

CAMPANIA ELECTORALĂ ÎN AFARA ȚĂRII

Reglementările juridice și practica celor 27 de state membre
ale Uniunii Europene



CAMPANIA ELECTORALĂ ÎN AFARA ȚĂRII

Reglementările juridice și practica celor 27 de state membre
ale Uniunii Europene

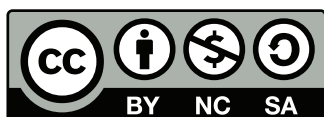
Tamara Otiashvili, Yuliya Shypilova, Gabriela Skulova, Domenico Castellani, Vasil Vashchanka



International IDEA
Strömsborg
SE-103 34 Stockholm
SWEDEN
+46 8 698 37 00
info@idea.int
www.idea.int

© 2026 International Institute for Democracy and Electoral Assistance (Institutul Internațional pentru Democrație și Asistență Electorală)

Publicațiile International IDEA sunt independente de interesele specifice naționale sau politice. Opiniile exprimate în prezenta publicație nu reprezintă neapărat opiniile International IDEA, ale Consiliului sau ale membrilor Consiliului.



Versiunea electronică a prezentei publicații este disponibilă sub licența Creative Commons Attribute NonCommercial-ShareAlike 4.0 (CC BY-NC-SA 4.0). Publicația poate fi copiată, distribuită și transmisă, precum și remixată și adaptată, însă doar în scopuri necomerciale, făcând referință în mod corespunzător la publicație, și fiind distribuită sub o licență identică. Pentru mai multe informații, consultați site-ul Creative Commons Creative Commons website: <<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>>.

International IDEA
Strömsborg
SE-103 34 Stockholm
SWEDEN
Tel: +46 8 698 37 00
Email: info@idea.int
Website: <<https://www.idea.int>>

Imagine de copertă: Creat cu Adobe Express
Design și tehnoredactare: International IDEA
Traducere: Irina Bivol

DOI: <<https://doi.org/10.31752/40343>>

ISBN: 978-91-8137-100-0 (PDF)
ISBN: 978-91-8137-102-4 (Imprimare)

Cuprins

Mulțumiri.....	vii
Abrevieri	viii
Sumar executiv.....	1
Introducere.....	3
 Capitolul 1	
Metodologie	4
1. Metodologie	4
1.1 Limitări.....	6
 Capitolul 2	
Obligații și standarde internaționale cu privire la votarea în afara țării	7
 Capitolul 3	
Campaniile candidaților străini și ale partidelor politice străine în statele membre ale UE: tendințe și provocări	
10	
3.1. Campania electorală pe rețelele de socializare	11
3.2. Întâlnirile cu alegătorii	12
3.3. Plasarea și afișarea materialelor de campanie	13
3.4. Publicitatea în mass-media tradițională	14
3.5. Provocări privind reglementarea finanțării campaniilor electorale.....	15
 Capitolul 4	
Practicile identificate prin interviuri	17
 Capitolul 5	
Considerente, concluzii și recomandări cheie	20
 Capitolul 6	
Austria	22
 Capitolul 7	
Belgia.....	25
 Capitolul 8	
Bulgaria.....	28
 Capitolul 9	
Croația	30

Capitolul 10	
Republica Cipru	33
Capitolul 11	
Cehia	35
Capitolul 12	
Danemarca	38
Capitolul 13	
Estonia	42
Capitolul 14	
Finlanda	45
Capitolul 15	
Franța	48
Capitolul 16	
Germania	52
Capitolul 17	
Grecia	56
Capitolul 18	
Ungaria	59
Capitolul 19	
Irlanda	62
Capitolul 20	
Italia	65
Capitolul 21	
Letonia	68
Capitolul 22	
Lituania	71
Capitolul 23	
Luxemburg	74
Capitolul 24	
Malta	77

Capitolul 25	
Țările de Jos	80
Capitolul 26	
Polonia	83
Capitolul 27	
Portugalia	86
Capitolul 28	
România	89
Capitolul 29	
Slovacia	92
Capitolul 30	
Slovenia	95
Capitolul 31	
Spania	96
Capitolul 32	
Suedia	99
Referințe	102
Despre autori	116
Despre International IDEA	118

Mulțumiri

Prezentul raport a fost redactat de coautorii Tamara Otiashvili, Yuliya Shypilova, Gabriela Skulova, Domenico Castellani și Vasil Vashchanka. Feedback și contribuții valoroase la proiect au fost oferite de Sam van der Staak, Nana Kalandadze, Peter Wolf și Thijs Heinmaa. Mulțumiri speciale tuturor autorităților statelor membre ale Uniunii Europene și personalului partidelor politice care au participat activ la consultările noastre, contribuind la elaborarea acestui raport. Mulțumiri, de asemenea, Verei Pachta, Oksanei Bedenko, Irynei Pushchyk și Kseniei Lukach pentru sprijinul acordat în elaborarea prezentului raport.

Abrevieri

ALIA	Autoritatea Audiovizuală Independentă din Luxemburg (Autorité luxembourgeoise indépendante de l’audiovisuel)
CEDO	Convenția Europeană a Drepturilor Omului
CtEDO	Curtea Europeană a Drepturilor Omului
MAE	Ministerul Afacerilor Externe
MAI	Ministerul Afacerilor Interne
OCV	votarea în afara țării (Out-of-Country Voting)
ODIHR	Biroul pentru Instituții Democratice și Drepturile Omului
OSCE	Organizația pentru Securitate și Cooperare în Europa
PIDCP	Pactul internațional cu privire la drepturile civile și politice
TV	televiziune
UDHR	Declarația Universală a Drepturilor Omului

SUMAR EXECUTIV

Raportul „*Campania electorală în afara țării: Reglementările juridice și practica celor 27 de state membre ale Uniunii Europene*” explorează cadrul de reglementare și provocările practice în materie de campanii electorale desfășurate în afara țării de origine a candidatului. În timp ce dreptul la vot al cetățenilor care locuiesc în străinătate este recunoscut în mai multe țări, dreptul de a face campanie electorală la nivel internațional „rămâne la latitudinea și în cadrul legislativ al țării gazdă”. Studiul analizează cadrele juridice, standardele internaționale și practicile de pe teren referitoare la campaniile electorale privind votarea în afara țării (Out-of-Country Voting – OCV) în statele membre ale Uniunii Europene (UE).

Cercetarea se bazează pe surse primare și secundare, inclusiv pe analiza legislației și interviurile cu actori politici, organisme de management electoral și părți interesate internaționale. În urma studiului au fost constatate variații semnificative la capitolul norme care reglementează campaniile electorale din diasporă. În timp ce unele state UE interzic în mod explicit campaniile electorale ale actorilor străini, altele le permit, dar cu anumite restricții privind adunările publice, publicitatea sau finanțarea campaniei. Platformele de social media oferă un spațiu mai accesibil pentru campaniile electorale pentru votarea în afara țării, deși reglementările recente ale UE impun cerințe de transparență privind publicitatea politică pentru a contracara interferența străină în procesele democratice europene.

Principalele constatări ale studiului includ incertitudinile juridice, accesul inegal la resursele de campanie pentru diferiți actori politici și riscurile de interferență străină. Raportul evidențiază, de asemenea, cele mai bune practici observate în unele state membre ale UE, în care rețelele diasporei stabilite acolo de mult timp facilitează

În timp ce unele state UE interzic în mod explicit campaniile electorale ale actorilor străini, altele le permit, dar cu anumite restricții privind adunările publice, publicitatea sau finanțarea campaniei.

activitățile de campanie de mică amploare, inclusiv adunările restrânse, activități de sensibilizare organizate online și publicitatea țintită.

Pentru a facilita desfășurarea campaniilor electorale pentru votarea în afara țării, raportul recomandă ca părțile interesate din domeniul electoral să se angajeze în dialog cu țările gazdă pentru a clarifica activitățile de campanie permise, a stabili reglementări clare care să asigure condiții echitabile de concurență și a explora mecanismele de cooperare internațională cu scopul de a sprijini participarea democratică în străinătate.

Acest studiu oferă o imagine cuprinzătoare, de ansamblu, despre mediul actual de desfășurare a campaniilor de votare în afara țării aflat în continuă evoluție, furnizând informații valoroase pentru factorii de decizie politică, funcționarii electorali și actorii politici care încearcă să găsească un echilibru între respectarea drepturilor politice și cadrele naționale de reglementare.

INTRODUCERE

Dreptul la vot universal și egal stă la baza drepturilor politice ale oricărei persoane, însă garantarea dreptului la vot al cetățenilor stabiliți în străinătate nu este protejată în mod explicit de dreptul internațional. De asemenea, există două categorii de potențiali votanți: cetățenii care au ales să plece din țară și cei care au fost forțați să-și părăsească țara, fie din motive de divergențe de opinii politice, fie din frica de persecuție sau din cauza unor conflicte. Prin urmare, atașamentul unei persoane față de țara sa poate fi diferit.

În timp ce drepturile la vot ale cetățenilor care locuiesc în afara țării de origine sunt reglementate de legile naționale, posibilitățile lor de a se implica în campanii electorale din străinătate rămân la discreție și depind de cadrul legislativ al țării gazdă. Prezentul Raport are ca scop să exploreze situația la acest capitol în cele 27 de state membre ale Uniunii Europene.

Capitolul 1

METODOLOGIE

Scopul prezentei cercetări este de a identifica și a descrie pe larg reglementările și practicile actuale pentru a evidenția modalitățile disponibile, dacă acestea există, pentru cetățenii străini de a desfășura activității de campanie electorală pe teritoriul unui stat membru al UE, în contextul votării în afara țării (Out-of-Country Voting – OCV) pentru alegerile naționale.

1. METODOLOGIE

Metodologia utilizată în Raport se bazează pe o combinație de surse primare și secundare. Aceasta cuprinde cercetarea cadrelor legislative care guvernează desfășurarea campaniilor electorale în cele 27 de state membre ale UE. De asemenea, metodologia are la bază o cercetare documentară combinată, după caz, cu informații obținute în urma interviurilor cu reprezentanți sau candidați ai partidelor politice din diferite state membre ale UE.

Scopul prezentei cercetări este de a identifica și a descrie pe larg reglementările și practicile actuale pentru a evidenția modalitățile disponibile, dacă acestea există, pentru cetățenii străini de a desfășura activității de campanie electorală pe teritoriul unui stat membru al UE, în contextul votării în afara țării (Out-of-Country Voting – OCV) pentru alegerile naționale. Această analiză presupune o abordare structurată și sistematică de colectare și de sintetizare a informațiilor privind reglementările ce țin de publicitatea electorală în cadrul campaniilor electorale desfășurate pe teritoriul unui stat membru al UE. Deși campania electorală cuprinde un spectru larg de activități, raportul se axează pe anumite tipuri de campanie, inclusiv pe mitinguri și întruniri, plasarea de afișe și panouri publicitare și publicitatea în mass-media.

Au fost parcurși următorii pași metodologici:

1. O cercetare online pentru a identifica cadrul legal și de reglementare aplicabil pentru fiecare din cele 27 de state membre ale UE:

- Legile și reglementările la nivel național au fost analizate direct. Acest lucru a fost realizat prin accesarea, acolo unde a fost posibil, a bazelor de date juridice naționale oficiale și a site-urilor web oficiale ale autorităților centrale și locale pentru a asigura consultarea legislației în vigoare.
 - Reglementările legale secundare disponibile, la care se face referire în documentele respective, au fost consultate în cazurile aplicabile. Textele legislative relevante au fost citate sau sintetizate și au fost furnizate linkuri directe către acestea.
2. O cercetare online pentru a identifica orice studii existente deja, precum și rapoartele aplicabile ale altor organizații internaționale care ar putea oferi informații relevante cu privire la subiectele cuprinse în cercetare¹.
3. Interviu realizat cu practicieni din unele state membre care aveau experiență în organizarea campaniilor electorale de tip OCV:
- Astfel de practicieni au fost identificați în prealabil și au inclus foști candidați sau reprezentanți ai partidelor politice responsabili de gestionarea campaniilor în străinătate, adesea aflați în statele membre în care au locuit anterior. În unele cazuri ambasadele sau consulatele au fost contactate în scris.
 - Interviurile au fost realizate prin chestionare bazate pe aspectele identificate în timpul cercetării. Întrebările din chestionar au acoperit următoarele aspecte:
 - Ce fel de cercetare preliminară ați efectuat pentru a identifica tipurile de activități de campanie permise pentru concurenții străini pe teritoriul țării gazdă?
 - Cum v-ați organizat campania? Ce mijloace de campanie ați folosit în primul rând și ce activități ați inclus? Care din acestea s-au dovedit a fi cele mai eficiente?
 - Ce fel de interacțiune ați avut cu autoritățile locale pentru a obține autorizația necesară pentru campanie?
 - Cu ce dificultăți de ordin juridic v-ați confruntat?

Datele au fost verificate de două ori de către cercetători, acolo unde a fost posibil, cu implicarea autorităților competente din statele membre ale UE pentru a asigura acuratețea acestora.

¹ Vedeti, de exemplu, [The Party Abroad: A New Modus Operandi for Political Parties](#) („Partidul în diaspora: un nou modus operandi pentru partidele politice”), *Parliamentary Affairs*, 4 octombrie 2020, și [Out-of-Country Voting, Learning from Practice](#) (Votarea în afara țării: învățând din practică), 19 ianuarie 2021. Vedeti, de asemenea, [IDEA Voting from Abroad Database](#) (Baza de date privind votarea în străinătate).

După cum s-a menționat anterior, prezentul raport se limitează la campania electorală de tip OCV. Alte considerente și provocări legate de acest proces nu sunt dezbătute.

1.1 LIMITĂRI

Există anumite limitări inerente cercetărilor documentare. Acestea includ potențiale opinii subiective în documentele selectate, diferențe ce țin de exhaustivitatea și calitatea informațiilor disponibile, diferențe ce țin de calitatea bazelor de date, dependența de cercetările și documentația existente.

Capitolul 2

OBLIGAȚII ȘI STANDARDE INTERNAȚIONALE CU PRIVIRE LA VOTAREA ÎN AFARA ȚĂRII

Nu există obligații sau standarde internaționale pentru asigurarea drepturilor cetățenilor stabiliți în străinătate. Articolul 21 al Declarației universale a drepturilor omului (DUDO) afirmă că „alegerile oneste [...] trebuie să aibă loc periodic, prin sufragiu universal egal și prin vot secret sau după o procedură echivalentă care să asigure libertatea votului.” Articolul 25 din Pactul internațional cu privire la drepturile civile și politice (PIDCP) recunoaște și protejează dreptul fiecărui cetățean „de a lua parte la conducerea treburilor publice, fie direct, fie prin intermediul unor reprezentanți liber aleși” la alegeri autentice și periodice.

În unele documente și angajamente regionale se reafirmă aceeași obligație. Articolul 3 al Protocolului nr. 1 la Convenția Europeană pentru apărarea drepturilor omului și a libertăților fundamentale (CEDO) prevede că „Înaltele Părți Contractante se angajează să organizeze, la intervale rezonabile, alegeri libere cu vot secret, în condiții care să asigure libera exprimare a opiniei poporului în alegerea corpului legislativ”². Alegerile periodice reprezintă caracteristicile cheie ale unei democrații fiind consacrate într-un șir de angajamente ale OSCE³, însă niciunul din documente nu se referă în mod concret la votul cetățenilor în afara țării. *Convenția internațională privind protecția drepturilor tuturor lucrătorilor migranți și ale membrilor familiilor acestora* este singurul document internațional care conține o prevedere explicită privind participarea la alegeri a cetățenilor care locuiesc în afara țării. Totuși prevederea

Articolul 25 din Pactul internațional cu privire la drepturile civile și politice (PIDCP) recunoaște și protejează dreptul fiecărui cetățean „de a lua parte la conducerea treburilor publice, fie direct, fie prin intermediul unor reprezentanți liber aleși” la alegeri autentice și periodice.

2 Vedeti [Protocolul nr. 1 al Convenției Europene a Drepturilor Omului](#).

3 Vedeti, de exemplu, [1990 OSCE Copenhagen Document](#) (Documentul OSCE de la Copenhaga din 1990).

în cauză este aplicabilă doar în cazul migranților documentați, al familiilor acestora și al statelor care au ratificat Convenția⁴.

Recunoscând importanța acordării de drepturi cetățenilor stabiliți în străinătate, Curtea Europeană a Drepturilor Omului (CtEDO) a susținut cu mai multe ocazii că limitarea dreptului de vot al cetățenilor care locuiesc pe un teritoriu național poate fi justificată din următoarele motive: (1) ipoteza că un cetățean nerezident are mai puține cunoștințe despre problemele actuale ale țării; (2) imposibilitatea și uneori lipsa de dorință a candidaților la scrutinul parlamentar de a prezenta diferitele probleme electorale cetățenilor care locuiesc în străinătate; (3) influența cetățenilor nerezidenți asupra selectării candidaților și asupra formulării programelor lor electorale; și (4) corelația dintre dreptul unei persoane de a vota la alegerile parlamentare și situația de a fi direct afectată de actele autorităților politice alese astfel⁵. Într-un caz mai cunoscut, CtEDO a opinat că eșecul în a asigura modalități de participare la alegerile naționale pentru cetățenii care locuiesc în străinătate nu reprezintă o încălcare a drepturilor omului a acestor cetățeni⁶.

Deși niciun instrument internațional nu stabilește obligația statului de a asigura drepturile cetățenilor care locuiesc în străinătate, obligațiile internaționale referitoare la alegeri prevăzute în PIDCP, DUDO, precum și în instrumentele și angajamentele regionale sunt aplicabile în aceeași măsură ca și pentru votul pe teritoriul țării.

Deși niciun instrument internațional nu stabilește obligația statului de a asigura drepturile cetățenilor care locuiesc în străinătate, obligațiile internaționale referitoare la alegeri prevăzute în PIDCP, DUDO, precum și în instrumentele și angajamentele regionale sunt aplicabile în aceeași măsură ca și pentru votul pe teritoriul țării. În plus, dreptul la vot și dreptul de a participa la alegeri periodice autentice este în mod intrinsec legat de alte câteva drepturi ale omului care au un rol esențial în asigurarea unui proces electoral pertinent. Printre acestea se numără dreptul la libertatea de opinie și de exprimare, menționat în articolul 19 din PIDCP, precum și drepturile la libertatea de asociere (articolul 22) și la întruniri pașnice (articolul 21). Cu alte cuvinte, pentru un proces electoral cuprinzător, realizarea de facto a acestor libertăți este imperativă, deoarece ele permit candidaților și partidelor politice să desfășoare campanii în perioada preelectorală, iar alegătorilor le oferă posibilitatea să beneficieze de informații pentru a face o alegere informată. Recunoașterea necesității de a garanta aceste drepturi este evidentă în articolul 2 din PIDCP care prevede în mod explicit că „[stările părți la prezentul Pact se angajează să respecte și să garanteze tuturor indivizilor care se găsesc pe teritoriul

4 Vedeți *International Convention for the Protection of the Rights of Migrant Workers and their Families* (Convenția Internațională privind protecția drepturilor tuturor lucrătorilor migranți și ale membrilor familiilor acestora).

5 Vedeți, de exemplu, *Melnichenko v. Ukraine* (no. 17707/02), Decizia din 19 octombrie 2004, procesul *Melnichenko împotriva Ucrainei*, *X v. United Kingdom* (no. 7730/76, D.R. 15), Decizia din 28 februarie 1979, procesul *X împotriva Regatului Unit*.

6 Vedeți *Sitaropoulos and Giakoumopoulos v. Greece*, Decizia (nr. 42202/07) din 15 martie 2012, procesul *Sitaropoulos și Giakoumopoulos împotriva Greciei*.

lor și țin de competența lor drepturile recunoscute în prezentul Pact, fără nici o deosebire [...].”

În plus, mai multe organizații recunosc că, deși desfășurarea campaniilor electorale privind votarea în afara țării nu este o obligație, statele pot acorda dreptul de vot cetățenilor stabiliți în străinătate. De exemplu, Codul bunelor practici în materie electorală al Comisiei de la Veneția stipulează că „dreptul de a vota și de a fi ales poate fi acordat cetățenilor care locuiesc în străinătate”, fără ca prevederea respectivă să constituie o cerință de acordare a unui astfel de drept. De asemenea, Comisia de la Veneția a recomandat statelor să adopte o abordare pozitivă cu privire la dreptul de vot al cetățenilor care locuiesc în afara țării, deoarece acest drept favorizează dezvoltarea cetățeniei naționale și europene. În mod similar, Rezoluția 1591 (2007) privind votul la distanță, Adunarea Parlamentară a Consiliului Europei (APCE) subliniază că dreptul la vot este o libertate esențială în orice sistem democratic și invită statele membre să introducă votul la distanță⁷.

În baza principiului votului universal, comunicarea politică este esențială pentru ca cetățenii, partidele politice și candidații să participe plenar la alegeri. Cu toate acestea, este posibil ca anumite state să nu permită activități de campanie desfășurate de cetățeni străini din motive politice sau din considerente de suveranitate și securitate. În lipsa unor obligații internaționale și a unui cadru legislativ internațional, organizarea campaniei în altă țară poate necesita o cooperare cu țara gazdă.

Este posibil ca anumite state să nu permită activități de campanie desfășurate de cetățeni străini din motive politice sau din considerente de suveranitate și securitate.

⁷ Vedeți [Resolution 1591](#) (Rezoluția 1591 a Adunării Parlamentare a Consiliului Europei) (2007).

Capitolul 3

CAMPANIILE CANDIDAȚILOR STRĂINI ȘI ALE PARTIDELOR POLITICE STRĂINE ÎN STATELE MEMBRE ALE UE: TENDINȚE ȘI PROVOCĂRI

În urma examinării cadrelor legislative ale celor 27 de state membre ale UE autorii prezentului Raport au ajuns la concluzia că majoritatea statelor nu reglementează campaniile cetățenilor străini, în timp ce unele state interzic în mod explicit campaniile străine pe teritoriul său, iar altele interzic anumite activități politice ce țin de alegeri.

Campaniile electorale sunt esențiale pentru democrațiile moderne și stau la baza drepturilor democratice, precum libertatea de exprimare, de întrunire și de asociere. Deși drepturile în cauză le sunt asigurate cetățenilor statelor membre ale UE, acestea nu sunt reglementate în mod explicit pentru campaniile cetățenilor străini în timpul campaniilor de tip OCV. Cadrele juridice electorale naționale sunt, în general, concepute pentru a se corela cu contextele electorale naționale, inclusiv cu alegerile în Parlamentul European. Lipsa reglementării înseamnă că în încercările de a desfășura campanii electorale în țările gazdă pot apărea multiple provocări și, prin urmare, ar trebui examinate un șir de considerente. Pentru a înțelege ce activități de campanie sunt permise concurenților și cetățenilor străini, urmează a fi interpretat cadrul legal general al fiecărui stat membru al UE cu respectarea libertăților de exprimare, de întrunire și de asociere. În contextul alegerilor, aceasta include, dar nu se limitează, la adunări publice, plasare de afișe și publicitate politică în mass-media audiovizuală, presa scrisă și online.

În urma examinării cadrelor legislative ale celor 27 de state membre ale UE autorii prezentului Raport au ajuns la concluzia că majoritatea statelor nu reglementează campaniile cetățenilor străini, în timp ce unele state interzic în mod explicit campaniile străine pe teritoriul său, iar altele interzic anumite activități politice ce țin de alegeri. De exemplu, în Slovenia, organizarea de campanii electorale pentru alegerile din altă țară este interzisă. În Austria, dreptul la întrunire poate fi, de asemenea, refuzat dacă acesta „servește activităților politice ale resortisanților țărilor terțe și dacă acesta contravine principiilor și practicilor juridice internaționale recunoscute sau obligațiilor conform dreptului internațional, valorilor democratice de bază ori intereselor de politică externă ale Republicii Austria”. În mod similar, conform unui regulament din Țările de Jos, reprezentanților

statelor non-UE nu li se permite să facă campanii în Țările de Jos în decursul a trei luni premergătoare alegerilor din țara lor de origine. Totodată, în Lituania, partidele politice și organizațiile politice ale statelor non-UE nu pot fi înființate sau desfășura activități pe teritoriul Lituaniei.

3.1. CAMPANIA ELECTORALĂ PE REȚELELE DE SOCIALIZARE

Campania electorală pe rețelele de socializare este restricționată mai puțin și poate fi mai accesibilă atât pentru concurenții electorali, cât și pentru electorat. Cu toate acestea, este necesar să se asigure că conduita participanților respectă toate obligațiile și principiile consacrate în documentele internaționale relevante și în directivele Uniunii Europene, precum și că accesul la internet este garantat în mod egal pentru toate persoanele implicate. Acest lucru presupune, de asemenea, ca utilizatorii de internet să poată utiliza orice platformă online și să acceseze orice servicii și conținut online la alegere, atât timp cât acestea nu încalcă legislația Uniunii Europene.

Reglementările UE adoptate recent vizează publicitatea politică, în special cea online, și stabilesc un cadru menit să faciliteze publicitatea politică la nivelul Uniunii Europene. În temeiul acestor reglementări, publicitatea politică trebuie să fie clar etichetată, iar informațiile esențiale, precum publicul țintă, identitatea advertiserului, sumele cheltuite și legătura acestora cu alegerile sau referendumurile, trebuie să fie ușor accesibile⁸.

Pentru a contracara ingerințele străine în procesele democratice europene, noile norme interzic finanțarea publicității politice din afara Uniunii Europene în cele trei luni premergătoare unui scrutin electoral sau unui referendum. Aceste prevederi completează Actul privind serviciile digitale al UE din 2022, care obligă platformele online să implementeze măsuri împotriva diseminării bunurilor, serviciilor sau conținutului ilegal. Actul din 2022 impune un nivel sporit de transparență și control asupra conținutului afișat pe platformele online. De asemenea, platformele sunt obligate să informeze

Campania electorală pe rețelele de socializare este restricționată mai puțin și poate fi mai accesibilă atât pentru concurenții electorali, cât și pentru electorat.

Reglementările UE adoptate recent vizează publicitatea politică, în special cea online, și stabilesc un cadru menit să faciliteze publicitatea politică la nivelul Uniunii Europene.

⁸ Vedeți [European Parliament legislative resolution of 27 February 2024 on the proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council on the transparency and targeting of political advertising](#) (Rezoluția legislativă a Parlamentului European din 27 februarie 2024 referitoare la propunerea unui Regulament al Parlamentului European și al Consiliului cu privire la transparența și vizarea unui public-țintă în publicitatea politică) (COM(2021)0731 – C9-0433/2021 – 2021/0381(COD)).

utilizatorii cu privire la motivele eliminării conținutului sau ale restricționării conturilor⁹.

Ambele acte normative protejează dreptul la libertatea de exprimare. Reglementările privind publicitatea politică se concentrează exclusiv asupra afișării materialelor publicitare plătite și nu vizează conținutul organic. În plus, aceste măsuri exclud mesajele nesponsorizate și nu afectează opiniile personale, punctele de vedere politice, comunicările, anunțurile concurenților electorali sau campaniile de informare desfășurate de surse oficiale naționale sau ale Uniunii Europene. Actul privind serviciile digitale impune, suplimentar, platformelor online obligația de a identifica, analiza și atenua în mod eficient riscurile asociate proceselor electorale și discursului civic, cu respectarea libertății de exprimare.

Pe lângă respectarea legislației și reglementărilor statului în care se desfășoară campania electorală, este esențial să fie recunoscut impactul reglementărilor Uniunii Europene asupra campaniilor electorale pe rețelele de socializare. Aceste reglementări trebuie avute în vedere cu atenție în procesul de planificare și implementare a unor astfel de campanii.

3.2. ÎNTÂLNIRILE CU ALEGĂTORII

Întâlnirile cu alegătorii (inclusiv adunările publice) reprezintă un mijloc esențial de comunicare și de sensibilizare politică pentru a asigura participarea plenară la alegeri. În general, aceste activități cad sub incidența garanțiilor referitoare la libertatea de întrunire, precum și la dreptul de a transmite și de a primi informații. În statele membre ale UE aceste libertăți sunt asigurate cetățenilor și/sau tuturor persoanelor, dar pot fi impuse anumite cerințe organizatorilor întrunirii. În unele situații, aceștia trebuie să fie rezidenți legali, ca în cazul Republicii Cehe și cel al Ungariei.

Orice restricții ale dreptului la întrunire pașnică trebuie să se bazeze pe principiile legalității, ale proporționalității și ale nediscriminării. În baza acestor principii, legislația națională nu trebuie să impună notificarea prealabilă a întrunirilor, chiar și a celor spontane. Totuși

⁹ Vedeți [European Parliament legislative resolution of 27 February 2024 on the proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council on the transparency and targeting of political advertising](#) (Rezoluția legislativă a Parlamentului European din 27 februarie 2024 referitoare la propunerea unui Regulament al Parlamentului European și al Consiliului cu privire la transparența și vizarea unui public-țintă în publicitatea politică) (COM(2021)0731 – C9-0433/2021 – 2021/0381(COD)).

notificarea prealabilă ar putea fi necesară atunci când scopul acesteia este de a permite statului să pună în aplicare aranjamentele necesare pentru a facilita libertatea de întrunire și pentru a proteja ordinea publică, siguranța publică și drepturile și libertățile altor persoane. În mai multe state membre ale UE, precum Austria, Republica Cehă, Franța, Germania, Ungaria, Italia, Malta, Țările de Jos, Polonia, Slovacia, Spania și Suedia, notificarea prealabilă este necesară.

În plus, în contextul întâlnirilor cu alegătorii din străinătate, trebuie avut în vedere faptul că partidele aflate la guvernare sau cele bine consolidate pot dispune de resurse superioare pentru organizarea unor astfel de întâlniri comparativ cu partidele mici, candidații independenți sau femeile candidate, ceea ce le poate conferi un avantaj neloial în campanie și poate afecta condițiile de concurență echitabile. De asemenea, un număr de state membre ale UE pot introduce limitări privind astfel de întâlniri sau vizite ale liderilor de partide străine în scopuri de campanie electorală. Diferențele dintre limitările legale aplicabile întâlnirilor cu alegătorii și adunărilor de mari dimensiuni pot plasa alegătorii într-o poziție inegală în ceea ce privește informațiile pe care le pot primi.

Cadrul legislativ național poate fi consultat pentru a organiza întâlniri cu alegătorii din străinătate în limitele permise de lege. Totuși, în lipsa unor reglementări clare privind desfășurarea campaniilor electorale în afara țării, ar fi necesară obținerea acordului și a sprijinului statului gazdă pentru realizarea aranjamentelor necesare.

3.3. PLASAREA ȘI AFIȘAREA MATERIALELOR DE CAMPANIE

Campaniile electorale oferă candidaților și partidelor politice oportunități de a-și prezenta platformele și mesajul cetățenilor permițându-le ultimilor să facă alegeri informate. Așa cum prevede PIDCP, orice persoană are dreptul „de a căuta, de a primi și a răspândi informații și idei de orice fel, fără a se ține seama de frontiere, sub formă orală, scrisă, tipărită ori artistică, sau prin orice alt mijloc la alegerea sa”. PIDCP stabilește, de asemenea, că acest drept „comportă îndatoriri și responsabilități speciale” și că, prin urmare, „poate fi supus anumitor limitări[...] care trebuie însă stabilite în mod expres prin lege și care sunt necesare: (a) respectării drepturilor sau reputației altora; (b) apărării securității naționale, ordinii publice, sănătății sau moralității publice”, ceea ce înseamnă că ar putea fi

În contextul întâlnirilor cu alegătorii din străinătate, trebuie avut în vedere faptul că partidele aflate la guvernare sau cele bine consolidate pot dispune de resurse superioare pentru organizarea unor astfel de întâlniri comparativ cu partidele mici, candidații independenți sau femeile candidate, ceea ce le poate conferi un avantaj neloial în campanie și poate afecta condițiile de concurență echitabile.

Practicile statelor membre ale UE cu privire la modul în care este alocat spațiul pentru afișarea materialelor de campanie diferă.

interzisă afișarea anumitor materiale de campanie dacă acestea se încadrează în categoriile sus-menționate.

Practicile statelor membre ale UE cu privire la modul în care este alocat spațiul pentru afișarea materialelor de campanie diferă. Unele state fac distincție între mesajele politice și cele de campanie. În altele, este necesară o autorizație pentru a plasa afișe de campanie (de exemplu, în Bulgaria, Croația, Cipru, Germania și Italia). În majoritatea cazurilor, municipalitățile locale beneficiază de libertatea de a decide cu privire la regulile privind alocarea spațiului public în scopuri de campanie. În plus, pentru a contribui la asigurarea unor condiții echitabile și a alegerilor care să reflecte în ultima instanță voința cetățenilor, statele membre se asigură adesea că spațiul public le este alocat concurenților electorali în mod echitabil (de exemplu, în Republica Cehă, Finlanda, Grecia, Franța, Letonia și Polonia).

Reglementările naționale actuale cu privire la campanii nu sunt aplicabile pentru alegerile din alte state (în special în cele din afara UE). Prin urmare, alocarea automată a spațiului pentru afișarea materialelor de campanie nu ar fi aplicabilă, iar în toate cazurile ar fi necesară aprobarea prealabilă pentru utilizarea spațiului public. Când vine vorba de un spațiu comercial, deși această opțiune poate părea mai optimă, spațiul respectiv este supus frecvent legilor cu privire la licențe, cerințelor cu privire la conținutul străin și legilor lingvistice. Această formă de campanie ar solicita, de asemenea, un grad mai mare de sprijin local pentru a menține legătura cu autoritățile respective și/sau cu furnizorii privați de publicitate.

3.4. PUBLICITATEA ÎN MASS-MEDIA TRADIȚIONALĂ

Aceleași considerente privind amplasarea materialelor de campanie (publicitate exterioară) sunt cu atât mai relevante în cazul publicității în mass-media publice. Datorită naturii lor și a audienței largi pe care o au, instituțiile de radiodifuziune publică sunt adesea supuse unor reguli stricte în timpul campaniilor electorale, menite să asigure reflectarea tuturor concurenților electorali și a evenimentelor electorale, pentru a preveni acordarea unui avantaj neloial oricărei formațiuni politice. Reglementarea tratamentului egal și a accesului poate varia de la un stat la altul. Unele state impun egalitate strictă în ceea ce privește accesul, în timp ce altele permit un „acces echitabil”, spre deosebire de egalitatea strictă.

În toate statele membre ale Uniunii Europene, mass-media publice au fie obligația de a oferi timp de antenă gratuit tuturor concurenților electorali, ca parte a finanțării publice, fie, în anumite cazuri, pot oferi posibilitatea achiziționării de spațiu de emisie în scopuri de campanie electorală. În ceea ce privește timpul de antenă gratuit, acesta se referă exclusiv la procesele electorale ale statului respectiv; prin urmare, nu există o obligație similară de a oferi o astfel de posibilitate pentru campaniile electorale ale altor state.

Problematica publicității politice plătite în mass-media publice sau private poate genera, de asemenea, dificultăți. Aceasta poate fi fie interzisă în totalitate din considerente legate de asigurarea egalității (de exemplu, în Grecia și Spania), fie supusă unor limitări impuse de legislația privind cerințele lingvistice. De exemplu, în Bulgaria, difuzările pot fi realizate într-o limbă străină doar dacă au un scop educațional și sunt destinate exclusiv cetățenilor bulgari. În Franța, orice material publicitar difuzat într-o limbă străină trebuie să fie însoțit de o traducere în limba franceză.

În ceea ce privește timpul de antenă gratuit, acesta se referă exclusiv la procesele electorale ale statului respectiv; prin urmare, nu există o obligație similară de a oferi o astfel de posibilitate pentru campaniile electorale ale altor state.

3.5. PROVOCĂRI PRIVIND REGLEMENTAREA FINANȚĂRII CAMPANIILOR ELECTORALE

În general, concurenții electorali sunt supuși legislației naționale a propriului stat în ceea ce privește reglementarea finanțării campaniilor electorale. Aceasta include normele referitoare la donații, cheltuieli și raportare. În mod similar, fiecare stat membru al Uniunii Europene reglementează diferit finanțarea campaniilor pentru propriile scrutinuri și pentru propriii concurenți electorali.

La fel ca în cazul donațiilor și cheltuielilor efectuate pe teritoriul statului de origine, concurenții electorali sunt supuși aceluiași reguli privind primirea, utilizarea și raportarea fondurilor și pentru cheltuielile efectuate în cadrul campaniei desfășurate în contextul votării în afara țării. Din această perspectivă, normele privind finanțarea campaniilor electorale ale statelor membre ale UE gazdă nu sunt aplicabile. Cu toate acestea, pot fi avute în vedere o serie de alte considerații. În primul rând, multe state membre ale UE interzic finanțarea campaniilor electorale din surse străine pe teritoriul lor. Această interdicție poate include atât utilizarea avansurilor din fonduri personale, cât și contribuțiile sau donațiile efectuate către comitetele și organizațiile partidelor politice, care pot fi necesare pentru desfășurarea campaniilor în contextul OCV. În al doilea rând, legislația statului care organizează alegerile poate impune restricții

La fel ca în cazul donațiilor și cheltuielilor efectuate pe teritoriul statului de origine, concurenții electorali sunt supuși aceluiași reguli privind primirea, utilizarea și raportarea fondurilor și pentru cheltuielile efectuate în cadrul campaniei desfășurate în contextul votării în afara țării.

privind participarea cetățenilor străini și donațiile către campaniile acestora, aspect relevant în special în cazul persoanelor cu dublă cetățenie. În cele din urmă, pentru autoritatea de reglementare, monitorizarea și verificarea donațiilor și cheltuielilor efectuate în alte state poate fi dificilă și împovărătoare, afectând exercitarea unui control eficient. Toate aceste considerente ar trebui avute în vedere în statul gazdă.

Capitolul 4

PRACTICILE IDENTIFICATE PRIN INTERVIURI

Raportul oferă, de asemenea, descrierea mai multor practici identificate în timpul interviurilor cu actori politici care au desfășurat activități de campanie în statele membre ale UE. Toate exemplele disponibile prezentate vizează activități desfășurate în rândul comunităților din diaspora stabilite de mult timp; prin urmare, acestea pot avea implicații diferite pentru votarea în afara țării (Out-of-Country Voting – OCV) comparativ cu practicile de campanie adresate grupurilor de diasporă recent stabilite. Mulți alegători vizati aveau astfel și cetățenia țării gazdă. Diaspora era, de obicei, un grup funcțional de persoane cu legături interne puternice, canale de informare stabilite și o relație strânsă cu tradițiile, valorile și dezvoltarea politică a țării lor de origine. În acest context, partidele politice din țara de origine aveau numeroase filiale active, deși mici, conduse în străinătate de reprezentanții diasporei. În majoritatea cazurilor, aceștia desfășurau activități regulate în timpul și în afara perioadei electorale, mențineau contactul cu alegătorii și, prin urmare, dispuneau de o bază amplă de date despre alegători. Unii reprezentanți ai diasporei editau ziare în limba lor de origine care apoi ofereau partidelor oportunități de plasare a publicității în perioada campaniei. Raportul conține, de asemenea, descrierea mai multor practici identificate în timpul interviurilor cu actori politici care au desfășurat activități de campanie în statele membre ale UE¹⁰.

Majoritatea reprezentanților politici consultați care au organizat activități de campanie în străinătate nu au analizat în prealabil cadrul legal al țării gazdă cu scopul de a identifica motivele pentru care sunt permise activitățile de campanie. În opinia lor, decizia a fost motivată

Toate exemplele disponibile prezentate vizează activități desfășurate în rândul comunităților din diaspora stabilite de mult timp; prin urmare, acestea pot avea implicații diferite pentru votarea în afara țării (Out-of-Country Voting – OCV) comparativ cu practicile de campanie adresate grupurilor de diasporă recent stabilite.

¹⁰ Practicile identificate se bazează pe analiza activității partidelor italiene care fac campanie în Belgia, Franța, Germania, Luxemburg, Portugalia și Spania; partidelor tunisiene și britanice care fac campanie în Franța; partidelor franceze care fac campanie în Danemarca, Germania și Luxemburg; partidelor turcești care fac campanie în Germania și Olanda; partidelor maghiare care fac campanie în Slovacia.

de faptul că ei aveau o experiență de lungă durată în domeniu, n-au schimbat tipul de activități de la o campanie la alta și n-au avut niciodată vreo problemă sau reclamație din partea autorităților țării gazdă. Drept urmare, uneori aceștia nu știau dacă activitățile lor de campanie erau întru totul conforme cu legile naționale. În general, activitățile de campanie desfășurate în străinătate au fost caracterizate ca fiind discrete, vizând în mod specific potențialii alegători și, prin urmare, lipsite de vizibilitate pentru publicul larg din țara gazdă.

Două din cele mai frecvente activități de campanie descrise de persoanele intervievate includ:

1. Campaniile pe rețelele sociale: mesajele de campanie erau plasate prin intermediul unui reprezentant al diasporei care avea cetățenia țării gazdă sau avea reședința în țara gazdă.
2. Desfășurarea întrunirilor în spații interioare, publice și private (săli municipale, centre de conferințe, baruri, restaurante și biblioteci conduse de sau asociate cu diaspora etc.): o parte din întâlniri erau organizate cu participarea liderilor politici din țara de origine. Aceste evenimente erau însoțite de distribuirea de broșuri electorale și, în cazul spațiilor private, de plasarea afișelor electorale cu acordul gazdei. De exemplu, Uniunea Internațională a Democraților (UID) din Turcia înființase peste tot în lume reprezentanțe locale care aveau misiunea să coordoneze eforturile de consolidare a puterii în străinătate. Împreună cu Partidul Justiției și Dezvoltării, aceștia au organizat mitinguri și au promovat campanii electorale camuflete în cadrul instituțiilor religioase. Un alt exemplu relevant al fi cel al unor partide și candidați italieni care au făcut campanie în Belgia plasând mici afișe în restaurante sau spații publice unde se aduna, în general, diaspora italiană.

În cadrul cercetărilor documentare n-a fost identificat niciun exemplu de desfășurare a campaniei de promovare în mass-media audiovizuală din țara gazdă. În schimb, în cazul unor alegeri din Regatul Unit în cadrul cărora au fost desfășurate campanii în Franța, exponenții celor două formațiuni reprezentative stabiliți în această țară au acceptat invitația de a participa la o dezbatere deschisă (în limba engleză) organizată la un post TV internațional în cadrul unui program de politică externă. Deși dezbaterile au avut un caracter informativ pentru cea mai mare parte a audienței internaționale, acestea au fost mediatizate pe larg în rândul diasporei britanice din Franța și au servit drept platformă de dezbateri.

O parte din întâlniri erau organizate cu participarea liderilor politici din țara de origine.

În interviurile cu majoritatea reprezentanților politici consultați s-a menționat că afișarea materialelor de publicitate stradală a fost o practică costisitoare, ineficientă și perimată. Chiar și în trecut, când plasarea materialelor de campanie era răspândită pe larg, practica respectivă era utilizată doar sporadic și numai în zonele populate compact de reprezentanți ai diasporei.

Capitolul 5

CONSIDERENTE, CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI CHEIE

Așa cum se subliniază în raport, legislația tuturor statelor membre ale UE conține reglementări cu privire la campaniile țărilor străine pe teritoriul lor. Este posibil ca în unele state legislația să nu interzică expres o astfel de activitate, totuși, dacă ținem cont de alte aspecte, cum ar fi asigurarea unor condiții echitabile în cadrul campaniei, autorizarea campaniilor în alte limbi decât limba statului de reședință a diasporei sau implicarea donațiilor străine în acest scop, ajungem la concluzia că totuși ar fi necesare discuții și acorduri prealabile cu țara gazdă înainte de a iniția astfel de activități.

Este esențial ca autoritățile care urmează să decidă dacă vor fi desfășurate activități de campanie în străinătate și cum vor fi acestea reglementa să țină cont de mai multe considerente.

**În lipsa unor obligații
internaționale
și a unui cadru
legislativ în acest
sens, organizarea
campaniilor în altă
țară poate presupune
cooperare din partea
țării gazdă.**

În primul rând, în lipsa unor obligații internaționale și a unui cadru legislativ în acest sens, organizarea campaniilor în altă țară poate presupune cooperare din partea țării gazdă. Totuși este posibil ca anumite state să nu permită activitățile de campanie desfășurate de către cetățeni străini din motive politice sau, uneori, din raționamente de suveranitate, democrație și securitate, prin urmare, este nevoie de un acord prealabil cu țara gazdă asupra modalităților și condițiilor de organizare a campaniilor.

În al doilea rând, permisiunea oferită concurenților electorali de a face campanie în străinătate poate constitui un avantaj în cazul partidelor politice aflate la guvernare sau celor mai mari și mai bine poziționate, dar poate dezavantaja partidele mici, independente sau femeile care candidează. Pentru a garanta tuturor concurenților niște condiții competitive echitabile ar fi necesare elaborarea și aplicarea unor reguli cu privire la activitățile de campanie desfășurate în străinătate.

În al treilea rând, partidele politice și candidații care au desfășurat anterior campanii în străinătate relevă că multe activități au fost fezabile și eficiente, însă acestea au vizat în mare măsură doar electoratul lor și au avut o vizibilitate redusă.

În final, intensitatea campaniei și informațiile recepționate de electorat ar putea varia de la un stat la altul, inclusiv în țara de origine, având în vedere condițiile și acordurile disponibile privind modalitățile de desfășurare a campaniei. În timp ce o campanie pe rețelele sociale poate fi în general identică, indiferent de locul realizării, alte mijloace de campanie, cum ar fi întâlnirile cu alegătorii și adunările mari, pot plasa alegătorii în condiții inegale atunci când există diverse limitări legale.

Recomandări pentru autoritățile și concurenții electorali din țara care organizează alegeri pe teritoriul unui stat membru UE:

- să identifice cele mai eficiente modalități de campanie care ar asigura condiții echitabile atât pentru concurenți, cât și pentru electorat;
- să discute și să agreeze cu statul gazdă modalitățile, posibilitățile și condițiile de desfășurare a campaniilor.

Intensitatea campaniei și informațiile recepționate de electorat ar putea varia de la un stat la altul, inclusiv în țara de origine, având în vedere condițiile și acordurile disponibile privind modalitățile de desfășurare a campaniei.

Capitolul 6

AUSTRIA**6.1. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA ORGANIZAREA EVENIMENTELOR DE CAMPANIE**

Legea privind întrunirile din 1953 este legislația principală a Austriei care reglementează exercitarea dreptului la libertatea de întrunire¹¹. Articolul 2 alineatul 1) stabilește că oricine dorește să organizeze o întrunire publică trebuie să anunțe autoritățile, în scris, cu cel puțin 48 de ore înainte de ora prevăzută a întrunirii precizând scopul, locul și ora de desfășurare a acesteia. Notificarea trebuie să fie recepționată de autorități cu cel puțin 48 de ore înainte de ora prevăzută a întrunirii. În calitate de autoritate, așa cum este definită aceasta la articolul 16, poate fi Departamentul Poliției de Stat sau autoritatea administrativă districtuală.

Deși dreptul la întrunire este garantat, în articolul 6 sunt enumerate motivele când realizarea acestui drept poate fi refuzată. Mai exact, articolul specifică că (1) „întrunirile care au un scop ce se prezumă contrar legilor penale sau a căror desfășurare pune în pericol siguranța publică sau binele public trebuie să fie interzise de autorități”, la fel ca și (2) „întrunirile care servesc activităților politice ale resortisanților țărilor terțe și care contravin principiilor și practicilor juridice internaționale recunoscute sau obligațiilor conform dreptului internațional, valorilor democratice fundamentale sau intereselor de politică externă ale Republicii Austria”.

11 Vedeți *Gesamte Rechtsvorschrift für Versammlungsgesetz 1953* (BGBl. Nr. 98/1953WV) (Legea privind întrunirile din 1953).

6.2. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA PLASAREA MATERIALELOR DE CAMPANIE ÎN SPAȚIUL EXTERIOR

Cu referire la alegerile naționale, aparent nu există nicio distincție între publicitatea politică și cea comercială. Prin urmare, plasarea afișajului politic și comercial se face după aceleași reguli.

La nivel local, această distincție se poate face, ca și în cazul documentului regional al regiunii Tirol privind alegerile în consiliile municipale și primării din 2022¹². În astfel de cazuri, permisiunea de afișare a publicității trebuie solicitată la nivel local¹³. Aprobarea publicității stradale este, în general, permisă din punct de vedere legal în spațiul localității. Totuși, în afara localităților, urmează a fi obținută o autorizație de circulație rutieră (conform Regulamentului privind circulația rutieră) de la autoritatea administrativă regională din motive de siguranță a circulației pe drumurile municipale, de stat și federale. Totodată, conform articolului 84 al Regulamentului privind circulația rutieră, în afara zonelor urbane, publicitatea și afișajul în zona drumurilor sunt interzise pe o distanță de 100 de metri de la marginea drumului¹⁴.

6.3. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA CAMPANIILE ÎN MASS MEDIA (AUDIOVIZUALĂ, ONLINE ȘI PRESA SCRISĂ)

În conformitate cu legislația privind mass-media, publicitatea electorală se încadrează, în mod clar, în definiția publicității. Conform acestor surse juridice, publicitatea politică se încadrează și în termenul de publicitate¹⁵.

Corporația Publică de Radiodifuziune din Austria (Österreichischer Rundfunk (ORF)) este cel mai mare furnizor de servicii mass-media din Austria. Deși ORF nu are restricții juridice pentru difuzarea publicității politice contra plată, această practică este interzisă de reglementările interne¹⁶. Partidele parlamentare beneficiază de

¹² Vedeți [Informationen zur Wahlwerbung](#) (informația oferită cu privire la alegerile municipale).

¹³ Vedeți [Außenwerbung und StVO](#) (informația despre publicitatea stradală).

¹⁴ Vedeți [Straßenverkehrsordnung](#) (informația despre publicitatea stradală și regulile de circulație).

¹⁵ Vedeți [informația oferită de Camera de Comerț Austriacă](#).

¹⁶ Vedeți [ODIHR Needs Assessment Mission Report Republic of Austria Presidential Election](#), (Republica Austria, Alegerile prezidențiale din 9 octombrie 2022: Raportul misiunii ODIHR de evaluare a necesităților), 9 octombrie 2022.

reflectare atât în mass-media publică, cât și în cea privată în diverse formate, inclusiv în programele de știri, dezbaterile televizate, programele de actualitate și talk-show-urile politice. În Secțiunea 31 a Legii privind serviciile mass-media audiovizuale din 2023 sunt specificate cerințele generale față de comunicarea comercială audiovizuală. Printre altele, comunicarea comercială audiovizuală nu poate încălca demnitatea umană, nu poate conține sau promova discriminarea pe criterii de gen, rasă sau origine etnică, naționalitate, religie sau convingeri, dizabilitate, vârstă sau orientare sexuală¹⁷.

6.4. PRACTICI DE DESFĂȘURARE A CAMPANIEI ELECTORALE ÎN CADRUL DIASPOREI PREZENTATE DE CĂTRE UNII ACTORI STRĂINI DIN STATELE MEMBRE ALE UE CU REFERIRE LA ALEGERILE ORGANIZATE ÎN ȚĂRILE LOR DE ORIGINE

Legislația națională nu reglementează campaniile pentru alegerile desfășurate într-o țară străină, cu excepția unor restricții privind dreptul la întrunire, așa cum este prevăzut în articolul 6 din Legea privind întrunirile din 1953.

În 2017, Austria i-a interzis președintelui Turciei, Recep Tayyip Erdoğan, să desfășoare activități de campanie electorală în Austria înaintea unui referendum din Turcia privind acordarea unor puteri sporite. Interdicția a fost justificată prin riscul de amplificare a tensiunilor și de afectare a procesului de integrare a minorităților din țară.

17 Vedeti [Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz](#) (Legea privind serviciile media audiovizuale).

Capitolul 7

BELGIA

7.1. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA ORGANIZAREA EVENIMENTELOR DE CAMPANIE

Potrivit Constituției acestei țări (aprobată în 1994), cetățenii belgieni au dreptul de a se întruni în mod pașnic și neînarmat, în conformitate cu legile care pot reglementa exercitarea acestui drept, fără o autorizație prealabilă¹⁸. Această prevedere nu e aplicabilă în raport cu adunările în aer liber care rămân în întregime supuse legilor poliției.

Campania este reglementată preponderent de Legea privind limitarea și controlul cheltuielilor electorale pentru alegeri și răspunderea partidelor politice la nivel federal aprobată în 1989.

Conform Informațiilor și Serviciilor Oficiale din Belgia, pentru întruniri se recomandă de a se lua legătura cu municipalitatea în care va avea loc evenimentul, deoarece regulile de organizare variază de la o municipalitate la alta¹⁹.



7.2. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA PLASAREA MATERIALELOR DE CAMPANIE ÎN SPAȚIUL EXTERIOR

Afișarea publicității comerciale este reglementată separat de administrațiile federale, regionale și municipale. Fiecare regiune (Flandra, Valonia și Regiunea Capitalei Bruxelles) are propriile

¹⁸ Vedeti [La Constitution coordonnée de la Belgique fédérale](#) (Constituția Belgiei), articolul 26.

¹⁹ Vedeti [information page](#) (pagina de informare).

reglementări care sunt, în general, aplicate la nivel municipal, cu posibile restricții suplimentare²⁰.

Articolul 5 al Legii din 4 iulie 1989 interzice publicitatea politică în perioadele electorale. Aceasta include plasarea de afișe sau difuzarea de spoturi publicitare comerciale la radio, televiziune și în cinematografe²¹. Totuși, în articolul 5 se mai afirmă că guvernatorul provinciei stabilește, printr-un ordin al poliției, termenii și condițiile de plasare a afișelor electorale și de organizare a caravanelor motorizate²².

7.3. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA CAMPANIILE ÎN MASS MEDIA (AUDIOVIZUALĂ, ONLINE ȘI PRESA SCRISĂ)

Legea federală privind limitarea și controlul cheltuielilor electorale aprobată în 1989 interzice publicitatea politică în mass-media audiovizuală și în cinematografe în perioadele electorale în cadrul alegerilor locale și naționale.

În anul 2014 interdicția publicității de campanie cu plată pe internet a fost anulată²³.

Publicitatea comercială este reglementată mai detaliat de prevederile Codului de drept economic din 2013²⁴. Publicitatea este definită ca orice formă de comunicare menită să promoveze, direct sau indirect, bunuri, servicii sau imaginea unei companii, a unei organizații sau a unei persoane, care desfășoară o activitate comercială, industrială sau artizanală sau care desfășoară o activitate reglementată.

Consiliul Superior al Audiovizualului al Federației Valonia-Bruxelles ([Le Conseil supérieur de l'audiovisuel pur Fédération Wallonie-Bruxelles](#)) și Autoritatea flamandă de reglementare în domeniul

20 Vedeți [Règlement Général De Police Commun aux 19 Communes Bruxelloises](#) (Regulamentul general de poliție comun celor 19 comune din Bruxelles).

21 Vedeți [Loi relative à la limitation et au contrôle des dépenses électorales \(1989\)](#) (Legea din 1989 privind limitarea și controlul cheltuielilor electorale).

22 Vedeți [Loi de 4 juillet 1989](#), art. 5 (Legea din 4 iulie 1989, articolul 5).

23 Vedeți [Loi modifiant la loi du 4 juillet 1989 \(2014\)](#), Art. 9 (Legea din 2014 privind amendarea Legii din 4 iulie 1989, articolul 9).

24 Vedeți [Code de droit économique](#) (Codul de drept economic).

mass-media (Vlaamse Regulator voor de Media) sunt cele două organisme de monitorizare a mass-media²⁵.

7.4. PRACTICI DE DESFĂȘURARE A CAMPANIEI ELECTORALE ÎN CADRUL DIASPOREI PREZENTATE DE CĂTRE UNII ACTORI STRĂINI DIN STATELE MEMBRE ALE UE CU REFERIRE LA ALEGERILE ORGANIZATE ÎN ȚĂRILE LOR DE ORIGINE

Legislația națională nu reglementează campaniile pentru alegerile desfășurate în străinătate.

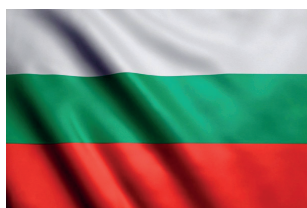
După cum s-a constatat în cadrul cercetării documentare, în timpul alegerilor din 2022 din Italia, unele partide și candidați italieni au făcut campanie în Belgia, această țară fiind una din cele patru circumscripții electorale instituite în străinătate. Campania s-a desfășurat preponderent prin amplasarea de afișe mici în restaurantele sau în spațiile publice în care se adună, în general, diaspora italiană. De asemenea, alegătorilor li s-au trimis pliante de campanie prin poștă folosind în acest scop listele de adrese oferite de instituțiile italiene²⁶.

Potrivit reprezentantului unui candidat, care a fost implicat în cadrul unei campanii, nu au apărut restricții sau probleme în timpul activităților lor de campanie de tip OCV.

25 Vedeți [Le Conseil supérieur de l'audiovisuel pur Fédération Wallonie-Bruxelles](#) (Consiliul Superior al Audiovizualului al Federației Valonia-Bruxelles) și [Vlaamse Regulator voor de Media](#) (Autoritatea flamandă de reglementare în domeniul mass-media).

26 Această informație a fost colectată printr-un apel video cu un deputat al Parlamentului Italian care a făcut campanie în Belgia și în toate celelalte state membre ale UE.

Capitolul 8

BULGARIA

8.1. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA ORGANIZAREA EVENIMENTELOR DE CAMPANIE

Legea privind întrunirile, mitingurile și demonstrațiile din 1990 prevede că evenimentele de campanie pot fi organizate de cetățeni, asociații, organizații politice și alte organizații publice²⁷. Potrivit aceleiași legi, organizatorii trebuie să notifice primarul municipiului cu privire la locația în care se desfășoară evenimentul, în scris, cu cel puțin 48 de ore înainte de începerea acestuia, indicând organizatorul, scopul, locul și ora evenimentului. Pentru desfășurarea unei demonstrații, cerința de notificare este ca aceasta să se facă cu 72 de ore înainte, fiind, de asemenea, specificat traseul evenimentului. Dacă primarul va interzice evenimentul decizia acestuia poate fi atacată în contenciosul administrativ.

8.2. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA PLASAREA MATERIALELOR DE CAMPANIE ÎN SPAȚIUL EXTERIOR

Articolul 1.1 din Codul Electoral din 2014 se aplică în raport cu desfășurarea alegerilor în Bulgaria (atât la nivel local, cât și la nivel național)²⁸.

27 Vedeți [Закон за събранията, митингите и манифестациите](#) (1990) (Legea privind întrunirile, mitingurile și demonstrațiile din 1990).

28 Vedeți [Изборен кодекс](#) (2014) (Codul Electoral din 2014).

Pot fi încheiate contracte cu furnizorii de publicitate pentru a plasa mesaje de campanie în spațiile publicitare existente (aceasta include panouri publicitare).

Pentru a amplasa afișe în spațiile publice trebuie solicitată permisiunea autorităților municipale. Articolul 185.1 din Codul Electoral interzice afișarea materialelor de promovare a alegerilor în afara perioadei de campanie electorală.

8.3. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA CAMPANIILE ÎN MASS MEDIA (AUDIOVIZUALĂ, ONLINE ȘI PRESA SCRISĂ)

Radiodifuzorul public trebuie să reflecte alegerile în conformitate cu principiile de echitate și obiectivitate și să aloce timp gratuit de antenă fiecărui concurent care participă la alegerile naționale.

Legea privind radioul și televiziunea din 1999 reglementează publicitatea comercială, inclusiv pentru „promovarea unei cauze sau a unei idei”, astfel încât orice mesaje comerciale difuzate ar cădea sub incidența regulilor acesteia (Capitolul 4)²⁹. Articolul 12 prevede că emisiunile pot fi difuzate într-o limbă străină dacă sunt în scopuri educaționale, destinate cetățenilor bulgari pentru care limba bulgară nu este limba lor maternă sau destinate ascultătorilor sau telespectatorilor din străinătate.

8.4. PRACTICI DE DESFĂȘURARE A CAMPANIEI ELECTORALE ÎN CADRUL DIASPOREI PREZENTATE DE CĂTRE UNII ACTORI STRĂINI DIN STATELE MEMBRE ALE UE CU REFERIRE LA ALEGERILE ORGANIZATE ÎN ȚĂRILE LOR DE ORIGINE

Legislația națională nu reglementează campaniile pentru alegerile desfășurate în străinătate.

În cadrul cercetării documentare n-a fost identificată nicio practică.

²⁹ *Vedeți Закон за радиото и телевизията* (1999) (Legea privind radioul și televiziunea din 1999).

Capitolul 9

CROAȚIA



9.1. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA ORGANIZAREA EVENIMENTELOR DE CAMPANIE

Legea privind adunările publice din 1999 garantează tuturor dreptul la adunări pașnice, atât cetățenilor, cât și străinilor³⁰.

Întrunirile politice sau de campanie se încadrează în categoria „adunări pașnice și proteste publice”. Pentru a organiza o întrunire, poliția locală trebuie anunțată cu cel puțin cinci zile înainte de desfășurarea evenimentului, iar, în „circumstanțe deosebit de justificate”, cu 48 de ore înainte de începerea acesteia.

Ministrul Afacerilor Interne poate interzice desfășurarea unei întruniri din motivele specificate în articolul 14 din Legea privind adunările publice, iar această decizie poate fi atacată în contenciosul administrativ.

Detaliile ce țin de convocarea adunărilor publice și, în mod specific, de drepturile și obligațiile organizatorului și ale participanților sunt explicate în mod cuprinzător pe un portal de informare guvernamental³¹.

30 Vedeți [Zakon o javnom okupljanju](#) (Legea privind adunările publice).

31 Vedeți [informația relevantă](#) de pe un portal guvernamental de informații.

9.2. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA PLASAREA MATERIALELOR DE CAMPANIE ÎN SPAȚIUL EXTERIOR

Publicitatea politică ca formă de afișare a materialelor în exterior nu este restricționată în cadrul alegerilor naționale și locale.

Spațiile de afișare a materialelor publicitare sunt oferite atât de municipalități, cât și de furnizori privați.

Stabilirea condițiilor de amplasare a publicității și a afișelor este prerogativa municipalităților, în scopul menținerii ordinii publice³². De obicei, este necesară permisiunea municipalității pentru afișarea materialelor publicitare în locuri publice. Astfel, autoritățile municipale respective ar trebui contactate în acest sens

Unele locuri pentru amplasarea publicității sunt închiriate și administrate de companii private (inclusiv pentru panouri publicitare, casete), în acest caz se va încheia un contract direct cu furnizorul privat.

9.3. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA CAMPANIILE ÎN MASS MEDIA (AUDIOVIZUALĂ, ONLINE ȘI PRESA SCRISĂ)

În cazul alegerilor naționale, radiodifuzorul public este obligat să ofere fiecărei liste de candidați minimum cinci minute de timp de antenă la televiziune și radio. Posturile publice și private de televiziune au dreptul să găzduiască câte o dezbatere în timpul campaniei.

Legea privind serviciile media electronice din 2021 interzice publicitatea politică la posturile de radio și de televiziune care ar fi efectuată de „partide politice, coaliții și reprezentanți independenți în Parlamentul croat și membri independenți [aleși] ai organelor reprezentative ale administrațiilor locale și regionale [...], cu excepția campaniilor electorale [...]”³³. Deși se pare că interdicția în cauză vizează actorii politici croați aleși în Parlament și în administrația locală, rămâne de clarificat cu autoritățile croate dacă acest lucru

³² Vedeți *Zakon o komunalnom gospodarstvu* (2024) (Legea privind economia municipală din 2024, articolul 104).

³³ Vedeți *Zakon o elektroničkim medijima* (2021) (Legea privind serviciile media electronice din 2021, articolul 34 alineatul (3) și articolul 41).

permite partidelor străine să plaseze publicitate electorală, or legea nu conține niciun fel de prevederi referitoare la campania electorală a partidelor străine³⁴.

Legea privind mass-media electronică mai stipulează că „în mass-media audio și audiovizuală este interzisă încurajarea și răspândirea urii sau a discriminării pe bază de apartenență rasială sau etnică ori de culoare a pielii, sex, limbă, religie, convingeri politice sau alte convingeri, pe bază de origine națională sau socială, statut de proprietate, apartenență la sindicat, educație, poziție socială, stare civilă sau familială, vârstă, stare de sănătate, dizabilitate, moștenire genetică, identitate de gen, expresie ori orientare sexuală, interzicându-se antisemitismul și xenofobia, ideile fasciste, naziste, promovarea regimurilor comuniste și a altor regimuri totalitare”³⁵.

Publicitatea politică este permisă în presa scrisă și online, inclusiv pe rețelele sociale. Responsabilitatea pentru conținutul reclamei revine exclusiv furnizorului de publicitate³⁶.

9.4. PRACTICI DE DESFĂȘURARE A CAMPANIEI ELECTORALE ÎN CADRUL DIASPOREI PREZENTATE DE CĂTRE UNII ACTORI STRĂINI DIN STATELE MEMBRE ALE UE CU REFERIRE LA ALEGERILE ORGANIZATE ÎN ȚĂRILE LOR DE ORIGINE

Legislația națională nu reglementează campaniile pentru alegerile desfășurate în străinătate.

În cadrul cercetării documentare n-a fost identificată nicio practică.

34 În timpul consultărilor publice înainte de adoptarea Legii privind mass-media electronică, comentatorii juridici au subliniat că formularea propusă a articolului 34 alineatul (3) permite publicitatea partidelor, coalițiilor și reprezentanților care nu fac parte din componența Parlamentului croat. Acest comentariu a fost examinat de către legiuitori, iar textul a fost adoptat neschimbat.

35 Vedeți [Zakon o elektroničkim medijima](#) (2021) (Legea privind serviciile media electronice din 2021, articolul 14).

36 Vedeți [Zakon o elektroničkim medijim](#) (Legea privind serviciile media electronice din 2021).

Capitolul 10

REPUBLICA CIPRU

10.1. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA ORGANIZAREA EVENIMENTELOR DE CAMPANIE

Campania electorală este în mare parte nereglementată. Nu există nicio prevedere care impune obligația de a solicita autorizații pentru întrunirile de pe teritoriul Ciprului. Nu există regulamente care să stabilească norme pentru desfășurarea adunărilor publice în timpul campaniilor electorale.



10.2. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA PLASAREA MATERIALELOR DE CAMPANIE ÎN SPAȚIUL EXTERIOR

Plasarea afișelor este reglementată la nivel municipal. Potrivit art. 44 din Legea cu privire la competențele municipalităților 52(I)/2022, municipalitatea are responsabilitatea de a elibera autorizații de plasare și de afișare a reclamelor în conformitate cu prevederile Legii din 1959 privind plasarea (controlul asupra) afișajului publicitar și cu prevederile Legii din 1972 privind urbanismul și amenajarea teritoriului, precum și conform reglementărilor municipale aplicabile. În articolul 58 al aceleași legi se reiterează că amplasarea de panouri publicitare în limitele municipiului este permisă numai după eliberarea autorizației de către municipalitate. În cadrul autorizației în cauză se determină termenii și condițiile de utilizare a acesteia, în conformitate cu reglementările municipale aplicabile³⁷ și cu prevederile relevante ale Legii privind plasarea (controlul asupra)

³⁷ Vedeți [Law 52\(I\)/2022 on competencies of municipalities](#) (Legea 52(I)/2022 privind competențele municipalităților).

afișajului publicitar, ale Legii privind securitatea rutieră și ale Legii privind urbanismul și amenajarea teritoriului.

10.3. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA CAMPANIILE ÎN MASS MEDIA (AUDIOVIZUALĂ, ONLINE ȘI PRESA SCRISĂ)

Pentru alegerile naționale, radiodifuzorul public este obligat să asigure un tratament echitabil candidaților cu șase luni înainte de alegeri, iar radiodifuzorii privați – cu trei luni înainte. Mass-media privată poate începe să difuzeze publicitate politică cu plată în orice moment, dar este reglementată și monitorizată numai perioada de 40 de zile înainte de ziua scrutinului.

Potrivit Legii cu privire la „consolidarea și revizuirea legilor care reglementează înființarea, instalarea și funcționarea posturilor de radio și televiziune”, cu modificările din 2021³⁸, publicitatea politică este un anunț sau mesaj de orice tip, difuzat în schimbul unei plăți sau contra unei prestații similare, de către un candidat la alegerile prezidențiale, parlamentare, în Parlamentul European sau în orice alte alegeri³⁹.

10.4. PRACTICI DE DESFĂȘURARE A CAMPANIEI ELECTORALE ÎN CADRUL DIASPOREI PREZENTATE DE CĂTRE UNII ACTORI STRĂINI DIN STATELE MEMBRE ALE UE CU REFERIRE LA ALEGERILE ORGANIZATE ÎN ȚĂRILE LOR DE ORIGINE

Legislația națională nu reglementează campaniile pentru alegerile desfășurate în străinătate.

În cadrul cercetării documentare n-a fost identificată nicio practică.

³⁸ Vedeți [Law consolidating and reviewing the laws regulating the establishment, installation and operation of radio and television broadcasters](#) (Legea privind consolidarea și revizuirea legilor care reglementează înființarea, instalarea și funcționarea posturilor de radio și televiziune).

³⁹ Vedeți [Radio and Television Broadcasters Law of 1998 to 2021](#), Article 2 (Legea privind radiodifuzorii și televiziunea din 1998 până în 2021, articolul 2).

Capitolul 11

CEHIA

11.1. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA ORGANIZAREA EVENIMENTELOR DE CAMPANIE

Legea privind dreptul la întrunire din 1990 prevede că cetățenii au dreptul la întruniri pașnice⁴⁰.

Organizatorul unei întruniri trebuie să fie o persoană fizică cu vârsta de peste 18 ani, un grup de persoane sau o persoană juridică înregistrată în Republica Cehă.

Întrunirile publice nu fac obiectul unei autorizații prealabile. Cu toate acestea, cu cel puțin 5 zile și nu mai mult de șase luni înainte de data adunării, trebuie depusă o notificare în scris adresată autorităților municipale din localitatea în care va fi organizată adunarea. Acest lucru permite organelor de drept să asigure ordinea publică.

Deși cazurile de interzicere a adunărilor publice sunt rare, autoritățile municipale pot, în circumstanțe ce țin de menținerea ordinii publice, a siguranței și protejare a drepturilor omului, a sănătății și a proprietății, să interzică desfășurarea unei adunări.

Toate detaliile referitoare la convocarea unei adunări publice și, în special, la drepturile și obligațiile organizatorului și ale participanților, sunt explicate în mod cuprinzător pe un portal de informare guvernamental gestionat de Ministerul Afacerilor Interne (MAI)⁴¹.



⁴⁰ Vedeti [Zákon o právu shromažďovacím 84/1990 Zb](#) (Legea 84/1990 privind dreptul la întrunire).

⁴¹ Vedeti [informația relevantă](#) pe pagina web a Ministerului Afacerilor Interne.

11.2. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA PLASAREA MATERIALELOR DE CAMPANIE ÎN SPAȚIUL EXTERIOR

Spațiile de plasare a materialelor publicitare sunt reglementate atât de municipalități (locuri publice desemnate), cât și de furnizori privați.

Legea privind municipalitățile din 2000, permite autorităților locale să reglementeze de sine stătător plasarea materialelor publicitare⁴². Astfel, fiecare municipalitate este liberă să decidă cu privire la numărul și durata spoturilor publicitare, costul de închiriere și orice alte reguli aplicabile, cum ar fi rezervarea unor spații strict pentru publicitatea evenimentelor culturale. Un partid politic trebuie să ia legătura cu municipalitatea respectivă în care dorește să afișeze materiale de campanie pentru a discuta fezabilitatea și condițiile publicității sale politice.

Pe lângă entitățile publice, există și furnizori privați care își stabilesc propriile condiții ce țin de publicitate. Panourile publicitare se află preponderent în proprietate privată, iar subiecții respectivi, de asemenea, trebuie să aibă autorizația necesară.

11.3. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA CAMPANIILE ÎN MASS MEDIA (AUDIOVIZUALĂ, ONLINE ȘI PRESA SCRISĂ)

Legea cu privire la radiodifuziune și televiziune din 2001 interzice publicitatea politică la toate posturile de televiziune și radio, cu excepția perioadelor de campanie aferente alegerilor din Cehia, perioadă în care concurenților li se acordă timp de antenă la televiziunea publică și radioul public în conformitate cu legile electorale relevante⁴³.

Publicitatea politică este permisă în presa scrisă, iar aceasta din urmă nu este responsabilă pentru conținutul publicat. Pe de altă parte, instituțiile mass-media respective au obligația să emită un răspuns în cazul în care „onoarea, demnitatea, confidențialitatea sau bunul nume și reputația” unei persoane fizice sau juridice au

42 Vedeți *Zákon o obcích (obecní zřízení)* 128/2000 Sb. (Legea 128/2000 privind autoritățile publice locale).

43 Vedeți *Zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů* 231/2001 Sb. (Legea 231/2001 privind difuzarea programelor de radio și televiziune).

fost abordate într-o comunicare pe care au publicat-o. Publicarea declarației trebuie să fie solicitată de partea vătămată⁴⁴.

În prezent, publicitatea politică în mass-media online nu este reglementată, acesta fiind în mare parte supusă auto-reglementării de către furnizori. Însă o decizie recentă a Curții Constituționale (2020) arată că și pentru mass-media online sunt aplicabile prin analogie (cel puțin unele) reguli asociate cu presa tipărită și publicitatea politică din aceasta, deoarece mass-media online îndeplinește o funcție similară și are o acoperire chiar mai mare decât cea tipărită⁴⁵. Jurisprudența nu este suficient de clară la această etapă, prin urmare, domeniul respectiv va evolua în viitor. Publicitatea politică pe platformele sociale nu este reglementată la nivel național. Astfel, publicitatea politică pe rețelele sociale este supusă, în mare parte, regulilor interne ale furnizorilor (Meta, YouTube, X etc.) și reglementărilor generale ale UE.

11.4. PRACTICI DE DESFĂȘURARE A CAMPANIEI ELECTORALE ÎN CADRUL DIASPOREI PREZENTATE DE CĂTRE UNII ACTORI STRĂINI DIN STATELE MEMBRE ALE UE CU REFERIRE LA ALEGERILE ORGANIZATE ÎN ȚĂRILE LOR DE ORIGINE

Legislația națională nu reglementează campaniile pentru alegerile desfășurate în străinătate.

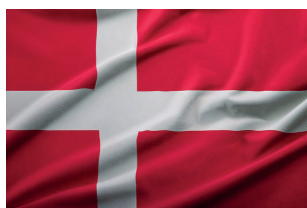
În cadrul cercetării documentare n-a fost identificată nicio practică.

⁴⁴ *Vedeți Zákon o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon) 46/2000 Sb.* (Legea 46/2000 Sb) privind drepturile și obligațiile în publicarea presei periodice (Legea presei).

⁴⁵ *Vedeți Decizia 2257/18 a Curții Constituționale* (iunie 2020).

Capitolul 12

DANEMARCA



12.1. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA ORGANIZAREA EVENIMENTELOR DE CAMPANIE

Legislația garantează tuturor cetățenilor dreptul la întruniri pașnice. Însă termenul danez pentru cetățeni, „*borgerne*”, include, de asemenea, „*indbyggerne*” și „*beboerne*”, ceea ce se traduce ca „locuitori” și „rezidenți”. Prin urmare, legislația nu limitează dreptul la întruniri pașnice doar pentru cetățenii danezi sau persoanele cu cetățenie daneză, acest drept fiind extins sa-i cuprindă și pe cei care locuiesc – fie și temporar – în Danemarca.

Pentru întruniri nu este necesară o autorizație prealabilă, totuși participanții nu trebuie să fie înarmați.

Poliția are dreptul să fie prezentă la întruniri și ar trebui să fie notificată despre întrunirea publică cu cel puțin 24 de ore înainte de desfășurarea evenimentului. Însă, în lipsa notificării, întrunirea nu devine ilegală. În acest sens, termenul prevăzut de 24 de ore nu este absolut. În cazul în care respectarea termenului limită n-a fost posibilă, deoarece evenimentul n-a fost planificat cu atât de mult timp înainte, notificarea aferentă urmează, pur și simplu, prezentată poliției imediat după luarea deciziei.

Întrunirile publice pot fi interzise atunci când există riscul de perturbare a liniștii și a ordinii publice⁴⁶.

⁴⁶ Vedeți [Bekendtgørelse af lov om politiets virksomhed](#) (Legea privind activitatea poliției), Secțiunile 4, 7, 8, și [Bekendtgørelse om politiets sikring af den offentlige orden](#) (Ordinul privind asigurarea ordinii publice și protecția siguranței publice), Secțiunile 3-5, 8, 9. Deși aceste acte juridice definesc, în primul rând, rolul și responsabilitățile poliției în raport cu întrunirile publice, dreptul cetățenilor la întrunirea pașnică însuși este garantat de [Constitutional Act](#) (Actul constituțional), Secțiunea 79.

12.2. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA PLASAREA MATERIALELOR DE CAMPANIE ÎN SPAȚIUL EXTERIOR

Plasarea materialelor de campanie în spațiile exterioare este permisă în cadrul municipalităților, de-a lungul drumurilor publice și în spațiul rural deschis.

În general, plasarea afișelor de campanie care nu depășesc dimensiunea de 0,8 m² nu fac obiectul unei autorizații prealabile cât respectă reglementările detaliate prevăzute în Secțiunea Afișe electorale a Legii din 2023 privind drumurile publice⁴⁷. Aceste reglementări au ca scop garantarea siguranței rutiere și se referă în special la distanța de la drum și înălțimea la care poate fi amplasat afișul. Regulile sunt explicate în mod cuprinzător și pe site-ul web al Ministerului Afacerilor Interne și al Direcției pentru Drumuri⁴⁸.

Toate celelalte formate ale materialelor de campanie, precum afișe mai mari, bannere, ecrane, necesită permisiunea prealabilă a municipalității sau a a Direcției pentru Drumuri.

Toate aceste reglementări sunt concepute pentru alegerile care au loc în Danemarca și alegerile în Parlamentul European. În Danemarca ar fi necesară o nouă legislație pentru ca aceleași reguli să fie aplicabile în raport cu campaniile electorale străine.

Plasarea în spațiile exterioare a materialelor publicitare care nu au legătură cu alegerile organizate în Danemarca este reglementată de municipalități, ceea ce a generat o multitudine de reguli divergente elaborate și aplicate pe teritoriul țării. Totuși acest tip de publicitate are și o caracteristică comună – necesitatea de a solicita o autorizație prealabilă de la municipalitate. În special, unele municipalități prevăd ca informațiile publicate să fie de interes pentru un număr mare de cetățeni și vizitatori ai municipiului, activitatea promovată să fie deschisă participării tuturor și să se desfășoare în cadrul municipiului.

⁴⁷ Vedeti [Bekendtgørelse af lov om offentlige veje m.v.](#) (Legea privind drumurile publice).

⁴⁸ Vedeti informația relevantă a [Ministerului Afacerilor Interne](#) și a [Direcției pentru Drumuri](#).

12.3. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA CAMPANIILE ÎN MASS MEDIA (AUDIOVIZUALĂ, ONLINE ȘI PRESA SCRISĂ)

Difuzarea publicității politice la posturile de radio și televiziune este interzisă în Danemarca. Interdicția în cauză se referă la reclamele „partidelor politice, mișcărilor politice, reprezentanților aleși, candidaților desemnați pentru alegeri”, dar și cele ale „organizațiilor patronale, sindicatelor și mișcărilor religioase”⁴⁹.

În plus, este interzisă difuzarea atât la posturile publice de televiziune, cât și la posturile publice de radio a unor programe sponsorizate de oricare din următoarele entități:

- organizații patronale
- sindicate
- partide politice
- mișcări religioase⁵⁰.

Publicitatea politică în presa scrisă și online este interzisă în orice perioadă. Responsabilitatea pentru conținutul publicității este împărtășită de „persoana care a solicitat plasarea anunțului, orice persoană care a ajutat în acest lucru și editorul media”. Mass-media are obligația de a publica un răspuns gratuit dacă informațiile pe care le-a publicat ar putea cauza vreun prejudiciu semnificativ financiar sau de altă natură⁵¹.

Conduita mass-media, inclusiv câteva reguli generice în legătură cu publicitatea, sunt reglementate în continuare de Regulile de etică a presei din 2013, iar Consiliul danez al presei (*Pressenaevnet*) are responsabilitatea de a supraveghea aplicarea acestora⁵².

49 Vedeti *Bekendtgørelse af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed m.v.* (Legea privind activitatea de radio și televiziune, Secțiunea 83, Subsecțiunea 2) și *Bekendtgørelse om reklamer og sponsoring m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber* (Ordinul privind publicitatea și sponsorizarea programelor de radio, televiziune și servicii media audiovizuale la cerere, Secțiunea 29).

50 Vedeti *Bekendtgørelse af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed m.v.* (Legea privind operațiunile de radio și televiziune, Secțiunea 76, Subsecțiunea 3) și *Bekendtgørelse om reklamer og sponsoring m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber* (Ordinul privind publicitatea și sponsorizarea programelor de radio, televiziune și servicii media audiovizuale la cerere, Secțiunea 14).

51 Vedeti *Bekendtgørelse af medieansvarsloven* (Legea privind răspunderea mass-media, Capitolul 3, Secțiunea 27 și Capitolul 6).

52 Vedeti *2013 Press Ethical Rules* (Regulile de etică ale presei din 2013).

12.4. PRACTICI DE DESFĂȘURARE A CAMPANIEI ELECTORALE ÎN CADRUL DIASPOREI PREZENTATE DE CĂTRE UNII ACTORI STRĂINI DIN STATELE MEMBRE ALE UE CU REFERIRE LA ALEGERILE ORGANIZATE ÎN ȚĂRILE LOR DE ORIGINE

Legislația națională nu reglementează campaniile pentru alegerile desfășurate în străinătate.

După cum s-a constatat în cadrul cercetării documentare, partidul „Renaissance”, aflat la guvernare în Franța (nota autorilor: era formațiunea de guvernare la momentul elaborării prezentului studiu), are o filială în Danemarca și, în cadrul alegerilor organizate în Franța, desfășoară activități de campanie în rândul cetățenilor francezi care locuiesc în teritoriul respectiv.

De obicei, partidul se axează pe:

- realizarea campaniei pe rețelele sociale;
- organizarea de întruniri cu prezență fizică în spații interioare publice și private (săli municipale, baruri și restaurante); și
- expedierea prin poștă la adresele alegătorilor a programelor politice ale partidului și a broșurilor electorale, deoarece Ambasada Franței le oferă partidelor politice adresele poștale din Danemarca ale acelor cetățeni francezi care s-au înregistrat la Ambasadă pentru vot.

Capitolul 13

ESTONIA



13.1. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA ORGANIZAREA EVENIMENTELOR DE CAMPANIE

Legea cu privire la executare din 2011 care reglementează organizarea adunărilor publice prevede condițiile și cerințele aplicabile. Organizatorul poate fi o persoană fizică adultă care este cetățean al UE sau un străin care locuiește în Estonia, cu permis de ședere pe termen lung ori cu drept de ședere permanent, sau o persoană juridică. Organizatorul trebuie să anunțe în scris secția de poliție în a cărei jurisdicție teritorială este planificat evenimentul nu mai târziu decât cu patru zile lucrătoare și nu mai devreme decât cu trei luni înainte de desfășurarea întrunirii. În plus, legea prevede condițiile în care adunarea publică poate fi interzisă sau încheiată acestea referindu-se, în primul rând, la menținerea ordinii publice și la evitarea unui pericol imediat.

Mai mult, adunările publice sunt interzise dacă acestea incită la ură, violență sau discriminare pe criterii de naționalitate, rasă, culoarea pielii, sex, limbă, origine, religie, orientare sexuală, convingeri politice, proprietate sau statut social ori dacă scopul lor este de a comite sau de a incita la infracțiuni⁵³.

53 Vedeți *Korrakaitseadus (Lühend - KorS)* (Legea privind executarea), Secțiunea 2 privind adunările publice, alin. alin. 58-73. Merită a fi notat faptul că *Eesti Vabariigi põhiseadus* (Constituția Republicii Estonia), la paragr. 47, garantează dreptul la întruniri pașnice „tuturor”. Totuși Legea cu privire la executare limitează domeniul de aplicare a acestui drept doar la anumite categorii de persoane (enumerate în textul legii).

13.2. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA PLASAREA MATERIALELOR DE CAMPANIE ÎN SPAȚIUL EXTERIOR

Legea privind publicitatea din 2008 oferă municipalităților prerogativa de a stabili normele de publicitate exterioară, în special de a reglementa condițiile de închiriere și locul de afișare a reclamelor⁵⁴.

De asemenea, municipalitățile aprobă reglementări pentru a evita eliminarea deșeurilor în spațiile publice, astfel că materialele publicitare nu pot fi amplasate în orice loc, ci doar în cele desemnate, ceea ce generează o multitudine de reguli diverse aplicate în țară.

În practică, municipalitățile închiriază companiilor private o parte din spațiile publicitare. În acest caz, se încheie un contract direct cu respectivele companii.

Utilizarea spațiilor publicitare care rămân în administrarea municipalității necesită, de regulă, o autorizație prealabilă. Unele municipalități prevăd în mod special în regulamentele lor plasarea gratuită a materialelor de campanie electorală⁵⁵.

Alte municipalități solicită ca publicitatea să fie plasată întotdeauna în limba estonă, cu o traducere adițională într-o limbă străină dacă furnizorul de publicitate dorește acest lucru⁵⁶.

Publicitatea plasată pe o proprietate privată necesită doar acordul prealabil al proprietarului.

13.3. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA CAMPANIILE ÎN MASS MEDIA (AUDIOVIZUALĂ, ONLINE ȘI PRESA SCRISĂ)

Publicitatea la posturile de televiziune și radio este reglementată de Legea privind serviciile media din 2010 care nu interzice publicitatea politică⁵⁷. În special, Compania Națională de Radiodifuziune a Estoniei (Eesti Rahvusringhääling (ERR)) nu are în general

⁵⁴ Vedeti [Reklaamiseadus](#) (Legea privind publicitatea), paragr. 13.

⁵⁵ Vedeti [Välireklaami paigaldamine](#) (Regulamentul privind publicitatea) al municipalității Haljala.

⁵⁶ Vedeti [Tallinna vanalinna muinsuskaitseala põhimäärus](#) (Regulamentul privind publicitatea în domeniul protecției patrimoniului orașului Tallinn).

⁵⁷ Vedeti [Meediateenuste seadus](#) (Legea serviciilor media), paragr. 28, 29.

permisiunea de a difuza publicitate. Puținele excepții permise nu țin de publicitatea politică sau electorală⁵⁸.

În mod similar, publicitatea politică este permisă în presa scrisă sau online. Presa este, în mare parte, auto-reglementată, în baza unui Cod de Etică elaborat de Consiliul Estonian al Presei, act care încurajează buna conduită⁵⁹. Codul instituie unele reglementări de bază pentru publicitate, dar nu și în legătură cu publicitatea politică.

13.4. PRACTICI DE DESFĂȘURARE A CAMPANIEI ELECTORALE ÎN CADRUL DIASPOREI PREZENTATE DE CĂTRE UNII ACTORI STRĂINI DIN STATELE MEMBRE ALE UE CU REFERIRE LA ALEGERILE ORGANIZATE ÎN ȚĂRILE LOR DE ORIGINE

Legislația națională nu reglementează campaniile pentru alegerile desfășurate în străinătate.

Aproximativ 6% din populația Estoniei sunt cetățeni ruși cu cetățenie dublă. Prin urmare, ei beneficiază de dreptul de vot în cadrul scrutinelor desfășurate în Rusia. În trecut, pe teritoriul Estoniei au fost organizate până la 9 secții speciale de votare pentru ca acești electori să voteze. În ceea ce privește campania, acești alegători au acces regulat la canalele mass-media rusești și, de asemenea, aceștia consumă informații pe rețelele sociale. Politologii estonieni consultați nu erau la curent cu vreun alt tip de activități de campanie desfășurate în Estonia de partidele politice din Federația Rusă (de exemplu, nu au loc întruniri sau mitinguri de tipul față în față cu sau fără participarea politicienilor ruși, nu sunt înființate filiale ale partidelor și nu sunt expediate broșuri electorale prin poștă).

58 Vedeți [Eesti Rahvusringhäälingu seadus](#) (Legea privind radiodifuzorul public național din Estonia), paragr. 11.

59 Vedeți [Eesti ajakirjanduseetika koodeks](#) (Codul de Etică elaborat de Consiliul Estonian de Presă).

Capitolul 14

FINLANDA

14.1. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA ORGANIZAREA EVENIMENTELOR DE CAMPANIE

Legislația prevede că oricine are dreptul la întruniri pașnice, adică cetățenii finlandezi, dar și cei străini⁶⁰.

Întrunirile pot fi organizate de persoane care au împlinit vârsta de 15 ani, precum și de o comunitate sau o fundație. O notificare scrisă sau verbală pentru adunările desfășurate în aer liber în locuri publice trebuie să fie transmisă poliției cu cel puțin 24 de ore înainte. O înștiințare făcută mai târziu poate fi considerată valabilă dacă organizarea întrunirii nu aduce prejudicii nerezonabile ordinii publice. Deși legea nu prevede posibilitatea interzicerii întrunirilor publice, poliția are dreptul de a emite instrucțiuni în timpul întrunirii, de a întrerupe sau de a opri întrunirea din motive legate de menținerea ordinii și a securității publice.



14.2. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA PLASAREA MATERIALELOR DE CAMPANIE ÎN SPAȚIUL EXTERIOR

Spațiile de afișare a materialelor publicitare sunt oferite atât de municipalități, cât și de furnizori privați.

Municipalitățile sunt responsabile de reglementarea publicității pe teritoriul lor și adesea oferă unele spații publicitare exterioare în chirie

⁶⁰ Vedeți [Kokoontumislaki](#) (Legea privind întrunirile).

operatorilor privați. În acest caz ar trebui încheiat un contract direct cu respectivele companii.

În plus, municipalitățile determină și spațiile publice amenajate pentru plasarea publicității și gestionează procedurile de închiriere. Utilizarea acestor spații necesită, de obicei, o autorizație prealabilă din partea municipalității. Deși legislația nu o cere, municipalitățile oferă, de regulă, spații publice pentru publicitatea plasată de concurenți în timpul alegerilor organizate în Finlanda. Acestea tind să instituie pentru tipul respectiv de publicitate reglementări locale foarte detaliate referitoare la dimensiuni, distanța în raport cu drumul, dar nu și cu referire la conținut⁶¹.

Reglementările municipalităților ar trebui consultate împreună cu reglementările privind publicitatea în spațiul rutier emise de Agenția finlandeză pentru transport și comunicații care se concentrează pe siguranța traficului, dar, ca și în cazul municipalităților, nu și pe conținutul publicității⁶².

14.3. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA CAMPANIILE ÎN MASS MEDIA (AUDIOVIZUALĂ, ONLINE ȘI PRESA SCRISĂ)

În general, realizarea libertății de exprimare în mass-media se aplică în egală măsură cetățenilor finlandezi și străinilor⁶³.

Publicitatea politică la televiziune și radio nu este interzisă. Puținele reguli aplicabile în raport cu publicitatea sunt descrise în Legea privind serviciile de comunicații electronice din 2014. Totuși acestea sunt mai relevante pentru instituțiile mass-media, decât pentru furnizorii de publicitate înșiși⁶⁴. În mod similar, publicitatea politică este permisă în presa scrisă și cea online.

61 Vedeți [Portalul Electoral](#) și un exemplu de reglementări privind publicitatea electorală în aer liber de către [municipalitatea Lohja](#).

62 Vedeți [Määräys tienvarsimainonnasta ja – ilmoittelusta](#) (Reglementările Agenției finlandeze pentru transport și comunicații privind reclamele și anunțurile pe marginea drumului).

63 Vedeți [Laki sananvapauden käyttämisestä joukkoviestinnässä](#) (Legea privind exercitarea libertății de exprimare în mass-media) și [argumentarea](#) Guvernului cu privire la necesitatea introducerii unei asemenea legi.

64 Vedeți [Laki sähköisen viestinnän palveluista](#) (Legea privind serviciile de comunicații electronice), capitolul 26 privind marketingul.

În același timp, toate tipurile de mass-media au obligația de a publica:

- o replică în cazul în care o persoană privată consideră că un mesaj este ofensator pentru aceasta;
- o rectificare dacă o informație publicată despre o persoană privată, o comunitate sau o fundație este incorectă.

Cererea pentru ambele căi de redresare trebuie prezentată direct editorului responsabil⁶⁵.

Publicitatea politică nu este reglementată de actele juridice generale privind publicitatea și nu ține de competența Consiliului de Etică în domeniul Publicității. În mod similar, Ghidul pentru jurnaliști, un document de auto-reglementare formulat de Consiliul pentru Mass-media, nu conține reguli specifice pentru publicarea publicității politice⁶⁶.

14.4. PRACTICI DE DESFĂȘURARE A CAMPANIEI ELECTORALE ÎN CADRUL DIASPOREI PREZENTATE DE CĂTRE UNII ACTORI STRĂINI DIN STATELE MEMBRE ALE UE CU REFERIRE LA ALEGERILE ORGANIZATE ÎN ȚĂRILE LOR DE ORIGINE

Legislația națională nu reglementează campaniile pentru alegerile desfășurate în străinătate.

În cadrul cercetării documentare n-a fost identificată nicio practică.

⁶⁵ Vedeți [Laki sananvapauden käyttämisestä joukkoviestinnässä](#) (Legea privind exercitarea libertății de exprimare în mass-media), capitolul 3 privind răspunsul și rectificarea.

⁶⁶ Vedeți [Julkisen sanan neuvosto](#) (Consiliul pentru Mass-media din Finlanda), [Journalistin ohjeet](#) (Ghidul pentru jurnaliști).

Capitolul 15

FRANȚA



15.1. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA ORGANIZAREA EVENIMENTELOR DE CAMPANIE

Legislația națională garantează dreptul la întruniri pașnice tuturor cetățenilor.

Codul cu privire la securitatea internă din 2012 prevede reglementări detaliate cu referire la adunările publice⁶⁷. Evenimentele în cauză nu sunt supuse cerinței de autorizare prealabilă. Totuși, cu cel puțin 3 zile înainte și cu maximum 15 zile înainte de data întrunirii, organizatorul trebuie să anunțe autoritățile municipale despre locul de organizare a adunării, iar în cazul orașului Paris notificarea trebuie depusă la poliție. În toate cazurile, poliția are dreptul să interzică întrunirea dacă va considera că aceasta este în măsură să tulbure ordinea publică. O astfel de decizie poate fi atacată în contenciosul administrativ.

Detaliile ce țin de convocarea adunărilor publice și, în mod specific, de drepturile și obligațiile organizatorului și ale participanților sunt explicate în mod cuprinzător pe un portal de informații guvernamental gestionat de Biroul Prim-ministrului⁶⁸.

67 Vedeți [Code de la sécurité intérieure](#) (Codul securității interne), Capitolul 1, Secțiunile 1 și 5.

68 Vedeți [informația relevantă](#) de pe un portal guvernamental de informații.

15.2. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA PLASAREA MATERIALELOR DE CAMPANIE ÎN SPAȚIUL EXTERIOR

Spațiile pentru plasarea materialelor publicitare sunt oferite atât de municipalități (locuri publice alocate în acest scop), cât și de furnizori privați.

Pe lângă normele naționale privind publicitatea în exterior, municipalitățile pot impune restricții suplimentare cu privire la locurile în care se permite plasarea materialelor publicitare⁶⁹.

Municipalitățile alocă spații speciale pentru publicitatea și afișele de campanie ale candidaților în cadrul alegerilor organizate în Franța. Concurenții pot afișa materiale de campanie în exterior numai în locurile publice special amenajate în acest scop.

Publicitatea privată este reglementată separat⁷⁰. Atunci când un material publicitar (inclusiv panourile publicitare, casetele) administrat de un furnizor privat este situat pe un teren municipal, primarul poate solicita eliminarea unui material publicitar în măsură să tulbure ordinea publică. O astfel de decizie poate fi atacată în contenciosul administrativ.

Orice publicitate într-o limbă străină trebuie să fie însoțită de traducerea în limba franceză⁷¹.

15.3. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA CAMPANIILE ÎN MASS MEDIA (AUDIOVIZUALĂ, ONLINE ȘI PRESA SCRISĂ)

Publicitatea politică în presa scrisă și online este interzisă în orice perioadă⁷².

69 Vedeti [Code de l'environnement](#) (Codul mediului), Secțiunea: Publicitatea în aer liber, articolele R581-22-R581-57.

70 Vedeti [Autorité de régulation professionnelle de la publicité](#) (Autoritatea de reglementare profesională a publicității).

71 Vedeti [Loi relative à l'emploi de la langue française \(Loi „Toubon”\)](#), art. 2 (Legea „Toubon”) privind la utilizarea limbii franceze, articolul 2).

72 Vedeti [Loi relative à la liberté de communication \(Loi Léotard\)](#), Article 14 (Legea privind libertatea de comunicării (Legea „Leotard”), articolul 14).

Publicitatea politică în presa scrisă este permisă, cu excepția celor șase luni premergătoare zilei alegerilor⁷³.

Publicitatea politică în presa scrisă nu este subiectul unei examinări prealabile din partea vreunei autorități publice rămânând la latitudinea fiecărei instituții din presa scrisă. Publicitatea trebuie să fie clar identificată ca atare, să respecte viața privată a altor persoane⁷⁴ și să urmeze alte reglementări existente⁷⁵.

Orice publicitate într-o limbă străină trebuie să fie însoțită de traducere în limba franceză⁷⁶.

15.4. PRACTICI DE DESFĂȘURARE A CAMPANIEI ELECTORALE ÎN CADRUL DIASPOREI PREZENTATE DE CĂTRE UNII ACTORI STRĂINI DIN STATELE MEMBRE ALE UE CU REFERIRE LA ALEGERILE ORGANIZATE ÎN ȚĂRILE LOR DE ORIGINE

Legislația națională nu reglementează campaniile pentru alegerile desfășurate în străinătate.

Cercetarea documentară a identificat mai multe exemple când partidele străine organizează activități de campanie pe teritoriul Franței în scopul alegerilor lor naționale. Acestea includ partide din Regatul Unit, Tunisia și Italia. O trăsătură comună a acestor campanii este că, pentru organizarea evenimentelor de campanie, partidele în cauză se bazează pe o diasporă stabilită de mult timp în Franța, majoritatea membrilor acestora având și cetățenie franceză.

1. Partidul Laburist din Regatul Unit are o filială a formațiunii la Paris. Înainte de a organiza o campanie, acesta ia legătura cu poliția (*Préfecture de police de Paris*) pentru a înțelege ce activități sunt permise. Partidul se concentrează de obicei pe:
 - Întâlniri față în față în spațiile culturale și sociale britanice, uneori cu prezența unui candidat, care sosește din Regatul Unit (librării, baruri și cafenele britanice);

73 Vedeți *Loi 2011-412 portant simplification de dispositions du code électoral et relative à la transparence financière de la vie politique*, art. 6 (Legea 2011 privind modificarea Codului electoral și transparența financiară a vieții politice, articolul 6).

74 Vedeți *Code civil* (Codul Civil), articolul 9.

75 Vedeți *Code de l'ARPP* (Codul Autorității de reglementare profesională a publicității).

76 Vedeți *Loi relative à l'emploi de la langue française (Loi „Toubon”)*, art. 2 (Legea „Toubon”) cu privire la utilizarea limbii franceze, articolul 2).

- distribuirea broșurilor electorale printre cetățenii britanici în aceleași locuri;
 - participarea la dezbateri deschise între Partidul Laburist și Partidul Conservator în cadrul unui program de știri (France 24, parte a France Médias Monde, program responsabil pentru radiodifuziunea internațională franceză);
 - campanii în social media.
2. Tunisia are 10 circumscripții străine pentru alegerile legislative, scopul fiind de a reprezenta cetățenii stabiliți în străinătate, iar 3 din acestea sunt situate în Franța. De exemplu, o formațiune tunisiană, *Nidaa Tunes*, avea numeroase birouri de partid în Franța (Nisa, Toulouse, Lyon, Grenoble, Marsilia etc.) și, de obicei, își concentra campania pe:
- întrunirile față în față organizate la scară mică și mare (la întrunirile de mare amploare erau organizate în spații publice închise închiriate în aceste scopuri, cum ar fi centre de congrese, au luat parte lideri politici tunisieni, iar astfel de evenimente au putut atrage până la 3.000 de participanți din toată Franța);
 - publicitate în social media.
3. Italia are patru circumscripții în străinătate, iar cetățenii italieni stabiliți în Franța sunt incluși în una din acestea. În Franța, politicienii italieni, de obicei, fac campanie prin intermediul:
- întrunirilor mici față în față organizate în spațiile culturale și sociale ale diasporei italiene (preponderent în baruri și restaurante);
 - afișării materialelor de campanie în aceleași locuri cu acordul proprietarilor;
 - publicității în social media;
 - expedierii unor broșuri electorale prin poștă alegătorilor italieni, deoarece ambasadere italiene oferă partidelor lista relevantă de adrese (costul este de aproximativ 1-2 EUR pentru o scrisoare trimisă, iar eficiența estimată este de aproximativ 10%, adică permite atragerea a 80 – 100 de voturi prin fiecare 1000 de scrisori expediate).

Capitolul 16

GERMANIA



16.1. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA ORGANIZAREA EVENIMENTELOR DE CAMPANIE

Conform Legii federale din 1953 privind întrunirile, o întrunire înseamnă o adunare a mai multor persoane într-un loc comun. În plus, trebuie să existe o legătură intrinsecă între cei care se întrunesc, iar aceștia trebuie să urmărească un scop comun care nu este doar o coincidență.

Chiar dacă articolul 8 din Legea fundamentală din 1949 face referire doar la cetățenii germani, cetățenii străini nu sunt lipsiți de protecție constituțională. Dreptul cetățenilor străini de a organiza sau de a participa în mod pașnic și neînarmat la întruniri derivă din dreptul general la libertatea de acțiune prevăzut la articolul 2.1 din Legea fundamentală; acest drept se aplică tuturor persoanelor, nu doar cetățenilor germani.

Articolul 14 din Legea federală privind adunările și marșurile e din 1953 prevede că orice persoană care intenționează să organizeze o întrunire publică în aer liber sau o paradă trebuie să notifice autoritatea competentă cu cel puțin 48 de ore înainte de eveniment precizând scopul întrunirii⁷⁷.

Întrunirile publice spontane sunt totuși permise în anumite condiții. Autoritățile pot refuza eliberarea permisiunii de a organiza o astfel de demonstrație sau întrunire dacă evenimentul ar putea pune în pericol siguranța sau ordinea publică (Secțiunea 15). Numai ordinele

⁷⁷ Vedeți [Gesetz über Versammlungen und Aufzüge](#) (1953) (Legea federală din 1953 privind adunările și marșurile).

judiciare de restricționare care sunt suficiente pentru a preveni amenințările, au prioritate față de astfel de măsuri.

Pentru proprietatea privată se aplică considerabil mai puține restricții.

Municipalitățile trebuie să autorizeze următoarele:

- panouri publicitare;
- utilizarea difuzoarelor și a megafoanelor pe străzile și în spațiile publice;
- amenajarea corturilor de informare pe străzi și în spațiile publice;
- utilizarea serviciilor comunale publice⁷⁸.

Notificarea trebuie să includă informații despre locul, ora și subiectul întrunirii planificate⁷⁹

Demonstrațiile sau întrunirile publice nu pot avea loc la o anumită distanță de organele legislative și de Curtea Constituțională decât cu permisiunea ministrului de interne sau a președintelui organului respectiv. De asemenea, autoritățile pot interzice astfel de evenimente în apropierea monumentelor memoriale ale victimelor regimului nazist, cum ar fi Memorialul Holocaustului din Berlin⁸⁰.

16.2. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA PLASAREA MATERIALELOR DE CAMPANIE ÎN SPAȚIUL EXTERIOR

Nu există o lege separată care să reglementeze publicitatea partidelor politice în cadrul alegerilor naționale și, prin urmare, reglementările obișnuite, pe care întreprinderile sau asociațiile trebuie să le respecte, sunt aplicate atunci când se organizează evenimente de informare și se plasează afișe electorale. În astfel de cazuri,

⁷⁸ Vedeți informația oferită de [Bundeswahlleiterin](#) (Oficiala Federală responsabilă de alegeri) despre anunțul de campanie electorală.

⁷⁹ Vedeți [Versammlungsfreiheitsgesetz Berlin](#) (Legea privind libertatea de întrunire la Berlin), articolul 12. Vedeți, de asemenea, [Bayerisches Versammlungsgesetz](#) (Legea Bavariei privind întrunirile), articolul 13.

⁸⁰ Vedeți articolul [Freedom of assembly in Germany](#) (Libertatea de întrunire în Germania) de pe Deutsche Welle.

pentru plasarea afișelor este necesară aprobarea municipalității responsabile⁸¹.

Reglementările pot fi diferite de la o municipalitate la alta. De exemplu, la Nürnberg, au fost plasate afișe ale lui Erdogan pentru campania electorală din Turcia. Acest aspect a servit ca motiv de dezbateri și critici, în urma cărora un purtător de cuvânt al orașului a spus că statutele ar trebui revăzute cu scopul de a preveni plasarea în spațiile publice a afișelor electorale ale partidelor străine pentru alegerile desfășurate în alte țări⁸².

16.3. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA CAMPANIILE ÎN MASS MEDIA (AUDIOVIZUALĂ, ONLINE ȘI PRESA SCRISĂ)

Conform secțiunii 8 (9) din Medienstaatsvertrag (Acordul privind mass-media între landurile germane), „publicitatea de natură politică, ideologică sau religioasă nu este permisă”⁸³.

În conformitate cu articolul 68 alineatul (2), excepție fac doar partidele care participă la alegerile în Bundestagul german și în Parlamentul European.

În prezent, nu există o definiție juridică a publicității politice⁸⁴. Însă, din câte se pare, negociatorii au ajuns la un acord provizoriu cu privire la principalele elemente politice ale unui nou regulament privind transparența și ținta publicității politice. Conform acordului provizoriu, publicitatea politică este definită ca fiind pregătirea, plasarea, promovarea, publicarea, livrarea sau difuzarea mesajelor:

- de către, pentru sau în numele actorilor politici, cu excepția cazului, în care acestea sunt de natură pur privată sau pur comercială; sau

81 Vedeți informația oferită de [Bundeswahlleiterin](#) (Oficiala Federală responsabilă de alegeri) despre anunțul de campanie electorală.

82 Vedeți articolul [Präsidentchaftswahl in der Türkei - Warum wählen die Deutschtürken mehrheitlich Erdogan?](#) (Alegerile prezidențiale din Turcia – De ce votează majoritatea turcilor din Germania cu Erdoğan?)

83 [Medienanstalten](#) este marca-umbrelă care reunește activitatea celor 14 autorități mass-media de stat.

84 Vedeți [Press Release](#) by the European Council (comunicatul de presă al Consiliului European), 7 noiembrie 2023.

- care sunt trase la răspundere și concepute pentru a influența comportamentul de vot sau rezultatul unor alegeri, a unui referendum sau proces legislativ ori de reglementare, la nivelul UE, la nivel național, regional sau local.

În general, nu există reglementări legate de mass media la nivel federal, iar activitățile mass-media sunt reglementate de legile landurilor (statelor federale)⁸⁵.

16.4. PRACTICI DE DESFĂȘURARE A CAMPANIEI ELECTORALE ÎN CADRUL DIASPOREI PREZENTATE DE CĂTRE UNII ACTORI STRĂINI DIN STATELE MEMBRE ALE UE CU REFERIRE LA ALEGERILE ORGANIZATE ÎN ȚĂRILE LOR DE ORIGINE

Legislația națională nu reglementează campaniile pentru alegerile desfășurate în străinătate.

Prin cercetarea documentară au fost identificate câteva exemple despre care a comunicat mass-media. Potrivit surselor din ziare, aproximativ 1,5 de milioane de cetățeni turci care locuiesc în Germania erau eligibili să voteze la alegerile generale din 2023 din Turcia. Aceeași sursă afirmă că resortisanților țărilor din afara UE le este interzis să facă campanie în Germania în cele trei luni premergătoare alegerilor în țara lor de origine⁸⁶.

O altă sursă afirmă că Partidul pentru Justiție și Dezvoltare (Partidul AK), formațiune aflată la guvernare în Turcia (nota autorilor: era formațiunea de guvernare la momentul elaborării prezentului studiu), ar fi folosit organizația parteneră, Uniunea Internațională a Democraților (UID), în scopuri de campanie. Evenimentele de campanie au avut loc nu ca evenimente politice, ci ca evenimente culturale sau religioase⁸⁷.

⁸⁵ Conform Constituției, radiodifuziunea este o chestiune de stat în Germania. Acest lucru este valabil și pentru supravegherea audiovizualului. Din aceste considerente, aproape fiecare land german are o Autoritate pentru mass-media (*Medienanstalt*). Berlinul și Brandenburg, la fel Hamburg și Schleswig-Holstein, au autorități comune pentru mass-media. Vedeți [Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland](#) (Legea fundamentală a Republicii Federale Germania), Articolul 23(6).

⁸⁶ Vedeți, de exemplu, articolele din [POLITICO](#) și [Le Monde](#).

⁸⁷ Vedeți, de exemplu, articolul de pe [zdf.de](#).

Capitolul 17

GRECIA



17.1. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA ORGANIZAREA EVENIMENTELOR DE CAMPANIE

Legea din 2020 privind întrunirile publice în aer liber impune notificarea prealabilă numai pentru adunările în aer liber, întrunirile desfășurate într-un singur loc sau prin deplasarea participanților⁸⁸. Notificarea este adresată poliției locale sau autorității portuare, în scris sau în mod electronic, prin intermediul platformei online a Poliției Elene, și trebuie depusă în timp util înainte de o astfel de adunare. Notificarea va include datele de identitate și cele de contact ale organizatorului, locul exact al întrunirii, ora de începere și ora estimată de încheiere, scopul, precum și traseul propus pentru adunare. Organizatorul poate fi o persoană fizică sau reprezentantul legal al unei persoane juridice ori al unei asociații de persoane. Decizia de a impune restricții sau de a interzice o adunare publică în aer liber poate fi atacată la Consiliul de Stat al Greciei sau în contencios administrativ.

88 Vedeți ΝΟΜΟΣ ΥΠ' ΑΡΙΘΜ. 4703 ΦΕΚ Α 131/10.7.2020 (Legea din 2020 privind întrunirile publice în aer liber).

17.2. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA PLASAREA MATERIALELOR DE CAMPANIE ÎN SPAȚIUL EXTERIOR

Legea din 2007 privind alegerea deputaților în Parlament reglementează diferite aspecte ale campaniei, dar se aplică numai alegerilor naționale⁸⁹.

Autoritățile municipale sunt autorizate să aloce spații pentru publicitatea exterioară, iar instalarea publicității exterioare permanente sau temporare necesită o autorizație⁹⁰.

17.3. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA CAMPANIILE ÎN MASS MEDIA (AUDIOVIZUALĂ, ONLINE ȘI PRESA SCRISĂ)

Publicitatea cu plată în mass-media tradițională este interzisă, iar timpii de antenă acordați gratuit sunt stabiliți de Comitetul interpartinic. Publicitatea contra plată pe rețelele sociale și pe site-urile web nu este reglementată.

Legea din 2021 care transpune Directiva UE privind serviciile mass-media audiovizuale definește comunicarea comercială audiovizuală ca fiind niște imagini destinate promovării directe sau indirecte a bunurilor, serviciilor sau ca niște imaginii ale unei persoane, fizice ori juridice, care efectuează o activitate economică⁹¹.

Publicitatea televizată este definită în continuare la articolul 2.1 ca o comunicare care se referă la promovarea unei întreprinderi publice sau private ori a unei persoane fizice în contextul unei activități sau profesii comerciale, industriale ori artisanale, cu scopul de a promova livrarea de bunuri sau servicii ori a unui set de drepturi și obligații. Aceste prevederi prezumă că promovarea politică nu poate fi considerată ca publicitate de acest gen și că este posibil să nu existe un temei legal pentru a contracta o astfel de promovare.

⁸⁹ Vedeți *Κωδικοποίηση σ' ενιαίο κείμενο των διατάξεων της νομοθεσίας για την εκλογή Βουλευτών* (2007) (Legea din 2007 privind alegerea deputaților în Parlament), cu ultimele amendamente din 2023.

⁹⁰ Vedeți *Υπαθρία διαφήμιση* (2001) (Legea din 2001 privind publicitatea exterioară) (informația despre publicitatea exterioară).

⁹¹ Vedeți *Ενσωμάτωση της οδηγίας (ΕΕ) 2010/13 ΓΙΑ ΤΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ* (2021) (Legea nr. 4779 din 2021 de transpunere a Directivei (UE) 2010/13 privind serviciile media audiovizuale).

17.4. PRACTICI DE DESFĂȘURARE A CAMPANIEI ELECTORALE ÎN CADRUL DIASPOREI PREZENTATE DE CĂTRE UNII ACTORI STRĂINI DIN STATELE MEMBRE ALE UE CU REFERIRE LA ALEGERILE ORGANIZATE ÎN ȚĂRILE LOR DE ORIGINE

Legislația națională nu reglementează campaniile pentru alegerile desfășurate în străinătate.

În cadrul cercetării documentare n-a fost identificată nicio practică.

Capitolul 18

UNGARIA

18.1. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA ORGANIZAREA EVENIMENTELOR DE CAMPANIE

Legea din 2018 privind dreptul la întrunire prevede că întrunirile pot fi organizate de cetățenii maghiari și locuitori din Ungaria și cei din UE, precum și de persoane juridice maghiare care au asemenea persoane în calitate de reprezentanți legali⁹².



Pentru întrunirile publice în spații publice, notificarea este prezentată respectivului departament regional de poliție cu cel mult 48 de ore înainte de anunțarea publică a unei astfel de întruniri. Notificarea se poate face personal, prin poștă sau în format electronic. Aceasta ar trebui să includă numele și persoanele de contact ale organizatorului; locația (traseul); data începerii și încheierii; scopul; numărul de „directori” (persoanele responsabile de securitate); numărul preconizat de participanți; specificarea privind necesitatea prezenței poliției.

Dacă poliția emite o decizie de a impune restricții sau de a interzice întrunirea, aceasta poate fi atacată în contencios administrativ în termen de trei zile.

⁹² Vedeți 2018. évi LV. törvény a gyülekezési jogról (Legea din 2018 privind dreptul la întrunire).

18.2. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA PLASAREA MATERIALELOR DE CAMPANIE ÎN SPAȚIUL EXTERIOR

Legea din 2013 privind procedura electorală e aplicabilă cu referire la alegerile parlamentare, locale, cele ale auto-administrațiilor minorităților naționale și ale Parlamentului European⁹³.

Legea din 2008 privind condițiile de bază și anumite limitări în activitățile de publicitate economică stabilește condițiile generale pentru contractele de publicitate și, *printre altele*, cere ca furnizorii de publicitate să prezinte agențiilor de publicitate adresa lor înregistrată și numărul lor fiscal⁹⁴.

Plasarea și utilizarea reclamelor în aer liber este reglementată de ordonanțe ale municipalităților⁹⁵.

18.3. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA CAMPANIILE ÎN MASS MEDIA (AUDIOVIZUALĂ, ONLINE ȘI PRESA SCRISĂ)

Legea din 2010 privind serviciile media și comunicarea în masă permite publicitatea politică în serviciile mass-media doar în perioada campaniei electorale⁹⁶.

Potrivit articolului 32.3, în afara perioadei campaniei electorale, publicitatea politică poate fi difuzată doar în legătură cu un referendum deja anunțat.

Articolul 203.55 definește publicitatea politică ca un program, care apare sau este publicat într-un mod similar unei reclame, în scopul promovării sau al încurajării sprijinului unui partid politic, a unei mișcări politice sau a Guvernului, ori pentru promovarea denumirii, scopurilor, activităților, sloganului sau emblemei acestora.

93 Vedeți 2013. évi XXXVI. Törvény a választási eljárásról (Legea din 2013 privind procedura electorală), articolul 1.

94 Vedeți 2008. évi XLVIII. törvény a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól (Legea din 2008 privind condițiile de bază și anumite limitări în activitățile de publicitate economică), articolul 5.1.

95 Vedeți 2016. évi LXXIV. törvény a településkép védelméről (Legea cu privire la protecția imaginii localităților), articolul 3.1d.

96 Vedeți 2010. évi CLXXV. törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról (Legea din 2010 privind serviciile media și comunicarea în masă).

18.4. PRACTICI DE DESFĂȘURARE A CAMPANIEI ELECTORALE ÎN CADRUL DIASPOREI PREZENTATE DE CĂTRE UNII ACTORI STRĂINI DIN STATELE MEMBRE ALE UE CU REFERIRE LA ALEGERILE ORGANIZATE ÎN ȚĂRILE LOR DE ORIGINE

Legislația națională nu reglementează campaniile pentru alegerile desfășurate în străinătate.

În cadrul cercetării documentare n-a fost identificată nicio practică.

Capitolul 19

IRLANDA



19.1. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA ORGANIZAREA EVENIMENTELOR DE CAMPANIE

Nu există o lege națională care să reglementeze adunările publice.

Procedurile privind adunările publice, inclusiv cerința de a notifica autoritățile, sunt prezentate în diferite reglementări, regulamente și ghiduri la nivel local sau al Garda Síochána (Serviciul Național de Poliție). De exemplu, pentru municipalitatea Dublin, este necesară depunerea unei cereri prin care este solicitată permisiunea de a folosi domeniul public pentru evenimente în aer liber (cu o prezență anticipată a publicului de mai puțin de cinci mii de persoane) cu cel puțin opt săptămâni înainte de eveniment⁹⁷. Alte municipalități pot avea alte prevederi.

19.2. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA PLASAREA MATERIALELOR DE CAMPANIE ÎN SPAȚIUL EXTERIOR

Legislația irlandeză nu specifică dacă afișele cu publicitate politică sunt considerate ca fiind publicitate comercială sau necomercială. Plasarea afișelor de campanie face obiectul unor reglementări detaliate, dar numai în perioada alegerilor din Irlanda. Regulile aplicabile afișelor de publicitate politică în afara perioadei electorale sunt neclare.

⁹⁷ Vedeți [Event Application Process](#) (Procesul de solicitare a permisiunii pentru organizarea evenimentelor).

Este interzisă plasarea de afișe necomerciale în locuri vizibile publicului, inclusiv pe copaci, porți, piloni și stâlpi⁹⁸. Aceste restricții pot fi ridicate de municipalități în mod individual prin intermediul reglementărilor locale, de exemplu, atunci când un politician plătește pentru reclamă într-o stație de autobuz. În astfel de cazuri, pentru a obține permisiunea de a plasa afișe pe o proprietate publică trebuie depusă o cerere la autoritățile locale.

Un afiș care anunță o întrunire publică poate fi plasat oricând, atât timp cât nu este reclama unei licitații. Afișul poate rămâne în locul unde a fost plasat cu până la 30 de zile înainte de întrunire și trebuie îndepărtat în termen de 7 zile după data întrunirii specificată pe afiș. Afișul trebuie să conțină numele și adresa persoanei care promovează întrunirea⁹⁹.

19.3. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA CAMPANIILE ÎN MASS MEDIA (AUDIOVIZUALĂ, ONLINE ȘI PRESA SCRISĂ)

Legea din 2022 privind siguranța online și reglementarea mass-media interzice publicitatea politică cu plată la televiziune și radio. Această interdicție este reiterată în legislația cu caracter de recomandare, Codul general privind comunicațiile comerciale al Autorității de radiodifuziune din Irlanda (Coimisiún na Meán (CM)) în care se enumeră comunicările comerciale interzise¹⁰⁰.

Legea din 2022 privind reforma electorală prevede că „o persoană care locuiește în afara statului nu va procura, direct sau indirect, publicitate politică online pentru plasare, afișare, promovare sau difuzare în cadrul statului”. Acest articol se referă doar la publicitatea online și pare să limiteze influențele străine nejustificate în alegerile interne, ceea ce poate avea, de asemenea, implicații pentru campaniile electorale străine¹⁰¹.

98 Vedeți [Litter Pollution Act, 1997](#) (Legea din 1997 privind poluarea cu deșeuri), Secțiunea 19(1), și [Protection of the Environment Act 2003](#) (Legea din 2003 privind protecția mediului), Secțiunea 56.

99 Vedeți [Litter Pollution Act, 1997](#) (Legea din 1997 privind poluarea cu deșeuri), Secțiunea 19(1)b(i), și [Protection of the Environment Act 2003](#) (Legea din 2003 privind protecția mediului), Secțiunea 56.

100 Vedeți An Cód Ginearálta maidir le Cumarsáid Tráchtála (Codul general privind comunicațiile comerciale al Autorității de radiodifuziune din Irlanda).

101 Vedeți 2022 [Electoral Reform Act](#) (Legea din 2022 privind reforma electorală), articolul 125.5.

19.4. PRACTICI DE DESFĂȘURARE A CAMPANIEI ELECTORALE ÎN CADRUL DIASPOREI PREZENTATE DE CĂTRE UNII ACTORI STRĂINI DIN STATELE MEMBRE ALE UE CU REFERIRE LA ALEGERILE ORGANIZATE ÎN ȚĂRILE LOR DE ORIGINE

Legislația națională nu reglementează campaniile pentru alegerile desfășurate în străinătate.

În cadrul cercetării documentare n-a fost identificată nicio practică.

Capitolul 20

ITALIA

20.1. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA ORGANIZAREA EVENIMENTELOR DE CAMPANIE

Birourile provinciale ale Poliției (*Questura*) trebuie să fie notificate cu referire la organizarea unor mitinguri și întruniri cu cel puțin trei zile înainte de eveniment. În plus, municipalitățile pot aplica propriile reglementări în acest sens, deoarece aspectul respectiv ce ține de competența autorităților municipale. Prin urmare, notificarea trebuie depusă și la municipalitatea în care se planifică desfășurarea evenimentului¹⁰².

Mai mult, Ministerul Afacerilor Interne (MAI) a emis un ghid pentru a reglementa condițiile în care pot fi organizate evenimente publice, pentru a asigura securitatea publică¹⁰³.



20.2. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA PLASAREA MATERIALELOR DE CAMPANIE ÎN SPAȚIUL EXTERIOR

Plasarea afișelor ține, de asemenea, de competența municipalităților. Fiecare municipalitate aprobă plasarea materialelor conform reglementărilor proprii. Astfel, e necesară o autorizație care urmează

¹⁰² Vedeți [Leggi di pubblica sicurezza \(TULPS\) \(1931\)](#) (Legea privind securitatea publică din 1931), articolul 18.

¹⁰³ Vedeți [Modelli organizzativi e procedurali garantire alti livelli sicurezza occasione manifestazioni pubbliche](#) (Directivă privind modelele organizatorice și procedurale pentru asigurarea unor niveluri ridicate de siguranță cu ocazia manifestațiilor publice), [Circolare del 18 luglio 2018](#) (Circulara din 18 iulie 2018).

a fi obținută de la municipalitatea respectivă, iar condițiile pot varia de la o municipalitate la alta.

Potrivit Legii fiscale 160/2019, autoritățile municipale pot aplica taxe locale pentru plasarea de afișe sau utilizarea locurilor publice pentru publicitate (politică sau comercială). Taxele sunt, de asemenea, stabilite de municipalități, care pot, la fel, să le anuleze¹⁰⁴.

Taxele se aplică pe zi sau pe an. În plus, Codul rutier reglementează publicitatea de-a lungul drumurilor și pe vehicule¹⁰⁵.

20.3. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA CAMPANIILE ÎN MASS MEDIA (AUDIOVIZUALĂ, ONLINE ȘI PRESA SCRISĂ)

Publicitatea politică, precum și comunicarea politică generală, este reglementată de Legea nr. 28 din 22 din februarie 2000 cu privire la accesul egal la platformele media pe parcursul campaniilor electorale. În articolul 2.2 definește comunicarea politică ca „difuzarea la radio și televiziune a programelor care conțin opinii și evaluări politice în mass-media”.

Regulile referitoare la publicitatea televizată sunt definite în mare parte de Codul de autoreglementare pentru comunicarea comercială (2024) gestionat de Institutul de Autodisciplină în Publicitate¹⁰⁶. Unele din principalele reguli referitoare la publicitate includ: adevărul și corectitudinea, precum și respectul pentru normele etice (publicitatea nu va avea un caracter ofensator, vulgar, defăimător sau dăunător pentru nicio categorie de oameni; valorile etice și sociale trebuie respectate).

Publicitatea trebuie, de asemenea, să respecte toate legile italiene aplicabile, să nu aibă conținut care ar putea dăuna fizic, moral sau psihologic minorilor și nu trebuie să promoveze niciun fel de discriminare.

Presa scrisă și online este, în general, nereglementată în timpul alegerilor. În trecut, autoritatea de reglementare a inițiat un ghid de

104 Vedeți [Rodl & Partner](#) 2024.

105 Vedeți [Il Codice della strada](#) (Codul rutier), articolul 23.

106 Vedeți [Il Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale](#) (Codul de autoreglementare pentru comunicarea comercială).

autoreglementare în baza căruia Facebook și Google au convenit să ofere acces echitabil tuturor concurenților la platformele lor, pentru a identifica în mod clar reclamele politice cu plată.

20.4. PRACTICI DE DESFĂȘURARE A CAMPANIEI ELECTORALE ÎN CADRUL DIASPOREI PREZENTATE DE CĂTRE UNII ACTORI STRĂINI DIN STATELE MEMBRE ALE UE CU REFERIRE LA ALEGERILE ORGANIZATE ÎN ȚĂRILE LOR DE ORIGINE

Legislația națională nu reglementează campaniile pentru alegerile desfășurate în străinătate¹⁰⁷.

În cadrul cercetării documentare au fost identificate câteva exemple de campanii electorale din străinătate. De exemplu, pentru alegerile din 2019 din Tunisia, unele partide au făcut campanii pentru electoratul tunisian din Italia. Însă autoritățile uneia din municipalitățile cu cea mai mare prezență a diasporei tunisiene (*Mazara del Vallo*) au remarcat că nu au fost informate și nici notificate cu privire la aceste evenimente.

¹⁰⁷ Unii reprezentanți intervievați în cadrul cercetării documentare (la Bologna, Padova și Mazara del Vallo) considerau că, posibil, campaniile politice pentru alegerile din afara Italiei sunt reglementate de legile care se referă la publicitatea comercială. Însă nu ni s-a oferit niciun temei legal în acest sens.

Capitolul 21

LETONIA



21.1. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA ORGANIZAREA EVENIMENTELOR DE CAMPANIE

Legea din 1997 privind întrunirile, marșurile și pichetările prevede că organizatorii unor astfel de evenimente trebuie să aibă peste 18 ani și ori să fie cetățeni letoni, ori să beneficieze de dreptul la eliberarea pașaportului pentru non-cetățean, ori să dețină un permis de ședere permanent¹⁰⁸.

Este necesară o cerere prealabilă adresată administrației locale pe al cărei teritoriu administrativ urmează să se desfășoare evenimentul, cu excepția evenimentelor: care sunt închise; care nu au fost anunțate public; care sunt organizate de instituțiile statului sau de administrațiile locale; care sunt organizate în sediul sau pe teritoriul unui sindicat ori în spații închiriate; care sunt organizate în spații interioare.

Cererea se depune cu cel puțin 10 zile lucrătoare înainte de ziua evenimentului. În cazul, în care organizarea evenimentului este ocazionată de un incident despre care ar fi fost în mod rezonabil imposibil de a afla mai devreme decât cu 10 zile lucrătoare înainte de producerea acestuia, cererea va fi depusă cât mai curând posibil, dar nu mai târziu decât cu 24 de ore înaintea desfășurării evenimentului.

În cerere se va specifica tipul și scopul evenimentului; data, ora de început și de sfârșit; locul și traseul; numărul planificat de participanți; sprijinul solicitat de la administrația locală și poliție;

¹⁰⁸ Vedeți [Par sapulcēm, gājieniem un piketiēm likums \(1997\)](#) (Legea din 1997 privind întrunirile, marșurile și pichetările).

organizatori; managerul evenimentului; asistenți ai managerului de evenimente și persoanele responsabile de menținerea ordinii.

Administrația locală poate impune limitări sau interdicții cu cel puțin cinci zile înainte de eveniment. O astfel de decizie poate fi atacată în contenciosul administrativ.

21.2. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA PLASAREA MATERIALELOR DE CAMPANIE ÎN SPAȚIUL EXTERIOR

Legea din 1999 privind publicitatea impune solicitarea unei autorizații din partea autorității locale relevante sau a instituției acesteia pentru a plasa publicitatea în locurile publice și în locurile cu vedere către un loc public¹⁰⁹.

Autoritățile locale au dreptul să emită reglementări obligatorii cu privire la plasarea publicității în locuri publice sau în locurile cu vedere către un loc public prevăzând restricții privind dimensiunile, tipul, efectele luminoase și sonore ale publicității în funcție de mediu și de arhitectura clădirilor și a structurilor, precum și să desemneze locurile în care este interzisă difuzarea de publicitate cu privire la bunuri individuale, grupuri de bunuri sau servicii.

Aceeași lege interzice „violența și propaganda de război” în publicitate.

Procedura de eliberare a autorizațiilor de publicitate de către municipalități este reglementată în Regulamentul Cabinetului de Miniștri din 2012 (nr. 732) cu privire la plasarea publicității în spațiile publice care include prevederile pentru solicitări¹¹⁰. Însă aceste reguli nu se aplică în raport cu „materialele preelectorale”.

¹⁰⁹ Vedeți [Reklāmas likums \(1999\)](#) (Legea din 1999 privind publicitatea).

¹¹⁰ Vedeți [Ministru kabineta noteikumi \(2012\)](#) (Regulamentul din 2012 al Cabinetului de Miniștri).

21.3. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA CAMPANIILE ÎN MASS MEDIA (AUDIOVIZUALĂ, ONLINE ȘI PRESA SCRISĂ)

Legea din 2010 privind mass-media electronice stabilește regulile generale și restricțiile privind publicitatea comercială¹¹¹.

Articolul 28.6 din aceeași lege stipulează că în cadrul programelor reclamele trebuie plasate în limba de difuzare a programului sau în limba națională.

21.4. PRACTICI DE DESFĂȘURARE A CAMPANIEI ELECTORALE ÎN CADRUL DIASPOREI PREZENTATE DE CĂTRE UNII ACTORI STRĂINI DIN STATELE MEMBRE ALE UE CU REFERIRE LA ALEGERILE ORGANIZATE ÎN ȚĂRILE LOR DE ORIGINE

Legislația națională nu reglementează campaniile pentru alegerile desfășurate în străinătate.

În cadrul cercetării documentare n-a fost identificată nicio practică.

¹¹¹ Vedeți [Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums \(2010\)](#) (Legea din 2010 privind mass-media electronice), Capitolul 6.

Capitolul 22

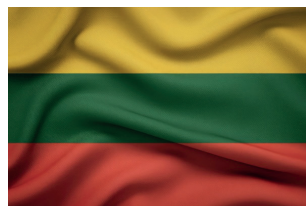
LITUANIA

22.1. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA ORGANIZAREA EVENIMENTELOR DE CAMPANIE

Conform Legii din 1993 cu privire la întruniri, adunările pot fi organizate de către cetățenii lituanieni și cei ai UE cu vârsta de peste 18 ani, rezidenți permanenți ai Lituaniei și persoane juridice înregistrate în Lituania¹¹².

Organizatorii întrunirilor cu mai mult de 15 participanți urmează să anunțe autoritățile municipale cu cel puțin 4 zile lucrătoare înainte de întrunire. Notificarea trebuie să includă datele de contact ale organizatorilor și să specifice forma și conținutul întrunirii; data și ora când începe și se încheie evenimentul; locația (traseul); numărul anticipat de participanți; doleanțele privind asigurarea ordinii publice de către poliție.

Decizia (sau inacțiunea) primarului poate fi atacată în contencios administrativ în termen de două zile.



22.2. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA PLASAREA MATERIALELOR DE CAMPANIE ÎN SPAȚIUL EXTERIOR

Legea publicității din 2000 prevede că publicitatea exterioară trebuie instalată în conformitate cu prevederile actelor juridice care

¹¹² Vedeți [Lietuvos Respublikos susirinkimų įstatymas \(1993\)](#) (Legea din 1993 privind întrunirile).

reglementează formatul, arhitectura, construcția, protecția obiectelor de patrimoniu cultural și peisagistic, amenajarea teritoriului, siguranța circulației și utilizarea limbii de stat¹¹³.

Conform articolului 12.5, regulile de instalare a publicității exterioare sunt stabilite de autoritatea municipală și/sau în documentele privind amenajarea teritoriului. Totuși publicitatea politică este exclusă în mod explicit din domeniul de aplicare al acestei legi. Articolul 1.5 prevede că această lege nu reglementează publicitatea și anunțurile politice și sociale care nu au legătură cu activitățile economice, comerciale, financiare sau profesionale.

În același timp, regulile privind publicitatea politică exterioară, așa cum sunt ele definite în Codul Electoral din 2022, se aplică numai în raport cu alegerile naționale și cele în Parlamentul European¹¹⁴.

22.3. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA CAMPANIILE ÎN MASS MEDIA (AUDIOVIZUALĂ, ONLINE ȘI PRESA SCRISĂ)

Legea din 2006 privind informarea publică reglementează publicitatea în mass-media, dar, în raport cu publicitatea politică, legea face referire la Codul electoral¹¹⁵.

În același timp, regulile privind publicitatea politică în exterior, așa cum sunt ele definite în Codul Electoral din 2022, se aplică numai în raport cu alegerile naționale și cele în Parlamentul European¹¹⁶.

113 Vedeți Lietuvos Respublikos reklamos įstatymas (2000) (Legea din 2000 privind publicitatea).

114 Vedeți Lietuvos Respublikos rinkimų kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo konstitucinis įstatymas (2022) (Codul electoral din 2022), articolele 1.1 și 98.

115 Vedeți Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymo pakeitimo įstatymas (2006) (Legea din 2006 privind informarea publică), articolul 39.16.

116 Vedeți Lietuvos Respublikos rinkimų kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo konstitucinis įstatymas (2022) (Codul electoral din 2022), articolele 1.1 și 98.

22.4. PRACTICI DE DESFĂȘURARE A CAMPANIEI ELECTORALE ÎN CADRUL DIASPOREI PREZENTATE DE CĂTRE UNII ACTORI STRĂINI DIN STATELE MEMBRE ALE UE CU REFERIRE LA ALEGERILE ORGANIZATE ÎN ȚĂRILE LOR DE ORIGINE

Legislația națională nu reglementează campaniile pentru alegerile desfășurate în străinătate.

Totuși, conform Legii din 2022 privind organizațiile politice, partidele politice și organizațiile politice ale altor state și filialele acestora nu pot fi înființate sau funcționa pe teritoriul Lituaniei¹¹⁷.

Această interdicție nu se aplică partidelor politice europene, a căror înființare și activități sunt reglementate de Regulamentul UE nr. 1141/2014.

În plus, Tratatul de prietenie și cooperare dintre Lituania și Ucraina din 1994, printre alte prevederi, garantează minorității naționale ucrainene din Lituania dreptul de a-și „satisface nevoile literare, artistice și de informare în masă”¹¹⁸. Persoanele aparținând minorității naționale ucrainene din Lituania sunt persoane cu cetățenie lituaniană, care sunt de origine ucraineană sau se identifică cu naționalitatea, cultura și tradițiile ucrainene.

În cadrul cercetării documentare n-a fost identificată nicio practică.

¹¹⁷ Vedeți [Lietuvos Respublikos politinių organizacijų įstatymas \(2022\)](#) (Legea din 2022 privind organizațiile politice), articolul 4.2.

¹¹⁸ Vedeți [Lietuvos Respublikos ir Ukrainos draugystės ir bendradarbiavimo sutartis \(1994\)](#) (Tratatul de prietenie și cooperare între Republica Lituania și Ucraina din 1994).

Capitolul 23

LUXEMBURG

23.1. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA ORGANIZAREA EVENIMENTELOR DE CAMPANIE

În reglementările poliției specifice fiecărui municipiu se stabilesc regulile și condițiile privind adunările și demonstrațiile publice. Ca regulă generală, orice persoană, asociație sau club care dorește să organizeze pe drumurile publice orice eveniment public care ar putea compromite ordinea publică, are nevoie de autorizația primarului¹¹⁹.

23.2. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA PLASAREA MATERIALELOR DE CAMPANIE ÎN SPAȚIUL EXTERIOR

Potrivit articolelor 38 și 39 din Legea din 2004 privind planificarea municipală și dezvoltarea urbană, autorităților municipale trebuie să li se solicite permisiunea pentru plasarea afișelor în spațiul public. Potrivit aceleiași legi, municipalitățile au și obligația de a publica cerințe referitoare la publicitatea din domeniul public¹²⁰.

În general, înaintea oricăror alegeri, Administrația Podurilor și Drumurilor emite reglementări privind instalarea semnelor de

119 Vedeți [informația](#) despre obținerea autorizației pentru organizarea unui eveniment public, a unei petreceri sau a unui foc de artificii.

120 Vedeți [Loi concernant l'aménagement communal et le développement urbain](#) (Legea cu privire la planificarea municipală și dezvoltarea urbană).

campanie. Așa s-a întâmplat, bunăoară, în cadrul alegerilor municipale și legislative din 2023¹²¹.

23.3. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA CAMPANIILE ÎN MASS MEDIA (AUDIOVIZUALĂ, ONLINE ȘI PRESA SCRISĂ)

Regulamentul Marelui Ducat din 2001 stabilește regulile aplicabile comunicărilor comerciale în serviciile mass-media audiovizuale¹²². Totuși se face o distincție între publicitatea politică și cea comercială.

Definiția publicității televizate oferită de Autoritatea Audiovizuală Independentă din Luxemburg (Autorité luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel (ALIA)) cuprinde orice formă de mesaj realizat cu scopul de a promova oferta de bunuri sau servicii cu plată¹²³. Acest lucru pare să excludă publicitatea politică.

În cadrul alegerilor naționale, ALIA elaborează principii directe privind condițiile de producere, programare și difuzare a mesajelor electorale ale partidelor politice¹²⁴. ALIA are sarcina de a produce și difuza informații politice folosind „foruri deschise” rezervate partidelor naționale¹²⁵.

121 Vedeți [Précisions au sujet de l'installation des panneaux électoraux](#) (Clarificări privind instalarea panourilor electorale – comunicare a Administrației Podurilor și Drumurilor la 19 mai 2023). Potrivit comunicatului, partidele politice trebuie să solicite mai întâi o autorizație temporară de ocupare a domeniului public (*autorisation de voirie*) de la serviciul regional respectiv (sau de la Ministerul Mobilității și Lucrărilor Publice în cazul alegerilor în Legislativ). În același comunicat se specifică că afișajul este supus regulilor de bună practică, pentru a nu genera situații periculoase de siguranță rutieră. Astfel, este interzisă amplasarea indicatoarelor electorale în zona autostrăzilor, a intersecțiilor de drumuri sau a sensurilor giratorii.

122 Vedeți [Règlement grand-ducal](#) (Regulamentul Marelui Ducat).

123 Vedeți [informațiile relevante despre comunicarea comercială](#) oferite de Autoritatea Independentă Audiovizuală din Luxemburg.

124 Vedeți [informațiile relevante despre comunicarea comercială](#) oferite de Autoritatea Independentă Audiovizuală din Luxemburg.

125 Vedeți [Loi sur les médias électroniques](#) (Legea privind mass-media electronice), articolul 35.

23.4. PRACTICI DE DESFĂȘURARE A CAMPANIEI ELECTORALE ÎN CADRUL DIASPOREI PREZENTATE DE CĂTRE UNII ACTORI STRĂINI DIN STATELE MEMBRE ALE UE CU REFERIRE LA ALEGERILE ORGANIZATE ÎN ȚĂRILE LOR DE ORIGINE

Legislația națională nu reglementează campaniile pentru alegerile desfășurate în străinătate.

În cadrul cercetării documentare n-a fost identificată nicio practică.

Capitolul 24

MALTA

24.1. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA ORGANIZAREA EVENIMENTELOR DE CAMPANIE

Legislația primară care reglementează întrunirile în Malta este Ordonanța privind întrunirile publice din 1931. Mitingurile publice, inclusiv în timpul campaniilor electorale, pot avea loc cu o notificare prealabilă a poliției făcută cu 48 de ore înaintea evenimentului¹²⁶.

Articolul 2 din Ordonanță definește „întrunirea” sau „adunarea publică” ca „orice adunare cu participarea a peste douăzeci de persoane reunite pentru a discuta public despre orice problemă, în orice stradă publică, piață sau spațiu deschis și include și demonstrațiile”. Potrivit articolului 3, orice persoană cu vârsta de peste 18 ani și orice asociație a astfel de persoane are voie să desfășoare o întrunire publică.

Finalmente, articolul 4 prevede că o notificare trebuie să conțină: dacă obiectul anunțului este o demonstrație sau orice altă reuniune; locul, data și ora reuniunii; numele și prenumele persoanei care face notificarea și adresa acesteia.



¹²⁶ Vedeți [Public Meetings Ordinance](#) (Ordonanța privind întrunirile publice) (cu ultimele amendamente din 2007), articolele 3 și 6.

24.2. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA PLASAREA MATERIALELOR DE CAMPANIE ÎN SPAȚIUL EXTERIOR

Două acte din legislația secundară, S.L. 552.28 „Billboards and Advertisements Regulations” (Regulamentele cu privire la panourile publicitare și reclamele) și S.L. 499.32 „Placing of Billboards and Advertising on the Road Regulations” (Regulamentul cu privire la amplasarea panourilor publicitare și a reclamelor pe drumuri) reglementează aspectele ce țin de plasarea afișelor și panourilor publicitare¹²⁷. Conform articolului 3 din S.L. 552.28, pentru a plasa publicitate în orice loc vizibil de pe șosea sau pe orice vehicul plasat pe șosea sau vizibil de pe șosea e necesar de a obține permisiunea autorității respective.

Se consideră ca publicitate politică orice mesaj afișat „folosit pentru expunerea de materiale care se referă exclusiv la anumite alegeri generale sau la un referendum ori la alegeri în consiliile locale și care este afișat nu mai devreme de trei luni înainte de data la care urmează a fi organizate alegerile respective ori referendumul și nu mai târziu de o săptămână de la anunțarea oficială a rezultatului acestor alegeri sau referendum”. În plus, nu este necesară solicitarea unei autorizații pentru publicitatea politică.

24.3. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA CAMPANIILE ÎN MASS MEDIA (AUDIOVIZUALĂ, ONLINE ȘI PRESA SCRISĂ)

Publicitatea în mass-media este reglementată de Legea privind radiodifuziunea din 1991 (capitolul 350, Legile Maltei); Legea (Regulamentul) din 1998 privind comunicațiile electronice (capitolul 399, Legile Maltei) și Legea din 1998 privind mass-media și defăimarea (capitolul 579, Legile Maltei)^{128,129,130}.

Potrivit Legii privind radiodifuziunea, „radiodifuziune” înseamnă transmiterea inițială a programelor de radio sau de televiziune

¹²⁷ Vedeți [SL 552.28 \(„Billboards and Advertisements Regulations”\)](#) (Regulamentul cu privire la panourile publicitare și reclamele) din 2 februarie 2018 și [SL 499.32 \(„Placing of Billboards and Advertising on the Road Regulations”\)](#) (Regulamentul cu privire la amplasarea panourilor publicitare și a reclamelor pe drumuri) din 30 iulie 2004.

¹²⁸ Vedeți [Broadcasting Act](#) (Legea privind radiodifuziunea).

¹²⁹ Vedeți [Electronic Communications \(Regulation\) Act](#) (Legea (Regulamentul) privind comunicațiile electronice).

¹³⁰ Vedeți [Media and Defamation Act](#) (Legea privind mass-media și defăimarea).

ori a oricărui material audiovizual. „Publicitatea” este definită ca promovare a ofertei de bunuri sau servicii, fără a fi menționat că aceasta ar avea vreun conținut sau mesaj politic.

Ține de datoria Autorității de Radiodifuziune să verifice dacă este păstrată imparțialitatea corespunzătoare cu referire la chestiunile de controversă politică sau industrială ori cele ce țin de ordinea publică actuală; de a organiza din când în când scheme de emisiuni politice (inclusiv spoturi politice) în cadrul cărora disponibilitatea și timpul sunt împărțite în mod echitabil între diferite partide politice reprezentate în Parlament¹³¹.

24.4. PRACTICI DE DESFĂȘURARE A CAMPANIEI ELECTORALE ÎN CADRUL DIASPOREI PREZENTATE DE CĂTRE UNII ACTORI STRĂINI DIN STATELE MEMBRE ALE UE CU REFERIRE LA ALEGERILE ORGANIZATE ÎN ȚĂRILE LOR DE ORIGINE

Legislația națională nu reglementează campaniile pentru alegerile desfășurate în străinătate.

În cadrul cercetării documentare n-a fost identificată nicio practică.

¹³¹ Vedeți [Broadcasting Act](#) (Legea privind radiodifuziunea).

Capitolul 25

ȚĂRILE DE JOS



25.1. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA ORGANIZAREA EVENIMENTELOR DE CAMPANIE

Legea din 2010 privind manifestațiile publice obligă consiliile municipale să stabilească prin ordonanță reguli referitoare la cazurile când este necesară notificarea prealabilă despre întrunirile și demonstrațiile care urmează a fi organizate în locuri publice¹³². Aceste reguli vor specifica momentul în care trebuie făcută notificarea, informațiile ce trebuie prezentate odată cu notificarea și prezentarea unei dovezi de recepționare a notificării persoanei care face notificarea respectivă.

În anul 2021, Ministerul Afacerilor Externe (MAE) a adoptat o politică, conform căreia toți reprezentanții unui guvern străin trebuie să notifice MAE în prealabil dacă intenționează să călătorească în Țările de Jos pentru a desfășura activități de campanie¹³³.

În plus, reprezentanții unui guvern străin din afara UE nu au voie să facă campanie în Țările de Jos cu 3 luni înainte de alegerile din țara lor. Prevederea include, printre altele, miniștri, primari, alți funcționari publici (de rang înalt) și parlamentari/membri ai opoziției atunci când ocupă vreo funcție într-o instituție de stat.

¹³² Vedeți [Wet openbare manifestaties \(2010\)](#) (Legea din 2010 privind manifestațiile publice).

¹³³ Vedeți [Brief van de Minister van Buitenlandse Zaken olicy](#) (Scrisoarea Ministrului Afacerilor Externe).

25.2. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA PLASAREA MATERIALELOR DE CAMPANIE ÎN SPAȚIUL EXTERIOR

Legea electorală din 1989 e aplicabilă doar în raport cu scrutinele din Țările de Jos (vezi Preambulul)¹³⁴. În lege nu există specificări cu privire la campaniile electorale străine.

Reglementările municipale impun reguli cu privire la afișele electorale, tarabe, utilizarea vehiculelor dotate cu sisteme de sonorizare și alte activități de campanie în cadrul alegerilor din Țările de Jos¹³⁵. Afișele electorale nu sunt considerate ca fiind publicitate în timpul campaniilor electorale din Țările de Jos.

25.3. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA CAMPAANIILE ÎN MASS MEDIA (AUDIOVIZUALĂ, ONLINE ȘI PRESA SCRISĂ)

În cadrul alegerilor naționale și locale, partidelor parlamentare li se alocă anual un volum egal timp gratuit de antenă în mass-media publică. Partidele politice pot cumpăra timp pentru publicitate în blocurile speciale de publicitate.

Potrivit articolului 6.9 din Legea din 2008 privind mass-media, comisarul pentru mass-media poate acorda persoanelor fizice sau juridice permisiunea să presteze servicii de radiodifuziune prin intermediul unui canal audiovizual cu un scop special, cu o acoperire limitată și cu o durată limitată¹³⁶.

25.4. PRACTICI DE DESFĂȘURARE A CAMPANIEI ELECTORALE ÎN CADRUL DIASPOREI PREZENTATE DE CĂTRE UNII ACTORI STRĂINI DIN STATELE MEMBRE ALE UE CU REFERIRE LA ALEGERILE ORGANIZATE ÎN ȚĂRILE LOR DE ORIGINE

Legislația națională nu reglementează ca atare campaniile pentru alegerile desfășurate în străinătate, dar restricțiile se aplică prin

¹³⁴ Vedeți [Kieswet \(1989\)](#) (Legea electorală din 1989).

¹³⁵ Vedeți [Algemeen Plaatselijke Verordening](#) (Regulament local general).

¹³⁶ Vedeți [Mediawet 2008](#) (Legea din 2008 privind mass-media).

documentele de politici. Mai exact, reprezentanților statelor non-UE nu li se permite să facă campanie în Țările de Jos cu trei luni înainte de alegerile din țara lor de origine.

În cadrul cercetării documentare au fost identificate mai multe exemple de știri care relatau despre unele practici sau încercări de practici străine legate de campanie, de exemplu:

În mai 2015, ministrul turc al afacerilor externe, Mevlüt Cavusoglu, a sosit la Rotterdam pentru a-i încuraja pe cetățenii turci care locuiau în Țările de Jos să voteze pentru Partidul Justiției și al Dezvoltării (Partidul AK).

În noiembrie 2015, prim-ministrul Turciei de atunci, Ahmet Davutoglu, a expediat o scrisoare cetățenilor turci care locuiau în Țările de Jos cu solicitarea să susțină în cadrul scrutinului Partidul AK. Scrisoarea conținea mai multe promisiuni, precum o reducere de 20% la zborurile operate de Turkish Airlines și beneficii pentru copiii femeilor de naționalitate turcă din străinătate.

În martie 2017, un fost vicepremier turc și parlamentari din opoziție s-au aflat în Țările de Jos pentru a se opune introducerii unui sistem prezidențial în Turcia. La începutul lunii martie 2017, MAE a Țărilor de Jos a respins o cerere oficială din partea Guvernului turc care solicitase facilitarea unei vizite a ministrului de externe Cavusoglu la Rotterdam cu scopul de a face campanie în favoarea referendumul ce urma să fie organizat în Turcia.

Capitolul 26

POLONIA

26.1. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA ORGANIZAREA EVENIMENTELOR DE CAMPANIE

Articolul 5 al Legii din 2015 privind întrunirile autorizează consiliile municipale să stabilească locuri în care organizarea unei întruniri nu ar necesita notificare prealabilă¹³⁷.

În caz contrar, este necesară notificarea prealabilă a municipalității nu mai devreme decât cu 30 de zile și nu mai târziu decât cu 6 zile înainte de data planificată a întrunirii. Notificarea se face de către organizator în scris, prin fax, verbal pentru a avea o dovadă sau prin mijloace de comunicare electronică. Aceasta trebuie să conțină numele și numărul personal (sau numărul de identificare) al organizatorului și datele de contact; scopul întâlnirii; data, ora și locul, durata preconizată, numărul anticipat de participanți și traseul posibil; informații privind măsurile de asigurare a desfășurării pașnice a adunării.

Municipalitatea poate propune modificări în cadrul unei întâlniri cu organizatorul. O adunare poate fi interzisă cu cel mult 96 de ore înainte de ora planificată a desfășurării, iar această decizie poate fi contestată în instanță.

Există și o procedură de notificare simplificată dacă întrunirea planificată nu va deranja traficul rutier și, în special, nu va solicita modificări în organizarea traficului.



¹³⁷ Vedeți [Prawo o zgromadzeniach \(2015\)](#) (Legea din 2015 privind întrunirile).

26.2. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA PLASAREA MATERIALELOR DE CAMPANIE ÎN SPAȚIUL EXTERIOR

Codul Electoral din 2011 este aplicabil doar în raport cu alegerile organizate în Polonia¹³⁸. Conform Codului, toate materialele electorale trebuie să conțină o specificare clară despre concurentul electoral care le-a oferit. Afișele și lozincile electorale pot fi amplasate pe pereții clădirilor, în stațiile de așteptare a transportului public, pe panourile de anunțuri, pe garduri și în alte locuri numai cu acordul prealabil al proprietarului sau al administratorului imobilului.

Imediat după începerea campaniei electorale, primarul municipalității ar urma să aloce un număr adecvat de spații pentru plasarea gratuită a anunțurilor electorale oficiale și a afișelor electorale și a panourilor publicitare de către toți concurenții electorali.

Amplasarea altor materiale publicitare este supusă diferitelor reguli și reglementări adoptate de Guvern sau de fiecare municipalitate¹³⁹. Prin urmare, consiliile municipale descriu regulile și condițiile de amplasare a panourilor publicitare.

26.3. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA CAMPANIILE ÎN MASS MEDIA (AUDIOVIZUALĂ, ONLINE ȘI PRESA SCRISĂ)

Articolul 24.1 din Legea privind radiodifuziunea și televiziunea din 1992 cere ca entităților participante la alegeri să li se ofere posibilitatea de a difuza programe electorale la radiodifuzorii publici¹⁴⁰.

Concurenților li se oferă gratuit timp de antenă în mass-media în baza rezultatelor obținute în cadrul alegerilor anterioare.

În raport cu presa scrisă și online nu există reglementări cu privire la alegeri.

138 Vedeți *Kodeks Wyborczy* (2011) (Codul Electoral din 2011).

139 Vedeți, de exemplu, *Jak zgodnie z prawem reklamować firmę* (Cum faci publicitate legală companiei tale) – informația oferită de Guvernul Poloniei cu privire la aspectele ce țin de publicitate în general (actualizată în 2023).

140 Vedeți *Ustawa o radiofonii i telewizji* (1992) (Legea din 1992 privind radiodifuziunea și televiziunea).

26.4. PRACTICI DE DESFĂȘURARE A CAMPANIEI ELECTORALE ÎN CADRUL DIASPOREI PREZENTATE DE CĂTRE UNII ACTORI STRĂINI DIN STATELE MEMBRE ALE UE CU REFERIRE LA ALEGERILE ORGANIZATE ÎN ȚĂRILE LOR DE ORIGINE

Legislația națională nu reglementează campaniile pentru alegerile desfășurate în străinătate.

În cadrul cercetării documentare n-a fost identificată nicio practică.

Capitolul 27

PORTUGALIA



27.1. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA ORGANIZAREA EVENIMENTELOR DE CAMPANIE

Decretul-Lege nr. 406/74 garantează dreptul la întruniri pașnice doar cetățenilor¹⁴¹. Legislația nu conține nicio prevedere referitoare la aplicarea acestui drept în raport cu străinii.

Decretul-Lege nr. 406/74 descrie condițiile de organizare a întrunirilor publice. Desfășurarea acestora nu este supusă unei autorizații prealabile, însă organizatorii evenimentului anunță în scris consiliul municipal respectiv cu cel puțin două zile lucrătoare înainte de eveniment.

Autoritățile pot împiedica organizarea întrunirilor publice din diverse motive: pentru protejarea ordinii publice, în cazul, în care scopul adunării este contrar legii, pentru respectarea bunelor moravuri sau deoarece aduce atingere onoarei organelor suverane și forțelor armate. O astfel de decizie poate fi atacată cu apel în instanțele obișnuite.

141 Vedeți [Decreto-Lei n.º 406/74](#) (Decretul-Lege nr. 406/74).

27.2. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA PLASAREA MATERIALELOR DE CAMPANIE ÎN SPAȚIUL EXTERIOR

Publicitatea politică care presupune afișarea materialelor în exterior este permisă. Spațiile unde pot fi afișate materialele publicitare sunt oferite atât de municipalități, cât și de furnizori privați.

În general, fiecare municipalitate este responsabilă de asigurarea echilibrului urban și de mediu și, în cooperare cu alte autorități relevante ale statului, este responsabilă de acordarea unor licențe companiilor private de publicitate și de determinarea condițiilor de licențiere, precum și a spațiilor pentru publicitate și a structurilor de suport (panouri publicitare, casete etc.).

În cadrul unei proceduri paralele, municipalitatea stabilește și spațiile publice amenajate pentru afișarea reclamelor și condițiile de folosire a acestora. Utilizarea spațiilor respective necesită de obicei o autorizație prealabilă din partea municipalității¹⁴².

În continuare, în Legea din 2015 cu privire la statutul drumurilor din Rețeaua Națională de Autostrăzi sunt specificate condițiile de afișare a materialelor publicitare pe marginea drumurilor și în zonele pietonale. Printre altele, legea prevede că publicitatea nu trebuie să încalce condițiile normale de vizibilitate pentru șoferi, nu trebuie să poată fi confundată cu indicatoarele rutiere, trebuie să respecte condițiile de luminozitate, iar pietonii trebuie să aibă întotdeauna o bandă de circulație de cel puțin 1,5 metri¹⁴³.

27.3. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA CAMPANIILE ÎN MASS MEDIA (AUDIOVIZUALĂ, ONLINE ȘI PRESA SCRISĂ)

Partidele care concurează în cadrul unor alegeri naționale (cu cel puțin un sfert din locuri și cu cel puțin un sfert din circumscriptii) au

¹⁴² Vediți *Afixação e inscrição de mensagens de publicidade e propaganda* (Lei n.º 97/88) (Legea nr. 97/88 afișarea și inscripționarea mesajelor publicitare)

¹⁴³ Vediți *Estatuto das Estradas da Rede Rodoviária Nacional* (Lei n.º 34/2015) (Legea cu privire la statutul drumurilor din rețeaua rutieră națională (Legea nr. 34/2015)), articolele 60 – 62.

dreptul la timp de antenă gratuit la posturile publice și private de televiziune și radio¹⁴⁴.

Timpul de antenă oferit gratuit de radiodifuzorii naționali sunt alocați proporțional în funcție de numărul de candidați desemnați de partidele eligibile, iar la radiodifuzorii regionali timpul de antenă ar trebui repartizat în mod egal între toți concurenții din circumscripțiile respective.

27.4. PRACTICI DE DESFĂȘURARE A CAMPANIEI ELECTORALE ÎN CADRUL DIASPOREI PREZENTATE DE CĂTRE UNII ACTORI STRĂINI DIN STATELE MEMBRE ALE UE CU REFERIRE LA ALEGERILE ORGANIZATE ÎN ȚĂRILE LOR DE ORIGINE

Legislația națională nu reglementează campaniile pentru alegerile desfășurate în străinătate.

Totuși cadrul cercetării documentare au fost identificate câteva exemple de campanie desfășurată de subiecți din străinătate:

Partidul politic francez *Renaissance* are o filială în Portugalia și organizează activități de campanie printre cetățenii francezi care locuiesc acolo.

Acestea se concentrează de obicei pe:

- desfășurarea campaniei în social media;
- organizarea de întruniri față în față în spații interioare publice și private (săli municipale, baruri și restaurante); și
- expedierea programelor partidului și a broșurilor electorale alegătorilor prin poștă.

Reprezentanții partidelor italiene care au fost consultați au confirmat, de asemenea, că au folosit aceleași mijloace de campanie în Portugalia.

¹⁴⁴ Vedeți [Lei da televisão \(Lei n.º 27/2007\)](#) (Legea nr. 27/2007 privind televiziunea), articolul 59.

Capitolul 28

ROMÂNIA

28.1. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA ORGANIZAREA EVENIMENTELOR DE CAMPANIE

În campania electorală, candidații, partidele politice, alianțele politice, alianțele electorale, organizațiile cetățenilor aparținând minorităților naționale, precum și cetățenii cu drept de vot, au dreptul să își exprime opiniile în mod liber și fără nicio discriminare, prin mitinguri, adunări, comunicare directă cu alegătorii, utilizare a televiziunii, a radioului, a presei scrise, mijloacelor electronice și a altor mijloace de informare în masă¹⁴⁵.



Articolul 6 din Legea nr. 60/1991 prevede că pentru organizarea adunărilor publice solicitanții se vor adresa, în scris, primarului unității administrativ-teritoriale pe a cărei rază urmează să se desfășoare adunarea¹⁴⁶. Totodată, articolul 7 stipulează că organizatorii adunărilor publice vor depune declarația scrisă la primăriile municipale, orășenești sau comunale pe al căror teritoriu acestea urmează să se desfășoare, cu cel puțin trei zile înainte de data desfășurării acestora.

Declarația trebuie să menționeze: denumirea sub care este cunoscut grupul organizator, scopul, locul, data, ora începerii și durata acțiunii, traseele de afluire și defluire, numărul aproximativ al participanților, persoanele împuternicite să asigure și să răspundă de măsurile de

¹⁴⁵ Vedeți [Legea nr. 334/2006 privind finanțarea activității partidelor politice și a campaniilor electorale](#), articolul 36. Însă [Constituția](#) garantează tuturor dreptul la întrunire.

¹⁴⁶ Vedeți [Legea nr. 60/1991 privind organizarea și desfășurarea adunărilor publice](#).

organizare, serviciile pe care le solicita din partea consiliului local, a poliției locale și a jandarmeriei.

În timpul campaniei electorale se asigură candidaților, în mod nediscriminatoriu, spații corespunzătoare pentru a se întâlni cu alegătorii¹⁴⁷.

28.2. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA PLASAREA MATERIALELOR DE CAMPANIE ÎN SPAȚIUL EXTERIOR

Articolul 271 din Codul fiscal adoptat în 2003 prevede că orice persoană care utilizează un panou, afișaj sau structură de afișaj pentru reclamă și publicitate într-un loc public datorează plata taxei anuale prevăzute în prezentul articol către bugetul local al autorității administrației publice locale în raza căruia este amplasat panoul, afișajul sau structura de afișaj respectivă¹⁴⁸. Valoarea taxei pentru afișaj în scop de reclamă și publicitate se recalculează pentru a reflecta numărul de luni sau fracțiunea din lună dintr-un an calendaristic în care se afișează în scop de reclamă și publicitate.

Legea nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, definește reclama publicitară ca fiind „activitatea și inscripțiile cu rol de a atenționa sau de a convinge publicul de calitatea unui serviciu, a unui produs sau a unei idei”¹⁴⁹. Ideile politice s-ar putea încadra în această definiție.

Articolele 28 - 30 din Legea nr. 185/2013 definesc regulile de amplasare a afișelor pe străzi și drumuri.

28.3. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA CAMPANIILE ÎN MASS MEDIA (AUDIOVIZUALĂ, ONLINE ȘI PRESA SCRISĂ)

În cazul alegerilor desfășurate în România, mediatizarea campaniei electorale de către instituțiile audiovizuale este reglementată de

147 Veďteți [Legea nr. 208/2015 privind alegerea Senatului și a Camerei Deputaților, precum și pentru organizarea și funcționarea Autorității Electorale Permanente](#), articolul 65.

148 Veďteți [Legea nr. 571 din 22 decembrie 2003 privind Codul fiscal](#).

149 Veďteți [Legea nr. 185 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate](#).

legea electorală, precum și de reglementările emise de Consiliul Național al Audiovizualului sau reglementările cu privire la fiecare scrutin¹⁵⁰.

Prevederile pentru mass-media audiovizuală impun o acoperire echitabilă, echilibrată și corectă a concurenților.

Presa online și cea scrisă nu sunt supuse acelorași reglementări.

Potrivit legilor referitoare la mass-media, publicitatea televizată înseamnă orice formă de mesaj difuzat fie în schimbul unei plăți, fie al unei retribuiții similare unei plăți sau difuzat în scopuri de autopromovare, de către o persoană juridică publică sau privată ori de către o persoană fizică, în legătură cu o activitate comercială, ramură de activitate, meserie ori profesie, pentru a promova furnizarea de bunuri și servicii, inclusiv bunuri imobiliare, drepturi și obligații¹⁵¹.

28.4. PRACTICI DE DESFĂȘURARE A CAMPANIEI ELECTORALE ÎN CADRUL DIASPOREI PREZENTATE DE CĂTRE UNII ACTORI STRĂINI DIN STATELE MEMBRE ALE UE CU REFERIRE LA ALEGERILE ORGANIZATE ÎN ȚĂRILE LOR DE ORIGINE

Legislația națională nu reglementează campaniile pentru alegerile desfășurate în străinătate.

În cadrul cercetării documentare a fost identificat un exemplu referitor la alegerile parlamentare din 2018 în Ungaria.

Panouri publicitare sponsorizate de o filială locală a partidului „Uniunea Democrată Maghiară din România” (UDMR) au apărut pe teritoriul Transilvaniei. Acestea chemau maghiarii să se înregistreze pentru a vota. O altă filială locală a anunțat că lansează o campanie telefonică pentru a încuraja cetățenii maghiari din regiunea respectivă să se înregistreze¹⁵².

¹⁵⁰ Vedeți, de exemplu, [Rules for the 2020 local elections campaign coverage](#) (rezumatul Regulilor privind reflectarea campaniei pentru alegerile locale din 2020).

¹⁵¹ Vedeți [Legea audiovizualului nr. 504](#) și [Legea nr. 190/2022 pentru modificarea și completarea Legii audiovizualului](#).

¹⁵² Vedeți [articolul din Politico](#).

Capitolul 29

SLOVACIA



29.1. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA ORGANIZAREA EVENIMENTELOR DE CAMPANIE

Legea din 1990 privind dreptul la întrunire prevede că cetățenii au dreptul la întruniri pașnice¹⁵³. Legislația nu specifică nimic cu referire la aplicarea acestui drept în raport cu străinii

Organizatorul trebuie să fie un cetățean slovac cu vârsta de peste 18 ani, o persoană juridică slovacă cu sediul principal situat în Slovacia, o persoană juridică străină cu o firmă sau o întreprindere situată în Slovacia sau un grup de persoane. Întrunirile publice nu fac obiectul unei autorizații prealabile. Însă, cu cel puțin 5 zile și cu nu mai mult de 6 luni înainte de data adunării, este necesară notificarea autorităților municipale din localitatea unde urmează a fi organizată adunarea. Acest lucru permite organelor de drept să asigure ordinea publică.

Deși cazurile de interdicere a adunărilor publice sunt rare, autoritățile municipale pot, în circumstanțe ce țin de menținerea ordinii publice, a siguranței și protejare a drepturilor omului, a sănătății și a proprietății, să interzică desfășurarea unei adunări.

Detaliile referitoare la convocarea adunărilor publice și, în mod specific, de drepturile și obligațiile organizatorului și ale participanților sunt explicate în mod cuprinzător de către Ministerul Afacerilor Interne (MAI)¹⁵⁴.

¹⁵³ Vedeți [Zákon 84/1990 o zhromažďovacom práve](#) (Legea nr. 84/1990 privind dreptul la întrunire).

¹⁵⁴ Vedeți [informația relevantă](#) pe pagina web a Ministerului Afacerilor Interne.

29.2. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA PLASAREA MATERIALELOR DE CAMPANIE ÎN SPAȚIUL EXTERIOR

Spațiile de afișare a materialelor publicitare sunt oferite atât de municipalități (locuri publice desemnate), cât și de furnizori privați.

Legea din 1990 privind administrația publică locală permite autorităților locale să autoreglementeze afișarea materialelor publicitare¹⁵⁵. Astfel, fiecare municipalitate este liberă să decidă cu privire la numărul și durata spoturilor publicitare, costul de închiriere și orice alte reguli aplicabile. Partidul politic urmează să ia legătura cu municipalitatea respectivă în care dorește să afișeze materiale de campanie pentru a discuta fezabilitatea și condițiile publicității sale politice¹⁵⁶.

Pe lângă entitățile publice, există și furnizori privați care își stabilesc propriile condiții de publicitate. Furnizorii privați oferă publicitate în special pe panouri publicitare de dimensiuni mari.

29.3. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA CAMPANIILE ÎN MASS MEDIA (AUDIOVIZUALĂ, ONLINE ȘI PRESA SCRISĂ)

Legea din 2022 privind serviciile mass-media interzice publicitatea politică la posturile de televiziune și radio, în serviciile mass-media audiovizuale la cerere și pe platformele de partajare a conținutului video. O excepție de la această interdicție este difuzarea de publicitate politică de către candidații care participă la alegerile desfășurate în Slovacia în perioadele respective de campanie¹⁵⁷.

Publicitatea politică este permisă în presa scrisă și online, iar cea din urmă nu este responsabilă pentru conținutul reclamelor pe care le publică. Pe de altă parte, aceste instituții media au obligația de a publica declarația unei persoane fizice sau juridice în cazul în care „onoarea, demnitatea, intimitatea sau reputația” acestora a fost

¹⁵⁵ Vedeți *Zákon o obecnom zriadení* (369) (Legea privind administrația publică locală), paragrafele 4n, 6 și 27b.

¹⁵⁶ Vedeți, de asemenea, (*Zákon o priestupkoch* 372/1990 Zb) (Legea a Consiliului Național Slovac privind contravențiile (372/1990), paragr. 47d.

¹⁵⁷ Vedeți *Zákon o mediálnych službách* a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o mediálnych službách) (264/2022 Z. Z) (Legea privind serviciile media (264/2022)), paragr. 98 și 99.

încălcată într-o comunicare publicată de instituția media respectivă. Publicarea declarației trebuie să fie solicitată de partea vătămată¹⁵⁸.

Publicitatea politică pe platformele de social media este reglementată într-o oarecare măsură, dar numai pentru candidații și partidele care participă la alegerile organizate în Slovacia. Astfel, publicitatea în social media este supusă doar regulilor interne ale furnizorilor (Meta, YouTube, X etc.) și regulamentului general al UE.

29.4. PRACTICI DE DESFĂȘURARE A CAMPANIEI ELECTORALE ÎN CADRUL DIASPOREI PREZENTATE DE CĂTRE UNII ACTORI STRĂINI DIN STATELE MEMBRE ALE UE CU REFERIRE LA ALEGERILE ORGANIZATE ÎN ȚĂRILE LOR DE ORIGINE

Legislația națională nu reglementează campaniile pentru alegerile desfășurate în străinătate.

În cadrul cercetării documentare n-a fost identificată nicio practică.

În anul 2013, cetățenii slovaci de origine maghiară stabiliți de mult timp în regiunile sudice ale țării și concentrați geografic în câteva municipalități au obținut dreptul de vot în cadrul alegerilor naționale din Ungaria. De atunci au existat câteva cazuri când politicienii maghiari au organizat întruniri de campanie față în față în unele spații private interioare situate în municipalitățile respective.

¹⁵⁸ Vedeți [Zákon vydavateľoch publikácií a o registri v oblasti médií a audiovizízie a o zmene a doplnení niektorých zákonov](#) (zákon o publikáciách) 265/2022 Z. z. (Legea nr. 265/2022 cu privire la editorii de publicații și registrul din domeniul mass-media audiovizuale și cu privire la modificarea unor legi) (Legea nr. 265/2022 cu privire la publicații).

Capitolul 30

SLOVENIA

Conform articolului 3 al Legii din 1994 privind partidele politice „[un] partid care nu este înregistrat în conformitate cu prevederile prezentei legi sau un partid care are sediul în străinătate nu poate funcționa în Republica Slovenia”¹⁵⁹.

Potrivit articolului 3.8 din Legea din 2007 privind campaniile electorale și referendumurile, „[în] Republica Slovenia, nu este permisă desfășurarea de campanii electorale pentru alegerile care au loc într-o altă țară”¹⁶⁰.



30.1. PRACTICI DE DESFĂȘURARE A CAMPANIEI ELECTORALE ÎN CADRUL DIASPOREI PREZENTATE DE CĂTRE UNII ACTORI STRĂINI DIN STATELE MEMBRE ALE UE CU REFERIRE LA ALEGERILE ORGANIZATE ÎN ȚĂRILE LOR DE ORIGINE

Legislația slovenă restricționează activitățile, inclusiv campaniile partidelor politice străine pe teritoriul Sloveniei.

Partidul francez *Renaissance* care are numeroase filiale de partid în alte țări din UE a confirmat că organizarea pe teritoriul Sloveniei a activităților de campanie în legătură cu alegerile din Franța este ilegală. În Slovenia, spre deosebire de multe alte țări, formațiunea în cauză nu-și face campanie.

¹⁵⁹ Vedeți [Zakon o političnih strankah](#) (1994) (Legea privind partidele politice din 1994).

¹⁶⁰ Vedeți [Zakon o volilni in referendumski kampanji](#) (2007) (Legea din 2007 privind campaniile electorale și referendumurile).

Capitolul 31

SPANIA



31.1. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA ORGANIZAREA EVENIMENTELOR DE CAMPANIE

Articolul 2 al Legii organice 9/1983 care reglementează dreptul la întruniri prevede că nu este necesară o notificare prealabilă pentru întruniri, dacă acestea sunt organizate, printre altele, de persoane fizice la domiciliul lor și de partide politice, asociații, fundații și alte organizații în locuri închise, în scopuri proprii și printr-un apel adresat exclusiv membrilor săi sau altor persoane invitate nominal¹⁶¹.

Notificările privind întrunirile în locurile de circulație a transportului public și demonstrațiile vor fi transmise în scris autorității guvernamentale corespunzătoare de către organizatori sau promotori, cu cel puțin 10 zile calendaristice înainte (și cu cel mult 30). Dacă este vorba de persoane juridice, comunicarea urmează a fi făcută de reprezentantul acestora.

Notificarea trebuie să menționeze: numele, adresa și actul oficial de identitate al organizatorului/organizatorilor; locul, data, ora și durata preconizată a reuniunii; obiectul său; itinerarul planificat; măsurile de securitate asigurate de organizatori sau solicitate de la administrația guvernamentală. Modificările sau interdicțiile impuse de autoritatea guvernamentală pot fi atacate în instanță.

¹⁶¹ Vedeți [Ley Orgánica 9/1983, de 15 de julio, reguladora del derecho de reunión](#) (Legea organică nr. 9/1983 privind dreptul la întrunire).

31.2. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA PLASAREA MATERIALELOR DE CAMPANIE ÎN SPAȚIUL EXTERIOR

Articolul 1 al Legii organice din 1985 privind regimul electoral general se referă doar la alegerile desfășurate în Spania¹⁶².

Consiliile municipale au autoritatea de a reglementa plasarea publicității în exterior, precum afișele.

Activitățile de campanie ar trebui să respecte principiile și cerințele generale față de publicitate, inclusiv Legea Generală din 1988 privind publicitatea¹⁶³.

31.3. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA CAMPANIILE ÎN MASS MEDIA (AUDIOVIZUALĂ, ONLINE ȘI PRESA SCRISĂ)

Articolul 1 al Legii organice din 1985 privind regimul electoral general se aplică doar în raport cu alegerile desfășurate în Spania.

Principiul general al acestei legi, așa cum e formulat în articolul 60.1, stipulează că în acest scop nu se permite contractarea spațiului pentru publicitatea electorală în mass-media publică sau la posturile private de televiziune. Potrivit articolului 58.1, candidații la alegeri își pot face publicitate în presa periodică și în cadrul emisiunilor la posturile private de radio, fără a depăși 20 la sută din limita de cheltuieli pentru partide sau alte formațiuni.

Articolul 121 alineatul (1) al Legii Generale din 2022 privind comunicarea audiovizuală definește comunicarea comercială audiovizuală ca fiind imagini sau sunete destinate să promoveze, direct sau indirect, bunurile, serviciile sau imaginea unei persoane fizice sau juridice dedicate unei activități economice¹⁶⁴.

¹⁶² Vedeți [Ley Orgánica 5/1985 del Régimen Electoral General](#) (Legea Organică din 1985 privind regimul electoral general).

¹⁶³ Vedeți [Ley 34/1988 General de Publicidad](#) (Legea nr. 34/1988 privind publicitatea generală).

¹⁶⁴ Vedeți [Ley 13/2022 General de Comunicación Audiovisual](#) (Legea nr. 13/2022 privind comunicarea audiovizuală).

31.4. PRACTICI DE DESFĂȘURARE A CAMPANIEI ELECTORALE ÎN CADRUL DIASPOREI PREZENTATE DE CĂTRE UNII ACTORI STRĂINI DIN STATELE MEMBRE ALE UE CU REFERIRE LA ALEGERILE ORGANIZATE ÎN ȚĂRILE LOR DE ORIGINE

Legislația națională nu reglementează campaniile pentru alegerile desfășurate în străinătate.

Însă în cadrul cercetării documentare au fost identificate mai multe exemple de astfel de campanii:

În august 2023, un [eveniment de campanie](#) a fost organizat la Madrid de *Movimiento Revolución Ciudadana* în susținerea candidaturii Luisei González la alegerile prezidențiale din Ecuador¹⁶⁵. Activitatea a avut loc la sediul Uniunii Sindicale din Madrid. În Spania locuiesc aproximativ 200.000 de ecuadorieni înregistrați.

Înainte scrutinului prezidențial din Columbia din 2022, candidatul Gustavo Petro a organizat evenimente de campanie la Barcelona și Madrid, acestea au avut loc în ianuarie 2022, cu câteva zile înainte de termenul limită când alegătorii din străinătate urmau să se înregistreze pentru a vota¹⁶⁶. În Spania sunt stabiliți aproximativ 270.000 de columbieni înregistrați, dintre care puțini votează.

În timpul campaniilor prezidențiale din Peru din 2011 și 2021, organizațiile de peruvieni expatriați din Spania au organizat evenimente împotriva candidatului la președinție Keiko Sofía Fujimori, fiica fostului dictator Alberto Fujimori¹⁶⁷.

În septembrie 2019, candidatul la președinția Argentinei Alberto Fernández a organizat un eveniment de campanie în Camera Constituțională a Congresului Deputaților din Spania. Acesta a fost invitat de formațiunea *Podemos*, spre surprinderea partidelor de opoziție, care au lansat o plângere oficială¹⁶⁸.

165 Vedeți [articolul din El Pais](#).

166 Vedeți [articolul din El Salto](#).

167 Vedeți [articolul din Público](#).

168 Vedeți [articolul din El Mundo](#).

Capitolul 32

SUEDIA

32.1. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA ORGANIZAREA EVENIMENTELOR DE CAMPANIE

Conform Legii privind ordinea publică din 1993, adunările publice organizate în locuri publice necesită o autorizație, cu excepția cazului în care, ținând cont de numărul anticipat de participanți, locul și ora alese pentru întrunire și aranjamentele ce urmează a fi făcute, se poate presupune că întrunirea nu va prezenta pericol pentru ordine și siguranță sau pentru trafic¹⁶⁹.

Conform articolelor 4-5, dacă nu este necesară autorizația, se aplică o notificare prealabilă referitoare la anumite spații publice, inclusiv în interior. Cererea de autorizare și notificarea cu privire la întrunirea publică va fi adresată Autorității de Poliție. Cererea trebuie depusă în scris în timp util. Dacă este posibil, cererea trebuie să fie recepționată cu cel puțin o săptămână înainte de întrunire. Notificarea va fi efectuată în scris sau verbal.

În conformitate cu articolele 6-7, notificarea urmează a fi recepționată cu cel mult cinci zile înainte de reuniune ori de eveniment. Cererea de autorizare sau notificarea cu privire la întrunirea publică va conține informații despre organizator, ora întrunirii, natura și formatul principal al acesteia, precum și măsurile în materie de ordine și securitate pe care organizatorul intenționează să le ia. Decizia poliției de a impune obligații sau de a interzice o adunare poate fi atacată într-o instanță de contencios administrativ.



¹⁶⁹ Vedetj [Ordningsslag \(1993:1617\)](#) (Legea din 1993 privind ordinea publică).

32.2. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA PLASAREA MATERIALELOR DE CAMPANIE ÎN SPAȚIUL EXTERIOR

Desfășurarea campaniei electorale nu este reglementată de Legea electorală din 2005¹⁷⁰.

32.3. REGLEMENTĂRI JURIDICE REFERITOARE LA CAMPANIILE ÎN MASS MEDIA (AUDIOVIZUALĂ, ONLINE ȘI PRESA SCRISĂ)

În articolul 3.1.17 din Legea privind radioul și televiziunea din 2010 publicitatea e definită ca orice formă de comunicare transmisă fie contra plată, fie contra unei compensații similare, fie care constituie auto-promovare și care are ca scop comercializarea de bunuri, servicii, valori imobiliare, locuri de muncă sau alte bunuri în activități de afaceri¹⁷¹.

Articolul 5.6 extinde în continuare această definiție la mesajele care urmăresc să câștige sprijin pentru opinii politice sau religioase. Asemenea mesaje nu pot fi incluse în emisiunile pentru care sunt aplicabile condițiile de imparțialitate.

Potrivit articolului 14.3, aceeași restricție e aplicabilă în raport cu mesajele care urmăresc să câștige sprijin pentru opiniile politice sau religioase la radio.

În plus, Legea privind libertatea de exprimare din 1991 garantează tuturor, la scară largă, dreptul de a-și exprima în mod public gândurile, opiniile și sentimentele la radio, televiziune și în anumite transmisiuni similare¹⁷². Această prevedere poate permite, în principiu, difuzarea mesajelor străine în mass-media audiovizuală.

170 Vediți [Vallag \(2005:837\)](#) (Legea electorală din 2005).

171 Vediți [Radio- och tv-lag \(2010:696\)](#) (Legea din 2010 privind radioul și televiziunea).

172 Vediți [Yttrandefrihetsgrundlag \(1991:1469\)](#) (Legea fundamentală privind libertatea de exprimare din 1991), articolul 1.

32.4. PRACTICI DE DESFĂȘURARE A CAMPANIEI ELECTORALE ÎN CADRUL DIASPOREI PREZENTATE DE CĂTRE UNII ACTORI STRĂINI DIN STATELE MEMBRE ALE UE CU REFERIRE LA ALEGERILE ORGANIZATE ÎN ȚĂRILE LOR DE ORIGINE

Legislația națională nu reglementează campaniile pentru alegerile desfășurate în străinătate.

Totuși o prevedere constituțională garantează dreptul fiecăruia de a-și exprima în mod public gândurile și opiniile la radio, televiziune și în anumite transmisiuni similare.

În cadrul cercetării documentare n-a fost identificată nicio practică.

Referințe

- Albin, D., „El movimiento antifujimorista en España se moviliza contra Keiko: ‘Están alentando la eliminación física del adversario’” [Mișcarea antifujimoristă din Spania se mobilizează împotriva lui Keiko: „Se încurajează eliminarea fizică a adversarului”], Público, 24 mai 2021, <<https://www.publico.es/politica/movimiento-antifujimorista-espana-moviliza-keiko-alentando-eliminacion-fisica-adversario.html>>, accesat la 14 martie 2025.
- Aman, A. și Bakken, M., Out-of-Country Voting: Learning from Practice [Votarea în afara țării: învățând din practică] (Stockholm: International IDEA, 2021), <<https://doi.org/10.31752/idea.2021.1>>.
- Austria, Straßenverkehrsordnung 1960 [Codul rutier] (1960), <<https://www.jusline.at/gesetz/stvo>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz [Legea privind serviciile media audiovizuale], 2023, <<https://www.jusline.at/gesetz/amd-g/gesamt>>, accesat la 14 martie 2025.
- Camera de Comerț a Austriei, „FAQ privind comunicarea politică și publicitatea electorală: Ce este permis? Ce este interzis? Ce reglementări din domeniul mass-media, comerțului și telecomunicațiilor trebuie respectate în campaniile politice?”, 18 ianuarie 2020, <<https://www.wko.at/oe/information-consulting/werbung-marktkommunikation/politische-werbung>>, accesat la 14 martie 2025.
- , „Publicitatea exterioară și Codul rutier (StVO): Ce cerințe legale trebuie respectate la autorizarea companiilor de publicitate?”, 11 ianuarie 2024, <<https://www.wko.at/oe/information-consulting/werbung-marktkommunikation/aussenwerbung-und-stvo>>, accesat la 14 martie 2025.
- Autoritatea pentru Reglementarea Profesională a Publicității, „Rôles et missions” [Roluri și misiuni], [fără dată], <<https://www.arpp.org/qui-sommes-nous/roles-et-missions>>, accesat la 14 martie 2025.
- Bayer, L., „Viktor Orbán courts voters beyond ‘fortress Hungary’”, [Viktor Orbán curtează alegătorii dincolo de „fortăreața” Ungaria], Politico, 22 august 2017, <<https://www.politico.eu/article/viktor-orban-courts-voters-in-transylvania-romania-hungarian-election-2018>>, accesat la 14 martie 2025.
- Belgia, Loi relative à la limitation et au contrôle des dépenses électorales [engagées pour l’élection de la Chambre des représentants], ainsi qu’au financement et à la comptabilité ouverte des partis politiques [Legea privind limitarea și controlul cheltuielilor electorale pentru alegerile federale, precum și finanțarea și transparența contabilă a partidelor politice], 4 iulie 1989, <<https://www.ejustice.just.fgov.be/eli/loi/1989/07/04/1989000418/justel>>, accesat la 14 martie 2025.
- , La Constitution coordonnée [Constituția Belgiei], 17 februarie 1994, <<https://www.ejustice.just.fgov.be/eli/constitution/1994/02/17/1994021048/justel>>, accesat la 14 martie 2025.

- , Code de droit économique [Codul de drept economic], 28 februarie 2013, <<https://www.ejustice.just.fgov.be/eli/loi/2013/02/28/2013A11134/justel>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Loi modifiant la loi du 4 juillet 1989 [Legea privind amendarea Legii din 4 iulie 1989], 6 ianuarie 2014, <https://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/change_lg.pl?language=fr&la=F&table_name=loi&cn=2014010656>, accesat la 14 martie 2025.
- Serviciile de Informare și Serviciile Oficiale ale Belgiei, „Demonstrations” [Manifestații], [fără dată], <https://www.belgium.be/fr/justice/securite/evenements_publics/manifestations>, accesat la 14 martie 2025.
- Autoritatea de radiodifuziune din Irlanda, „General Commercial Communications Code” [Codul general privind comunicările comerciale], [fără dată], <<http://www.bai.ie/en/download/131870>>, accesat la 14 martie 2025.
- Bruxelles, Règlement général de police commun aux 19 communes bruxelloises [Regulamentul general de poliție comun celor 19 comune din Bruxelles], [fără dată], <https://www.bruxelles.be/sites/default/files/bxl/Reglement_de_police_-_Politierglement.pdf>, accesat la 14 martie 2025.
- Bulgaria, Закон за събранията, митингите и манифестациите [Legea privind întrunirile, mitingurile și manifestațiile], 1990, <<https://legislation.apis.bg/doc/10978/0>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Закон за радиото и телевизията [Legea privind radioul și televiziunea], 1999, <<https://lex.bg/laws/ldoc/2134447616>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Election Code [Codul electoral], 2014, <<https://www.cik.bg/bg/documents/acts>>, accesat la 14 martie 2025.
- Carvajal, A., „Podemos a ascuns de Congres transferul unei săli pentru un eveniment cu candidatul peruvian”, El Mundo, 7 septembrie 2019, <<https://amp.elmundo.es/espana/2019/09/07/5d72c45821efa0b1468b465b.html>>, accesat la 14 martie 2025.
- Christensen, J. P., Jensen, J. A. și Jensen, M. H., Grundloven med kommentarer [Constituția Danemarcei cu comentarii] (Djof Forlag, 2015), <<https://pure.au.dk/portal/en/publications/grundloven-med-kommentarer>>, accesat la 14 martie 2025.
- Consiliul Europei, Protocolul nr. 1 la Convenția Europeană a Drepturilor Omului, [fără dată], <<https://www.coe.int/en/web/echr-toolkit/protocole-1>>, accesat la 14 martie 2025.
- Croația, Zakon o javnom okupljanju [Legea privind adunările publice], 1999, <<https://sredisnikatalogrh.gov.hr/sredisnji-katalog/pravni-propisi/detalji?id=2607405>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Zakon o proglašenju zakona o elektroničkim medijima [Legea privind serviciile media electronice], 2021, <https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2021_10_111_1942.html>, accesat la 14 martie 2025.
- , Zakon o komunalnom gospodarstvu [Legea privind economia municipală], 2024, <<https://www.zakon.hr/z/319/Zakon-o-komunalnom-gospodarstvu>>, accesat la 14 martie 2025.
- Cehia, Zákon č. 84/1990 Sb. o právu shromažďovacím [Legea nr. 84/1990 privind dreptul la întrunire], 1990, <<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1990-84>>, accesat la 14 martie 2025.

- , Zákon č. 46/2000 Sb. o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon) [Legea nr. 46/2000 privind drepturile și obligațiile în publicarea presei periodice (Legea presei)], 2000a, <<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-46>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Zákon č. 128/2000 Sb. o obcích (obecní zřízení) [Legea nr. 128/2000 privind autoritățile publice locale], 2000b, <<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-128>>, accesat la 14 martie 2025.
- Cehia, Zákon č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů [Legea nr. 231/2001 privind difuzarea programelor de radio și televiziune], 2001, <<https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2001-231>>, accesat la 14 martie 2025.
- , „Czech Constitutional Court Decision on the Applicability of the Press Act to Online Media (IV. ÚS 2257/18)” [Decizia Curții Constituționale a Cehiei privind aplicabilitatea Legii presei pentru mediile online (IV. ÚS 2257/18)], Decizia nr. 2257/18 a Curții Constituționale, iunie 2020, <https://www.usoud.cz/fileadmin/user_upload/Tiskova_mluvci/Publikovane_nalezky/2020/IV_US_2257_18.pdf>, accesat la 14 martie 2025.
- Cehia, Ministerul Afacerilor Interne, „Right of assembly” [Dreptul la întruniri] [fără dată], <<https://www.mv.gov.cz/clanek/shromazdovaci-pravo.aspx>>, accesat la 14 martie 2025.
- Danemarca, Danmarks Riges Grundlov [Legea constituțională a Regatului Danemarcei], 1953, <<https://www.thedanishparliament.dk/-/media/sites/ft/pdf/publikationer/the-constitutional-act-of-denmark.pdf>>, accesat la 20 iunie 2025.
- Danemarca, Ministerul Culturii, BEK nr. 1155 din 18.06.2020, Bekendtgørelse om reklamer og sponsoring m.v. af programmer i radio, fjernsyn og on demand audiovisuelle medietjenester samt indgåelse af partnerskaber [Ordin privind publicitatea și sponsorizarea programelor de radio, televiziune și servicii media audiovizuale la cerere], 2020a, <<https://www.retsinformation.dk/eli/lt/2020/1155>>, accesat la 14 martie 2025.
- , LBK nr. 1350 din 04.09.2020, Bekendtgørelse af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed m.v. [Legea privind activitatea de radio și televiziune], 2020b, <<https://www.retsinformation.dk/eli/lt/2020/1350>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Vejloven [Legea privind drumurile publice], 25 aprilie 2023, <<https://www.retsinformation.dk/eli/lt/2023/421>>, accesat la 14 martie 2025.
- Danemarca, Ministerul Justiției, BEK nr. 511 din 20.06.2005, Bekendtgørelse om politiets sikring af den offentlige orden og beskyttelse af enkeltpersoners og den offentlige sikkerhed m.v., samt politiets adgang til at iværksætte midlertidige foranstaltninger [Ordin privind asigurarea ordinii publice și protecția siguranței publice], 2005, <<https://www.retsinformation.dk/eli/lt/2005/511>>, accesat la 14 martie 2025.
- , LBK nr. 914 din 11.08.2014, Bekendtgørelse af medieansvarsloven [Legea privind răspunderea mass-media], 2014, <<https://www.retsinformation.dk/eli/lt/2014/914>>, accesat la 14 martie 2025.
- , LBK nr. 1270 din 29.11.2019, Bekendtgørelse af lov om politiets virksomhed [Legea privind activitatea poliției], 2019, <<https://www.retsinformation.dk/eli/lt/2019/1270>>, accesat la 14 martie 2025.
- Danemarca, „The Press Ethical Rules” [Regulile etice ale presei], 2018, <<https://research.tuni.fi/ethicnet/country/denmark/the-national-code-of-conduct>>, accesat la 20 iunie 2025.

- Danemarca, Direcția Drumurilor, „Choices along roads and in the countryside” [Opțiuni privind afișajul de-a lungul drumurilor și în zonele rurale], actualizat ultima dată la 28 octombrie 2024, <<https://www.vejdirektoratet.dk/valgplakater>>, accesat la 14 martie 2025.
- Die Medienanstalten, „The media authorities” [Autoritățile de reglementare în domeniul mass-media], [fără dată], <<https://www.die-medienanstalten.de/en/about-the-media-authorities>>, accesat la 14 martie 2025.
- Consiliul Local al orașului Dublin, „Event application process” [Procedura de solicitare a permisiunii pentru organizarea evenimentelor], [fără dată], <<https://www.dublincity.ie/residential/arts-and-events/events-dublin-city/event-application-process>>, accesat la 14 martie 2025.
- e-Građani, „Prijava javnog okupljanja” [Notificarea adunărilor publice], [fără dată], <<https://gov.hr/hr/prijava-javnog-okupljanja/1194>>, accesat la 14 martie 2025.
- , „Nacrt prijedloga zakona o elektroničkim medijima” [Comentarii privind Legea serviciilor media electronice din 2021], 2020, <<https://esavjetovanja.gov.hr/Econ/MainScreen?EntityId=13393>>, accesat la 14 martie 2025.
- Portalul Electoral (Finlanda), „Vaalimainonta” [Publicitate electorală], [fără dată], <<https://vaalit.fi/vaalimainonta>>, accesat la 14 martie 2025.
- Estonia, Eesti Vabariigi põhiseadus [Constituția Republicii Estonia], 1992, <<https://www.riigiteataja.ee/en/eli/530102013003/consolide>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Eesti Rahvusringhäälingu seadus [Legea privind radiodifuzorul public național al Estoniei], 2007, <<https://www.riigiteataja.ee/akt/127022022002>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Reklaamiseadus [Legea privind publicitatea], 2008, <<https://www.riigiteataja.ee/en/eli/ee/504032022001/consolide>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Meediateenuste seadus [Legea privind serviciile media], 2010, <<https://www.riigiteataja.ee/akt/115062022003>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Korraikatseseadus [Legea privind menținerea ordinii publice], 2011, <<https://www.riigiteataja.ee/akt/114032023029>>, accesat la 14 martie 2025.
- Consiliul Presei din Estonia, „The code of ethics for the Estonian press” [Codul de etică al presei din Estonia], [fără dată], <https://www.asn.org.ee/english/code_of_ethics.html>, accesat la 14 martie 2025.
- Observatorul Audiovizual European, „[RO] Rules for the 2020 local elections campaign coverage” [Reguli privind reflectarea campaniei pentru alegerile locale din 2020], 2020, <<https://merlin.obs.coe.int/article/8970>>, accesat la 14 martie 2025.
- Consiliul Uniunii Europene, „Transparency and targeting of political advertising: EU co-legislators strike deal on new regulation” [Transparența și targetarea publicității politice: co-legislatorii UE ajung la un acord privind un nou regulament], Comunicat de presă, actualizat la 20 decembrie 2023, <<https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2023/11/07/transparency-and-targeting-of-political-advertising-eu-co-legislators-strike-deal-on-new-regulation>>, accesat la 14 martie 2025.
- Curtea Europeană a Drepturilor Omului, X c. Regatul Unit (nr. 7730/76, D.R. 15), hotărârea din 28 februarie 1979, <<https://hudoc.echr.coe.int/eng#%7B%22appno%22:%5B%227730/76%22%5D%7D%7D>>, accesat la 10 aprilie 2025.

- Curtea Europeană a Drepturilor Omului, Sitaropoulos și Giakoumopoulos c. Grecia (nr. 42202/07), hotărârea din 8 iulie 2010, <<https://hudoc.echr.coe.int/fre#{%22itemid%22:%22002-1099%22}}>>, accesat la 14 martie 2025.
- Curtea Europeană a Drepturilor Omului, Melnychenko c. Ucraina (nr. 17707/02), hotărârea din 19 octombrie 2004, <<https://www.refworld.org/jurisprudence/caselaw/echr/2004/en/35557>>, accesat la 14 martie 2025.
- Parlamentul European, „European Parliament Legislative Resolution of 27 February 2024 on the Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on the Transparency and Targeting of Political Advertising (COM(2021)0731 – C9-0433/2021 – 2021/0381(COD))” [Rezoluția legislativă a Parlamentului European din 27 februarie 2024 referitoare la propunerea unui Regulament al Parlamentului European și al Consiliului cu privire la transparența și vizarea unui public-țintă în publicitatea politică], 27 februarie 2024a, <https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2024-0090_EN.html#title1>, accesat la 14 martie 2025.
- , „Parliament adopts new transparency rules for political advertising” [Parlamentul adoptă noi norme de transparență privind publicitatea politică], Comunicat de presă, 27 februarie 2024b, <<https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20240223IPR18071/parliament-adopts-new-transparency-rules-for-political-advertising>>, accesat la 14 martie 2025.
- Cancelaria Federală a Republicii Austria, Versammlungsgesetz [Legea privind întrunirile], 1953, Legea federală, nr. 98/1953 (WV), <<https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10000249>>, accesat la 14 martie 2025.
- Finlanda, Kokoontumislaki [Legea privind întrunirile], 1999, <<https://www.finlex.fi/fi/lainsaadanto/1999/530>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Municipiul Lohja, „Vaalimainonta 2025” [Publicitate electorală 2025], [fără dată], <<https://www.lohja.fi/kaupunki-ja-hallinto/asioi-ja-vaikuta/vaalit/alue-ja-kuntavaalit-2025/vaalimainonta-2025>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Hallituksen esitys Eduskunnalle laiksi sananvapauden käyttämisestä joukkoviestinnässä ja eräiksi siihen liittyviksi laeiksi [Propunerea Guvernului către Parlament privind legea referitoare la exercitarea libertății de exprimare în mass-media și alte acte conexe], HE 54/2002, 19 aprilie 2002, <<https://www.finlex.fi/fi/hallituksen-esitykset/2002/54>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Journalist’s Guidelines (CMM) [Ghidul deontologic al jurnaliștilor], 2024, <<https://jsn.fi/en/journalists-guidelines>>, accesat la 20 iunie 2025.
- , Laki sananvapauden käyttämisestä joukkoviestinnässä [Legea privind exercitarea libertății de exprimare în mass-media], 2003, <<https://www.finlex.fi/fi/lainsaadanto/2003/460>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Laki sähköisen viestinnän palveluista [Legea privind serviciile de comunicații electronice], 2014, <<https://www.finlex.fi/fi/lainsaadanto/2014/917>>, accesat la 14 martie 2025.
- Agenția Finlandeză pentru Transport și Comunicații, Määräys tienvarsimainonnasta ja ilmoittelusta [Reglementări privind publicitatea și afișajul de-a lungul drumurilor], 2005, <<https://www.traficom.fi/sites/default/files/media/regulation/FI%20Määräys%20tienvarsimainonnasta%20ja%20ilmoittelusta%20allekirj.pdf>>, accesat la 14 martie 2025.

Autoritatea Flamandă de Reglementare în Domeniul Mass-Media, [fără dată], <<https://www.vlaamseregulatormedia.be/en>>, accesat la 14 martie 2025.

Franța, Code civil [Codul civil], 1804, <https://www.legifrance.gouv.fr/codes/section_lc/LEGITEXT000006070721/LEGISCTA000006117610>, accesat la 14 martie 2025.

–, Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (Loi Léotard) [Legea nr. 86-1067 din 30 septembrie 1986 privind libertatea comunicării (Legea Léotard)], 1986, <<https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000512205>>, accesat la 14 martie 2025.

–, Loi n° 94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française [Legea nr. 94-665 din 4 august 1994 privind utilizarea limbii franceze], 1994, <<https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/LEGITEXT000005616341>>, accesat la 14 martie 2025.

–, Loi n° 2011-412 du 14 avril 2011 portant simplification de dispositions du code électoral et relative à la transparence financière de la vie politique [Legea nr. 2011-412 din 14 aprilie 2011 privind modificarea Codului electoral și transparența financiară a vieții politice], 2011, <<https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/LEGIARTI000023878199/2011-04-20>>, accesat 14 martie 2025

Franța, Code de la sécurité intérieure [Codul securității interne], 2012a, <https://www.legifrance.gouv.fr/codes/section_lc/LEGITEXT000025503132/LEGISCTA000025505129/#LEGISCTA000025508384>, accesat la 14 martie 2025.

–, Code de l'environnement [Codul mediului], 2012b, <<https://www.legifrance.gouv.fr/codes/id/LEGISCTA000025277038/2012-07-01>>, accesat la 14 martie 2025.

García, J., „Inquietud en la comunidad ecuatoriana en Madrid tras el giro violento de las elecciones del domingo” [Îngrijorare în comunitatea ecuadoriană din Madrid după escaladarea violentă a alegerilor de duminică], *El País*, 14 august 2023, <<https://elpais.com/espana/madrid/2023-08-14/inquietud-en-la-comunidad-ecuadoriana-en-madrid-tras-el-giro-violento-de-las-elecciones-del-domingo.html>>, accesat la 14 martie 2025.

Germania, Ministerul Federal al Justiției, Basic Law for the Federal Republic of Germany [Legea fundamentală a Republicii Federale Germania], adoptată la 8 mai 1949, <https://www.gesetze-im-internet.de/englisch_gg/englisch_gg.html>, accesat la 14 martie 2025.

–, Gesetz über Versammlungen und Aufzüge [Legea federală privind adunările și marșurile], 1953, <<https://www.gesetze-im-internet.de/versammlg/index.html>>, accesat la 14 martie 2025.

–, Bayerisches Versammlungsgesetz [Legea Bavariei privind întrunirile], 2008, <<https://www.gesetze-bayern.de/Content/Document/BayVersG08-13>>, accesat la 14 martie 2025.

–, Medienstaatsvertrag (MStV), § 8 alin. 9 [Acordul între landurile germane privind mass-media], 7 noiembrie 2020, <https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze_Staatsvertraege/Medienstaatsvertrag_MStV.pdf>, accesat la 20 iunie 2025.

–, Versammlungsfreiheitsgesetz Berlin [Legea privind libertatea de întrunire – Berlin], 2021, <<https://gesetze.berlin.de/bsbe/document/jlr-VersammlFrhGBErahmen>>, accesat la 14 martie 2025.

- Giordano, E., „Gustavo Petro își prezintă proiectul de accedea la putere în Columbia, în Spania”, El Salto, 11 ianuarie 2022, <<https://www.elsaltodiario.com/colombia/gustavo-petro-presenta-el-pacto-historico-en-barcelona>>, accesat la 14 martie 2025.
- Grecia, „ΥΠΑΙΘΡΙΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ” [Legea privind publicitatea exterioară], 2001, <<https://www.kodiko.gr/nomothesia/document/46487/nomos-2946-2001>>, accesat la 14 martie 2025.
- , „ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΥΠΑΙΘΡΙΕΣ ΣΥΝΑΘΡΟΙΣΕΙΣ” [Legea privind adunările publice în aer liber], 2020, <<https://www.kodiko.gr/nomothesia/document/631833/nomos-4703-2020>>, accesat la 14 martie 2025.
- , „ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗ ΤΗΣ ΟΔΗΓΙΑΣ (ΕΕ) 2010/13 ΓΙΑ ΤΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ” [Legea nr. 4779 de transpunere a Directivei (UE) 2010/13 privind serviciile media audiovizuale], 2021, <<https://www.kodiko.gr/nomothesia/document/672722/nomos-4779-2021>>, accesat la 14 martie 2025.
- , „Κωδικοποίηση σ' ενιαίο κείμενο των διατάξεων της νομοθεσίας για την εκλογή βουλευτών” [Legea privind alegerea deputaților], 2007, cu modificările ulterioare din 2023, <<https://www.kodiko.gr/nomothesia/document/370899/p.d.-26-2012>>, accesat la 14 martie 2025.
- Guichet.lu, „Milieu associatif” [Organizații comunitare], [fără dată], <<https://guichet.public.lu/fr/citoyens/loisirs/milieu-associatif.html>>, accesat la 14 martie 2025.
- Municipiul Haljala, „Välireklaami paigaldamine” [Reglementări privind publicitatea exterioară], [fără dată], <<https://www.haljala.ee/valireklaami-paigaldamine>>, accesat la 14 martie 2025.
- Consiliul Superior Audiovizual al Federației Valonia–Bruxelles, [fără dată], <<https://www.csa.be>> accesat la 14 martie 2025.
- , 2010. évi CLXXXV. törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról [Legea privind serviciile media și comunicarea de masă], 2010, <<https://njt.hu/jogszabaly/2010-185-00-00>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Act XXXVI of 2013 on Election Procedure [Legea nr. XXXVI din 2013 privind procedura electorală], <<https://njt.hu/jogszabaly/en/2013-36-00-00>>, accesat la 14 martie 2025.
- , 2016. évi LXXIV. törvény a településkép védelméről [Legea din 2016 privind protecția imaginii localităților], 2016, <<https://njt.hu/jogszabaly/2016-74-00-00>>, accesat la 14 martie 2025.
- , 2018. évi LV. törvény a gyűlekezési jogról [Legea din 2018 privind dreptul la întrunire], 2018, <<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1800055.tv>>, accesat la 14 martie 2025.
- Autoritatea Audiovizuală Independentă din Luxemburg (ALIA), „Commercial communication” [Comunicare comercială], [fără dată], <<https://alia.public.lu/sujets/communications-commerciales>>, accesat la 14 martie 2025.
- Institutul de Autodisciplină în Publicitate, „Code of Marketing Communication Self-Regulation – Italy” [Codul de autoreglementare a comunicării de marketing – Italia], ediția a 71-a, în vigoare din 30 octombrie 2024, <<https://www.iap.it/about/the-code/?lang=en>>, accesat la 14 martie 2025.
- International IDEA, Voting from Abroad Database [Baza de date privind votarea în străinătate], [fără dată], <<https://www.idea.int/data-tools/data/voting-abroad-database>>, accesat la 14 martie 2025.

- Irlanda, Litter Pollution Act [Legea privind poluarea cu deșeuri], 1997, <<https://www.irishstatutebook.ie/eli/1997/act/12/enacted/en/print.html>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Protection of the Environment Act [Legea privind protecția mediului], 2003, <<https://www.irishstatutebook.ie/eli/2003/act/27/enacted/en/pdf>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Electoral Reform Act (Legea nr. 30/2022), 2022a, <<https://www.oireachtas.ie/en/bills/bill/2022/37>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Online Safety and Media Regulation Act (Legea nr. 41/2022), 2022b, <<https://www.irishstatutebook.ie/eli/2022/act/41/enacted/en/html>>, accesat la 14 martie 2025.
- Italia, Testo unico delle leggi di pubblica sicurezza [Legea privind securitatea publică], 1931, <<https://www.brocardi.it/testo-unico-pubblica-sicurezza/titolo-ii/capo-i/art18.html>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Codice della Strada, Decreto Legislativo 30 aprilie 1992, n. 285 [Codul rutier], 1992, <<https://www.aci.it/i-servizi/normative/codice-della-strada/titolo-ii-della-costruzione-e-tutela-delle-strade/art-23-pubblicita-sulle-strade-e-sui-veicoli.html>>, accesat la 20 iunie 2025.
- , Ministerul Afacerilor Interne, „Modelli organizzativi e procedurali per garantire alti livelli di sicurezza in occasione di manifestazioni pubbliche – Direttiva” [Directivă privind modelele organizatorice și procedurale pentru asigurarea unor niveluri ridicate de siguranță cu ocazia manifestațiilor publice], 18 iulie 2018, <https://www.interno.gov.it/sites/default/files/circolare_safety_security_septiescon_linee.pdf>, accesat la 14 martie 2025.
- Italia, Legge 22 febbraio 2000, n. 28 – Disposizioni per la parità di accesso ai mezzi di informazione durante le campagne elettorali e referendarie e per la comunicazione politica [Legea din 22 februarie 2000 nr. 28 privind egalitatea de acces la mijloacele de informare în timpul campaniilor electorale și referendumurilor și comunicarea politică], <<https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn=nir:stato:legge:2000-02-22;28!vig=>>>, accesat la 20 iunie 2025.
- Jones, T., „Freedom of assembly in Germany” [Libertatea de întrunire în Germania], DW, 4 iunie 2021, <<https://www.dw.com/en/freedom-of-assembly-in-germany-protected-but-regulated/a-39630488>>, accesat la 14 martie 2025.
- Kiesraad, „Election campaign” [Campania electorală], [fără dată], <<https://www.kiesraad.nl/verkiezingen/tweede-kamer/organiseren-verkiezing/verkiezingscampagne>>, accesat la 14 martie 2025.
- Letonia, Par sapulcēm, gājieniem un piketiēm [Legea privind întrunirile, marșurile și pichetările], 1997, <<https://likumi.lv/ta/en/en/id/42090-on-meetings-processions-and-pickets>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Reklāmas likums [Legea privind publicitatea], 1999, <<https://likumi.lv/ta/id/163-reklamas-likums>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums [Legea privind mass-media electronice], 2010, <<https://likumi.lv/ta/id/214039-elektronisko-plassazinas-lidzeklu-likums>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Kārtība, kādā saņemama atļauja reklāmas izvietošanai publiskās vietās vai vietās, kas vērstas pret publisku vietu [Regulament al Cabinetului de Miniștri privind amplasarea publicității în locurile publice], 2012, <<https://www.vestnesis.lv/op/2012/173.8>>, accesat la 14 martie 2025.

- Lisovenko, V. V., „Präsidentswahl in der Türkei – Warum wählen die Deutschtürken mehrheitlich Erdoğan?” [Alegerile prezidențiale din Turcia – De ce votează majoritatea turcilor din Germania cu Erdoğan?], Blogul Konrad-Adenauer-Stiftung, 5 iunie 2023, <<https://www.kas.de/de/web/die-politische-meinung/blog/detail/-/content/praesidentschaftswahl-in-der-tuerkei-warum-waehlen-die-deuschtuerken-mehrheitlich-erdogan>>, accesat la 20 iunie 2025.
- Lituania, Lietuvos Respublikos susirinkimų įstatymas [Legea privind întrunirile], 1993, <<https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.5644>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Lietuvos Respublikos reklamos įstatymas [Legea publicității], 2000, <<https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalActEditions/lt/TAD/TAIS.106104>>, accesat la 14 martie 2025.
 - , Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatymo pakeitimo įstatymas [Legea privind informarea publică], 2006, <<https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.280580>>, accesat la 14 martie 2025.
 - , Lietuvos Respublikos rinkimų kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo konstitucinis įstatymas [Codul electoral], 2022a, <<https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/418f26f0082b11edb4cae1b158f98ea5>>, accesat la 14 martie 2025.
 - , Lietuvos Respublikos politinių organizacijų įstatymas [Legea privind organizațiile politice], 2022b, <<https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/e58cadd035b811edb4cae1b158f98ea5>>, accesat la 14 martie 2025.
- Luxemburg, Règlement grand-ducal du 5 avril 2001 fixant les règles applicables en matière de « communications commerciales dans les services de médias audiovisuels » [Regulamentul Marelui Ducat din 5 aprilie 2001 privind regulile aplicabile „comunicărilor comerciale în serviciile media audiovizuale”], 5 aprilie 2001, <https://alia.public.lu/wp-content/uploads/2023/08/2021-02-26_RGD-regles-communications-commerciales-SMA.pdf>, accesat la 14 martie 2025.
- , Loi du 19 juillet 2004 concernant l’aménagement communal et le développement urbain [Legea din 19 iulie 2004 privind amenajarea teritorială locală și dezvoltarea urbană], 19 iulie 2004, <<https://legilux.public.lu/eli/etat/leg/loi/2004/07/19/n1/consolide/20210101>>, accesat la 14 martie 2025.
 - , Loi électronique [Legea privind mass-media electronice], 27 iulie 1991, versiune consolidată la 21 august 2022, <<https://legilux.public.lu/eli/etat/leg/loi/1991/07/27/n1/consolide/20220821>>, accesat la 20 iunie 2025.
 - , „Précisions au sujet de l’installation des panneaux électoraux” [Clarificări privind instalarea panourilor electorale – comunicare a Administrației Drumurilor și Podurilor], 19 mai 2023, <https://gouvernement.lu/fr/actualites/toutes_actualites/communiques/2023/05-mai/19-installation-panneaux-electoraux.html>, accesat la 14 martie 2025.
- Malta, Public Meetings Ordinance [Ordonanța privind întrunirile publice], Legile Maltei, Capitolul 68, 12 iunie 1931, <<https://legislation.mt/eli/cap/68/eng>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Broadcasting Act [Legea audiovizualului], Capitolul 350, 1991, <<https://legislation.mt/eli/cap/350/eng/pdf>>, accesat la 14 martie 2025.

- , Electronic Communications (Regulation) Act [Legea privind comunicațiile electronice (reglementare)], Capitolul 399, 2 ianuarie 1998, <<https://legislation.mt/eli/cap/399/eng>>, accesat la 14 martie 2025.
 - , Subsidiary Legislation 499.32 on the Placing of Billboards and Advertising on the Road Regulations [Legislația secundară 499.32 privind Regulamentul referitor la amplasarea panourilor publicitare și a publicității pe drumuri], 30 iulie 2004, <<https://legislation.mt/eli/sl/499.32/eng/pdf>>, accesat la 14 martie 2025.
 - , Subsidiary Legislation 552.28 on Billboards and Advertisements Regulations [Legislația secundară 552.28 privind Regulamentul referitor la panouri publicitare și reclame], 2 februarie 2018a, <<https://legislation.mt/eli/sl/552.28/eng/pdf>>, accesat la 14 martie 2025.
 - , Media and Defamation Act 2018 [Legea privind mass-media și defăimarea din 2018], Legile Maltei, Capitolul 579, 14 mai 2018b, <<https://legislation.mt/eli/cap/579/eng/pdf>>, accesat la 14 martie 2025.
- Ministerul Afacerilor Externe (MAE) al Țărilor de Jos, „Parliamentary questioning of undue influence from unfree countries” [Interpelare parlamentară privind influența nejustificată din partea statelor nedemocratice], 1 martie 2021, <<https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-35228-37.html>>, accesat la 14 martie 2025.
- Țările de Jos, Kieswet [Legea electorală], 1989, <<https://wetten.overheid.nl/BWBR0004627/2023-06-20/#AfdelingII>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Mediawet [Legea privind mass-media], 2008, <<https://wetten.overheid.nl/BWBR0025028/2023-01-01/#Hoofdstuk6>>, accesat la 14 martie 2025.
 - , Wet openbare manifestaties [Legea privind manifestațiile publice], 2010, <<https://wetten.overheid.nl/BWBR0004318/2010-10-10/0>>, accesat la 14 martie 2025.
- Biroul Guvernului Regional Tirol, Departamentul pentru Administrații Locale, „Information on election advertising” [Informații privind publicitatea electorală], 12 ianuarie 2021, <https://www.tirol.gv.at/fileadmin/themen/tirol-europa/gemeinden/downloads/Wahl2022/Information_zum_Anbringen_von_Wahlplakaten.pdf>, accesat la 14 martie 2025.
- Organizația pentru Securitate și Cooperare în Europa (OSCE), Document of the Copenhagen Meeting of the Conference on the Human Dimension of the CSCE [Documentul Reuniunii de la Copenhaga a Conferinței CSCE privind Dimensiunea Umană], 1990, <<https://www.osce.org/odihr/elections/14304>>, accesat la 14 martie 2025.
- Organizația pentru Securitate și Cooperare în Europa (OSCE), Biroul pentru Instituții Democratice și Drepturile Omului (ODIHR), „Republic of Austria, Presidential Election, 9 October 2022: ODIHR Needs Assessment Mission Report, 13–16 June 2022” [Republica Austria, Alegerile prezidențiale din 9 octombrie 2022: Raportul misiunii ODIHR de evaluare a necesităților], 27 iulie 2022, <<https://www.osce.org/files/f/documents/5/e/523479.pdf>>, accesat la 14 martie 2025.
- Adunarea Parlamentară a Consiliului Europei, *Votul la distanță*, Rezoluția 1591 (2007), <<https://pace.coe.int/en/files/17610/html>>, accesat la 14 martie 2025.
- Polonia, Ustawa o radiofonii i telewizji [Legea privind radiodifuziunea și televiziunea], 1992, <<https://lexlege.pl/ustawa-o-radiofonii-i-telewizji>>, accesat la 14 martie 2025.

- , Kodeks Wyborczy [Codul electoral], 2011, <<https://pkw.gov.pl/prawo-wyborcze/kodeks-wyborczy>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Prawo o zgromadzeniach [Legea privind întrunirile], 2015, <<https://sip.lex.pl/akty-prawne/dzu-dziennik-ustaw/prawo-o-zgromadzeniach-18226487>>, accesat la 14 martie 2025.
- , „How to legally advertise a company” [Cum faci publicitate legală companiei tale], actualizat ultima dată la 22 iunie 2023, <<https://www.biznes.gov.pl/pl/portal/00804>>, accesat la 14 martie 2025.
- Portugalia, Decreto-Lei nr. 406/74, 1974, <<https://diariodarepublica.pt/dr/legislacao-consolidada/decreto-lei/1974-166429452>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Afixação e inscrição de mensagens de publicidade e propaganda [Legea nr. 97/88 privind afişarea şi inscripţionarea mesajelor publicitare], 1988, <<https://diariodarepublica.pt/dr/legislacao-consolidada/lei/1988-67343795>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Lei da televisão [Legea privind televiziunea], nr. 27/2007, <<https://diariodarepublica.pt/dr/legislacao-consolidada/lei/2007-34561375>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Estatuto das Estradas da Rede Rodoviária Nacional [Legea nr. 34/2015 privind statutul drumurilor din reţeaua rutieră naţională], <<https://diariodarepublica.pt/dr/legislacao-consolidada/lei/2015-105652086>>, accesat la 14 martie 2025.
- Rashkova, E. R., „The party abroad: A new modus operandi for political parties” [Partidul în diaspora: un nou modus operandi pentru partidele politice], *Parliamentary Affairs*, vol. 73, nr. 4 (2020), pp. 839–55, <<https://doi.org/10.1093/pa/gsaa039>>.
- Republica Cipru, Advertising Display Law [Legea privind afişarea publicităţii], Cap. 50, 1959, <<https://www.cylaw.org/nomoi/arith/CAP050.pdf>>, accesat la 18 iunie 2025.
- , Νόμος για την Οδική Ασφάλεια [Legea privind siguranţa rutieră], Cap. 174/1986, text consolidat, 1986, <https://www.cylaw.org/nomoi/enop/non-ind/1986_1_174/full.htm>, accesat la 20 iunie 2025.
- , Radio and Television Broadcasters Law [Legea privind posturile de radio şi televiziune], 1998, <[https://crta.org.cy/en/assets/uploads/pdfs/FINAL%20CONSOLIDATED%20LAW%20up%20to%20Amendment%20197\(l\).2021.pdf](https://crta.org.cy/en/assets/uploads/pdfs/FINAL%20CONSOLIDATED%20LAW%20up%20to%20Amendment%20197(l).2021.pdf)>, accesat la 14 martie 2025.
- , Νόμος που αναθεωρεί τους περί Δήμων Νόμους του 1985 έως 2022 [Legea nr. 52(I)/2022 de modificare a legislaţiei privind autorităţile municipale (1985–2022)], 2022, <http://www.cylaw.org/nomoi/arith/2022_1_052.pdf>, accesat la 14 martie 2025.
- , Ο περί Πολεοδομίας και Χωροταξίας Νόμος [Legea privind urbanismul şi amenajarea teritoriului], 1992, cu ultimele modificări în 2021, <<https://faolex.fao.org/docs/pdf/cyp3084.pdf>>, accesat la 20 iunie 2025.
- Republica Franceză, „What does freedom of demonstration consist of?” [În ce constă libertatea de a demonstra], 23 martie 2023, <<https://www.vie-publique.fr/fiches/23886-en-quoi-consiste-la-liberte-de-manifestation>>, accesat la 14 martie 2025.
- Rinaldi, G. şi Wilke, P., „Record number of Turks vote in Germany in ‘fateful election’ for Erdoğan” [Număr record de cetăţeni turci votează în Germania în cadrul unor „alegeri decisive” pentru Erdoğan], *Politico*, 10 mai 2023, <<https://www.politico.eu/article/a-fateful-election-more-turks-than-ever-stream-to-the-polls-in-germany>>, accesat la 14 martie 2025.

- Rödl & Partner, „Plastic tax: Italy” [Taxa pe plastic: Italia], actualizat ultima dată la 22 mai 2024, <<https://www.roedl.com/insights/plastic-tax/italy-eu-green-deal>>, accesat la 14 martie 2025.
- România, Legea nr. 60/1991 privind organizarea și desfășurarea adunărilor publice, 25 septembrie 1991, <<https://lege5.ro/Gratuit/gm4tenzug4/legea-nr-60-1991-privind-organizarea-si-desfasurarea-adunarilor-publice>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Legea nr. 504/2002 – Legea audiovizualului, 11 iulie 2002, <<https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/37503>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Legea nr. 571/2003 privind Codul fiscal, 22 decembrie 2003, <<https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/48697>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Legea nr. 334/2006 (republicată) privind finanțarea partidelor politice și a campaniilor electorale, 17 iulie 2006, <<https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/73672>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Legea nr. 185/2013 privind amplasarea și autorizarea mijloacelor de publicitate, 25 iunie 2013, <<https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/149533>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Legea nr. 208/2015 privind alegerea Senatului și a Camerei Deputaților, precum și pentru organizarea și funcționarea Autorității Electorale Permanente, 27 iulie 2015, <<https://lege5.ro/Gratuit/g4ztknjvge/legea-nr-208-2015-privind-alegerea-senatului-si-a-camerei-deputatilor-precum-si-pentru-organizarea-si-functionarea-autoritatii-electorale-permanente>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Legea nr. 190/2022 pentru modificarea și completarea Legii audiovizualului nr. 504/2002, 28 iunie 2022, <<https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/256901>>, accesat la 14 martie 2025.
- Slovacia, Zákon č. 84/1990 Zb. o zhrmažd'ovacom práve [Legea nr. 84/1990 privind dreptul la întrunire], 27 martie 1990a, <<https://www.slov-lex.sk/ezbierky/pravne-predpisy/SK/ZZ/1990/84/20160701>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Zákon č. 369/1990 Zb. o obecnom zriadení [Legea nr. 369/1990 privind administrația publică locală], 6 septembrie 1990b, <<https://www.slov-lex.sk/ezbierky/pravne-predpisy/SK/ZZ/1990/369/20231101.html>>, accesat la 14 martie 2025.
- Zákon č. 372/1990 Zb. Slovenskej národnej rady o priestupkoch (Legea nr. 372/1990 Zb. a Consiliului Național Slovak privind contravențiile), 6 septembrie 1990c, <<https://www.epi.sk/zz/1990-372/znenie-20230701>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Zákon č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o mediálnych službách) (Legea nr. 264/2022 Z. z. privind serviciile media și modificarea și completarea unor acte normative – Legea serviciilor media), 22 iunie 2022a, <<https://www.slov-lex.sk/ezbierky/pravne-predpisy/SK/ZZ/2022/264/20230101.html#poznamky.poznamka-64>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Zákon č. 265/2022 Z. z. o vydavateľoch publikácií a o registri v oblasti médií a audiovizízie a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o publikăciách) (Legea nr. 265/2022 Z. z. privind editorii de publicații și registrul din domeniul mass-mediei și audiovizualului

- și modificarea și completarea unor acte normative – Legea publicațiilor), 22 iunie 2022b, <<https://www.slov-lex.sk/ezbierky/pravne-predpisy/SK/ZZ/2022/265/20220801#poznamy.poznamka-21>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Zákon č. 372/1990 Zb. Slovenskej národnej rady o priestupkoch (Legea nr. 372/1990 Zb. a Consiliului Național Slovac privind contravențiile), 22 iunie 2022c, <<https://www.slov-lex.sk/ezbierky/pravne-predpisy/SK/ZZ/1990/84/20160701>>, accesat la 14 martie 2025.
- Slovacia, Ministerul Afacerilor Interne, „Adunările publice”, [f.a.], <<https://www.minv.sk/?zhromazdovanie>>, accesat la 14 martie 2025.
- Slovenia, Zakon o političnih strankah (Legea privind partidele politice), 8 octombrie 1994, <<https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO359>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Zakon o volilni in referendumski kampanji (Legea privind campaniile electorale și referendumurile), 26 mai 2007, <<https://pisrs.si/pregledPredpisa?id=ZAKO4749>>, accesat la 14 martie 2025.
- Spania, Ley Orgánica 9/1983, reguladora del derecho de reunión (Legea organică nr. 9/1983 privind dreptul de întrunire), 15 iulie 1983, <<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1983-19946>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Ley Orgánica 5/1985, del Régimen Electoral General (Legea organică nr. 5/1985 privind regimul electoral general), 20 iunie 1985, <<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1985-11672>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Ley 34/1988, General de Publicidad (Legea nr. 34/1988 privind publicitatea generală), 15 noiembrie 1988, <<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1988-26156>>, accesat la 14 martie 2025.
- , Ley 13/2022, General de Comunicación Audiovisual (Legea nr. 13/2022 privind comunicarea audiovizuală), 9 iulie 2022, <<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2022-11311>>, accesat la 14 martie 2025.
- Suedia, Yttrandefrihetsgrundlag (1991:1469) (Legea fundamentală privind libertatea de exprimare), 1991, <https://www.riksdagen.se/sv/dokument-och-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/yttrandefrihetsgrundlag-19911469_sfs-1991-1469>, accesat la 14 martie 2025.
- , Ordningsslag (1993:1617) (Legea privind ordinea publică), 1993, <https://www.riksdagen.se/sv/dokument-och-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/ordningsslag-19931617_sfs-1993-1617>, accesat la 14 martie 2025.
- , Vallag (2005:837) (Legea electorală), 2005, <https://www.riksdagen.se/sv/dokument-och-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/vallag-2005837_sfs-2005-837>, accesat la 14 martie 2025.
- Radio- och tv-lag (2010:696) (Legea privind radioul și televiziunea), 2010, <https://www.riksdagen.se/sv/dokument-och-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/radio-och-tv-lag-2010696_sfs-2010-696/#K8>, accesat la 14 martie 2025.
- The Federal Returning Officer, „Election campaign advertising” (Publicitatea în campania electorală), actualizat ultima dată la 13 februarie 2023, <<https://www.bundeswahlleiterin.de/en/service/glossar/w/wahlwerbung.html>>, accesat la 14 martie 2025.

- United Nations, International Convention on the Protection of the Rights of All Migrant Workers and Members of Their Families (Convenția internațională privind protecția drepturilor tuturor lucrătorilor migranți și ale membrilor familiilor acestora), adoptată prin Rezoluția Adunării Generale 45/158 din 18 decembrie 1990, <<https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/international-convention-protection-rights-all-migrant-workers>>, accesat la 14 martie 2025.
- Wieder, T., „Turkish elections: How Germany became a reservoir of votes for Erdogan” [Alegerile din Turcia: cum a devenit Germania un rezervor de voturi pentru Erdoğan], *Le Monde*, 14 mai 2023, disponibil la <https://www.lemonde.fr/en/international/article/2023/05/14/turkish-elections-the-turkish-vote-in-germany-a-reservoir-of-votes-for-erdogan_6026584_4.html>, accesat la 14 martie 2025.
- ZDF, „Politik von Erdoğans Gnaden?” („Politică la discreția lui Erdoğan?”), *Die Spur* (documentar individual), sezonul 3, episodul 25, 16 octombrie 2024, <<https://www.zdf.de/video/reportagen/die-spur-224/tuerkei-erdogan-dava-cem-oezdemir-100.html>>, accesat la 20 iunie 2025.

Despre autori

Tamara Otiashvili

Tamara are o experiență vastă în asistență electorală, observare și guvernare democratică. Anterior a activat ca Responsabil pentru afaceri politice în subdiviziunea de asistență electorală a ONU din New York. Înainte de aceasta, a fost consilier juridic principal și consilier electoral la OSCE/ODIHR în Varșovia. A participat la numeroase misiuni de observare și a susținut eforturile naționale în peste 30 de țări în diferite funcții, inclusiv în cele manageriale, în cadrul ODIHR, a Comisiei de la Veneția, Centrului Carter și PNUD. A realizat, de asemenea, evaluări juridice privind guvernarea democratică și aspectele ce țin de drepturile omului și a contribuit la mai multe lucrări tematice la aceste subiecte. Tamara este licențiată în drept a Universității de Stat din Tbilisi și are o diplomă de studii postuniversitare în drept eliberată de Universitatea din Illinois.

Yuliya Shypilova

Yuliya Shypilova este expert internațional în guvernare și alegeri, cu peste 17 ani de experiență. Ea a consolidat capacitățile organelor de management electoral și de supraveghere a finanțelor politice, a elaborat legislație și a examinat cadre juridice pentru a asigura conformitatea cu standardele internaționale. În calitate de autor și coautor a peste 150 de publicații pe teme juridice, a administrat programe finanțate din donații de amploare în medii de dezvoltare, tranziționale și de conflict, promovând reforme electorale, de finanțare politică și parlamentare. A colaborat cu organizații internaționale renumite, precum International IDEA, PNUD, OSCE/ODIHR și IFES lucrând în 18 țări. Funcțiile ocupate au variat de la șef de programe la Fundația Internațională pentru Sisteme Electorale la consilier tehnic superior al PNUD în Armenia și Kârgâzstan. În prezent, este director de programe pentru alegeri și consolidare parlamentară la International IDEA.

Gabriela Skulova

Fiind implicată în asistență electorală și observare a alegerilor de mai bine de 12 ani, Gabriela este specializată în analiza transparenței finanțelor politice, contextului politic și aspectelor

legate de campaniile de publicitate politică online și de dezinformare. Se axează atât pe proiecte de cercetare, cât și pe formarea observatorilor internaționali, susținerea organizațiilor naționale ale societății civile în dezvoltarea capacităților și elaborarea instrumentelor metodologice. Ea își bazează cooperarea cu aceste grupuri pe o abordare de mentorat folosind tehnici de dezvoltare personală și de consolidare a echipei. Gabriela a cooperat cu UE, OSCE/ODIHR, EPD, EODS și IFES și lucrează în mod regulat în Africa, Europa și Asia Centrală. Este absolventă Sciences Po Paris unde a obținut diplome în științe politice și economie internațională.

Domenico Castellani

Domenico este consultant internațional și activează în domeniul proceselor electorale și al educației pentru pace. Și-a început experiența electorală în Pakistan, în 2004, în cadrul unei misiuni de asistență tehnică a Organizației Națiunilor Unite. A participat la numeroase misiuni ale UE, OSCE/ODIHR, ONU și IRI în calitate de analist politic sau observator în Europa, Africa și Asia. Cercetările sale se axează preponderent pe biopolitică și impactul acesteia asupra istoriografiei drepturilor omului și a proceselor de democratizare. Domenico a activat în calitate de consilier în dezvoltare în Africa și continuă să coopereze cu organizații non-profit pe aspecte legate de consolidarea păcii și reconciliere integrând tehnica mindfulness în abordarea sa metodologică. A obținut diplome universitare în filosofie, studii medievale, cooperare și dezvoltare și relații internaționale. În prezent, acesta finalizează un curs de master în studii contemplative la Universitatea din Padova.

Vasil Vashchanka

În prezent, Vasil este cercetător extern la Centrul de Cercetare a Statului de Drept la Universitatea Radboud (Nijmegen, Țările de Jos) concentrându-se pe corupție și finanțare politică. A activat în domeniul statului de drept și democratizării la Biroul OSCE pentru Instituții Democratice și Drepturile Omului (Varșovia) în perioada 2002 - 2012. A fost, de asemenea, membru al echipei International IDEA în procese electorale (Stockholm) din 2012 până în 2014. Vasil activează în mod regulat în cadrul unor organizații internaționale în calitate de consultant pentru aspecte juridice și electorale. El a participat la numeroase misiuni internaționale de observare a alegerilor, a fost autorul unor recenzii de expertizare a legislației și a publicat lucrări academice. Vasil are o diplomă de master în drept a Universității Central Europene (Budapesta).

DESPRE INTERNATIONAL IDEA

Institutul Internațional pentru Democrație și Asistență Electorală (International IDEA) este o organizație interguvernamentală, formată din 35 de state membre, fondată în anul 1995, având mandatul de a sprijini democrația durabilă la nivel mondial.

Ce facem

Dezvoltăm cercetări aplicate, orientate spre politici publice, în domenii cheie, precum alegerile, parlamentele, constituțiile, digitalizarea, schimbările climatice, incluziunea și reprezentarea politică, toate aliniate Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă ale ONU. Evaluăm starea și performanța democrațiilor la nivel global prin instrumentele noastre consacrate – Indicii Globali ai Stării Democrației și Democracy Tracker.

Oferim sprijin pentru dezvoltarea capacităților instituționale și expertiză de specialitate actorilor democratici, inclusiv guvernelor, parlamentelor, autorităților electorale și organizațiilor societății civile. Elaborăm instrumente practice și publicăm baze de date, lucrări și ghiduri în mai multe limbi, abordând diverse subiecte, de la participarea diverse subiecte la promovarea egalității de gen prin cote prestabilite.

Facilităm dialogul și schimbul de bune practici între actorii statali și non-statali. Prin activitatea noastră, susținem activ promovarea și salvagardarea democrației la nivel mondial.

Unde activăm

Sediul nostru central se află la Stockholm, iar organizația are birouri regionale și de țară în Africa și Asia de Vest, Asia și Pacific, Europa, precum și în America Latină și Caraibe. International IDEA are statut de Observator Permanent pe lângă Organizația Națiunilor Unite și este acreditat pe lângă instituțiile Uniunii Europene.

Publicațiile și bazele noastre de date

Punem la dispoziție un catalog care include peste 1.000 de publicații și mai mult de 25 de baze de date, disponibile pe site-ul nostru. Majoritatea publicațiilor pot fi descărcate gratuit.

<<https://www.idea.int>>

Acest raport prezintă o analiză comprehensivă a reglementărilor privind campaniile electorale desfășurate în afara țării, în toate cele 27 de state membre ale UE. Sintetizează analize legislative, standarde internaționale și interviuri pentru a cartografia regulile referitoare la evenimentele de campanie, promovarea în mass-media și organizarea adunărilor publice dincolo de frontierele naționale.

Prin compararea abordărilor – de la interdicții la mecanisme de alocare egală – raportul dezvoltă lacunele de reglementare și evidențiază cele mai bune practici. Destinat factorilor de decizie, conducătorii autorităților electorale, actorii diplomatici și practicienilor societății civile, acesta oferă recomandări concrete pentru implicarea electorală transfrontalieră. Fie că elaborează legislație, planifică acțiuni pentru diaspora sau oferă consultanță privind cooperarea internațională, cititorii vor găsi aici analize țintite și sugestii practice.