împotriva pensiilor speciale și a fost destinată publicului peste 35 de ani, în timp ce cealaltă (dreapta) se referă la inițiativa privind reducerea numărului de parlamentari și s-a adresat tuturor categoriilor de vârstă.

Partidul Mișcarea Populară
Sponsored • Paid for by Partidul Mișcarea Populară
ID: 3323973187657096

7.765.573 de români au votat în 2009 pentru 300 de parlamentari. PMP este singurul partid care respectă voința românilor și a depus 2 proiecte de lege pentru reducerea numărului de parlamentari. Vom lupta în continuare ca votul vostru să devină lege!

PMP

300

PARLAMENTARI

#pe

Impressions

>1M

Amount Spent

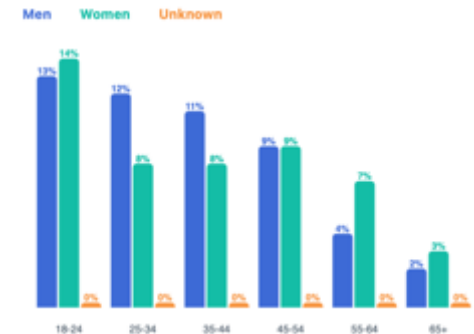
The estimated total amount of money spent on an ad during its schedule. [Learn More](#)

Amount Spent

RON2.5K - RON3K (RON)

Who Was Shown This Ad

The age and gender breakdowns of people who saw this ad.



Cele mai vizualizate reclame: Eugen Tomac

Inactive
Oct 29, 2020 - Nov 6, 2020
ID: 1066416260448008

Eugen Tomac
Sponsored - Paid for by Partidul Mișcarea Populară

În ziua în care în Parlamentul României, la propunerea PSD, a fost votată legea prin care au fost create pensiile speciale pentru parlamentari, am spus răspicat de la tribuna Parlamentului, cerând sa fie consemnat în procesul verbal și publicat în monitorul oficial, că renunț la pensia specială pe care o consider un furt.

...



3 ads use this creative and text

Amount Spent
The estimated total money this advertiser spent on these ads.
[Learn more](#)

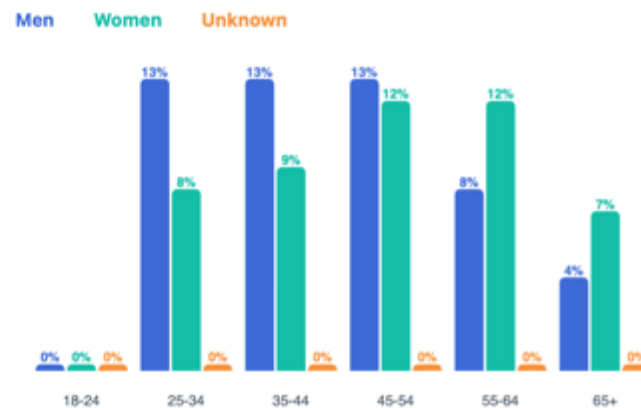
Amount Spent
RON6K - RON7K (RON)

Impressions
The number of times these ads were seen on a screen. This may include multiple views by the same people.
[Learn more](#)

Impressions
>1M

Who Was Shown These Ads

The age and gender breakdowns of people who saw these ads.



În cazul liderului PMP Eugen Tomac, cea mai vizualizată reclamă a conținut același mesaj împotriva pensiilor speciale, a obținut peste 1 milion de afișări și a vizat toate categoriile de vârstă cu excepția celor sub 24 de ani.

Cele mai vizualizate reclame: Pro România

Despre reclamă

PRO România
Sponsorizat • Plătită de PRO România
ID: 1731289920386350

Măsurile adoptate de Guvernul PNL au accentuat criza sanitară și pe cea economică. Nu putem să-i lăsăm să distrugă țara, trebuie să-i oprim. PRO România luptă pentru tine!



PRO România luptă pentru tine!

Despre disclaimer

Când un promotor își clasifică reclama ca fiind despre teme sociale, alegeri sau politică, este obligat să indice cine a plătit pentru reclama respectivă. [Află mai multe](#)

👁 Impressions

>1M

Amount Spent

The estimated total amount of money spent on an ad during its schedule.

[Learn More](#)

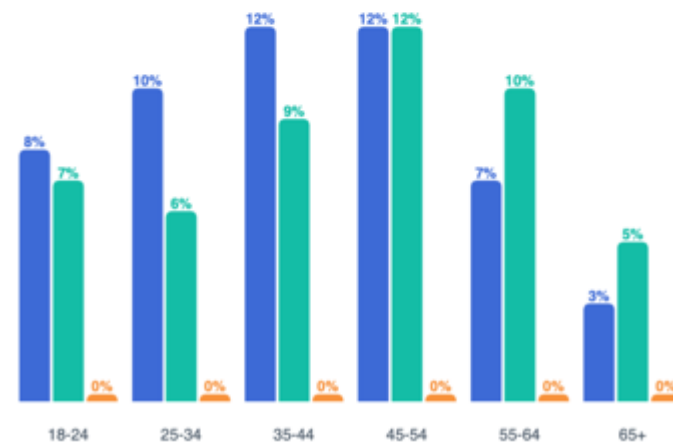
📅 Amount Spent

RON2.5K - RON3K (RON)

Who Was Shown This Ad

The age and gender breakdowns of people who saw this ad.

Men Women Unknown



Reclama Pro România cu cel mai mare număr de afișări (peste 1 milion) a inclus un fișier video și a vizat toate categoriile de public, la nivel național.

Cele mai vizualizate reclame: Victor Ponta

Victor Ponta
Sponsorizat - Plătită de Partidul PRO România București
ID: 363166131643425

Venitul Minim de Criză (VMC) se adresează oamenilor cu venituri mici și are ca scop asigurarea resurselor minime pe perioada crizei pentru fiecare român din țară sau din străinătate.



01
Venitul Minim de Criză (VMC)
Pentru toți românii care au venituri sub 2000 lei/lună.

VICTORPONTA.RO
Venitul Minim de Criză (VMC)

[Learn More](#)

👁 Impressions

>1M

Amount Spent

The estimated total amount of money spent on an ad during its schedule.

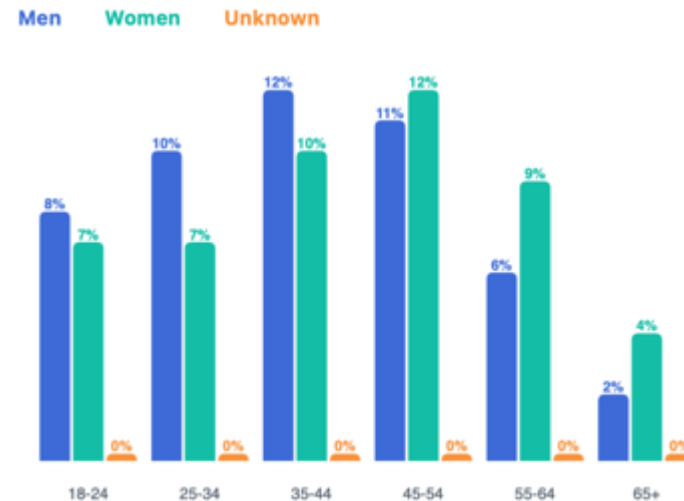
[Learn More](#)

📊 Amount Spent

RON10K - RON15K (RON)

Who Was Shown This Ad

The age and gender breakdowns of people who saw this ad.



În cazul liderului Victor Ponta, au existat 3 reclame cu peste 1 milion de afișări. Acestea au fost proiectate diferit, conform datelor Facebook. Astfel, mesajul referitor la venitul minim de criză (stânga) a fost dedicat tuturor categoriilor de vârstă la nivel național.

În schimb mesajele referitoare la sprijinul economic pentru firme și redeschiderea școlilor au vizat doar publicul din București și Ilfov (v. pagina următoare).

Cele mai vizualizate reclame: Victor Ponta

Inactive
Nov 15, 2020 - Dec 1, 2020
ID: 1077790995994231

This ad has multiple versions. ⓘ

Victor Ponta
Sponsored - Paid for by Partidul PRO România București

Srijin economic pentru firme românești sănătoase

02
Sprijinul Economic de Criză (SEC)
Pentru toate companiile românești mici și mijoci.

WWW.VICTORPONTA.RO
Sprijinul Economic de Criză (SEC) [Learn More](#)

2 ads use this creative and text

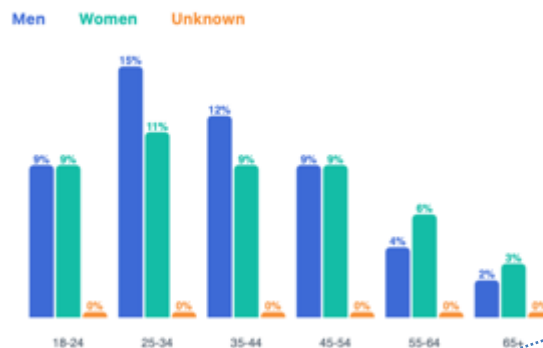
Amount Spent
The estimated total money this advertiser spent on these ads.
[Learn more](#)

Amount Spent
RON10K - RON15K (RON)

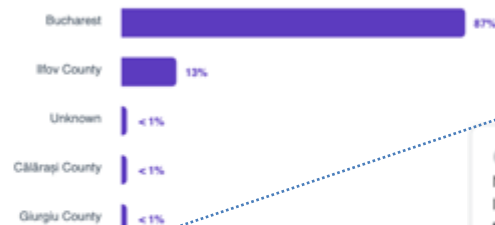
Impressions
The number of times these ads were seen on a screen. This may include multiple views by the same people.
[Learn more](#)

Impressions
>1M

Who Was Shown These Ads
The age and gender breakdowns of people who saw these ads.



Where These Ads Were Shown
The regions where people who saw these ads are located.



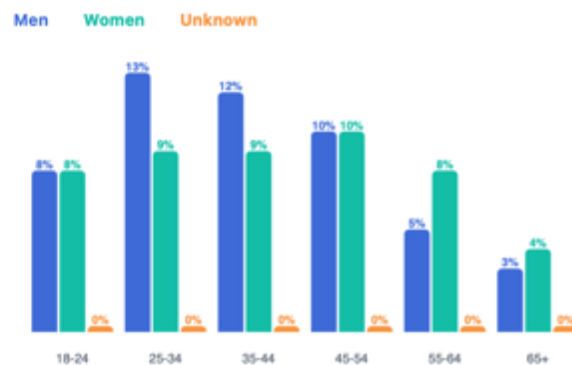
Amount Spent
The estimated total money this advertiser spent on these ads.
[Learn more](#)

Amount Spent
RON10K - RON15K (RON)

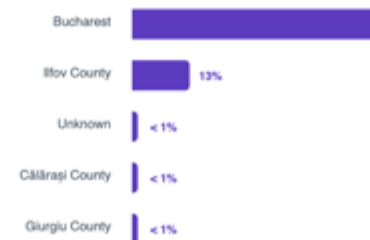
Impressions
The number of times these ads were seen on a screen. This may include multiple views by the same people.
[Learn more](#)

Impressions
>1M

Who Was Shown These Ads
The age and gender breakdowns of people who saw these ads.



Where These Ads Were Shown
The regions where people who saw these ads are located.



Inactive
Nov 15, 2020 - Dec 1, 2020
ID: 486235782317256

This ad has multiple versions. ⓘ

Victor Ponta
Sponsored - Paid for by Partidul PRO România București

Redeschiderea tuturor școlilor

04
Redeschiderea tuturor școlilor
Pentru asigurarea continuității în educație.

WWW.VICTORPONTA.RO
Statul trebuie să se implice direct și activ în asigurarea stării de sănătate... [Learn More](#)

2 ads use this creative and text

CONCLUZII

- **USR PLUS** a dominat ca nivel al investițiilor, dar nu și ca număr de reclame, preferând să direcționeze sume mai mari pentru o mai puternică penetrare a unor mesaje. Din acest motiv, pagina sa oficială a rulat cel mai mare număr de reclame cu peste 1 milion de vizualizări dintre toți actorii politici analizați. Majoritatea reclamelor sale din topul vizibilității (12 din 13) au fost destinate în principal publicului de până în 44 de ani. Reclamele sale au inclus clipuri video și ilustrații grafice similare cu campania outdoor.
- Cea mai vizualizată reclamă derulată pe pagina oficială **PSD** a fost destinată exclusiv publicului vârstnic (55-64 și 65+).
- Reclamele derulate de **PNL** care au obținut cele mai multe afișări au inclus ilustrații grafice abstracte și mesaje axate pe cifre (sume de bani). Două din cele 4 reclame de top au exclus din targetare publicul peste 55 de ani.
- În ce privește liderii primelor 3 partide, majoritatea reclamelor de top ale lui Ludovic Orban au inclus imaginea statică a acestuia, reclama de top a lui Marcel Ciolacu a inclus un mesaj video, în timp ce reclamele de top ale lui Dan Barna au fost targetate exclusiv pe județul Sibiu.
- Partidul **AUR** a investit sume mult mai mici, comparativ cu actorii politici centrali, în campanii derulate pe paginile oficiale (partid și lider), dar datele Facebook sugerează că s-a urmărit o targetare specială a acestora (un mesaj de nișă, despre păduri, targetat pe Suceava în cazul liderului, respectiv promovarea mesajului central al partidului către publicuri mature – peste 35 de ani, în cazul partidului).
- **PMP** a pus accent pe inițiative politice în campania sa pe Facebook, în timp ce Pro România a investit într-un mesaj de atac la adresa PNL.
- **UDMR** s-a adresat, în cele mai vizualizate reclame ale sale, exclusiv în limba maghiară către publicul din regiunile cu populație maghiară.

RECLAME POLITICE PE FACEBOOK

în campania electorală
pentru alegerile parlamentare 2020



CPD

SNSPA
Center for Civic Participation
and Democracy