



# Cît au cheltuit oligarhii fugari pe reclame online în august 2024

**Analiză**

**Autor: Andrei Rusu**

**Coautori: Eugen Muravschi, Andrei Curăraru**



## Rezumat

În luna august 2024, oligarhii fugari Ilan Șor și Veaceslav Platon, cu sprijinul Kremlinului, și-au intensificat campaniile de dezinformare online, vizând parcursul european al Republicii Moldova. Aceste campanii, desfășurate în principal prin reclame pe Facebook și Google, au avut un cost estimat de **33.300 euro** între 1-30 august. Scopul lor a fost manipularea opiniei publice înaintea alegerilor prezidențiale și a referendumului pentru aderarea la UE, planificat pe 20 octombrie 2024.

### Principalele narațiuni manipulative:

- **UE distruge identitatea națională:** Se afirmă că aderarea la UE va eroda patrimoniul cultural al Moldovei, în contrast cu Rusia, care ar proteja identitatea națională.
- **UE îndatorează Moldova:** Se sugerează că ajutoarele financiare din partea UE sunt de fapt împrumuturi ce vor împovăra generațiile viitoare.
- **Criza energetică cauzată de UE:** Acuză Uniunea Europeană pentru prețurile mari la energie din Moldova, promovând Rusia ca sursă mai ieftină de energie.
- **Rusia, partenerul strategic al Moldovei:** Se promovează ideea că prosperitatea și securitatea Moldovei depind de relațiile strânse cu Rusia, minimizând amenințările din partea Moscovei.
- **Aderarea la UE este inutilă:** Se urmărește convingerea populației că Moldova nu va fi niciodată primită în UE, iar referendumul este doar o manevră de PR a președintei Maia Sandu.

Aceste campanii au ca obiectiv subminarea parcursului pro-european al Republicii Moldova, destabilizarea climatului politic și erodarea încrederii în instituțiile statului. Acțiunile insuficiente ale Facebook și Google împotriva acestor reclame manipulative permit continuarea influențării discursului public din Moldova. Autoritățile din Republica Moldova, în colaborare cu societatea civilă, trebuie să intensifice eforturile de combatere a dezinformării, informând activ publicul și solicitând platformelor tehnologice să prevină ingerințele electorale.

## Introducere

Războiul hibrid al Federației Ruse împotriva Republicii Moldova devine mai agresiv odată cu apropierea alegerilor prezidențiale și a referendumului pentru integrare europeană de pe 20 octombrie. Rețelele de socializare, care oferă acces aproape instantaneu la consumatorul final, sunt utilizate în primul rând pentru distribuirea falsurilor și interpretărilor tendențioase. În plus, informațiile pot fi partajate anonim, simplificând procesul de manipulare a publicului.

Reclamele pe Facebook și Google sunt un instrument-cheie pentru promovarea conținutului malițios. Politica publică a celor două companii permite aproape oricui să plaseze rapid un mesaj publicitar pe rețeaua de socializare, direcționându-l către publicul potrivit de care este interesat promotorul. În condițiile unui război hibrid, Kremlinul folosește în mod activ această

oportunitate pentru a efectua atacuri informaționale împotriva Republicii Moldova și a cetățenilor săi.

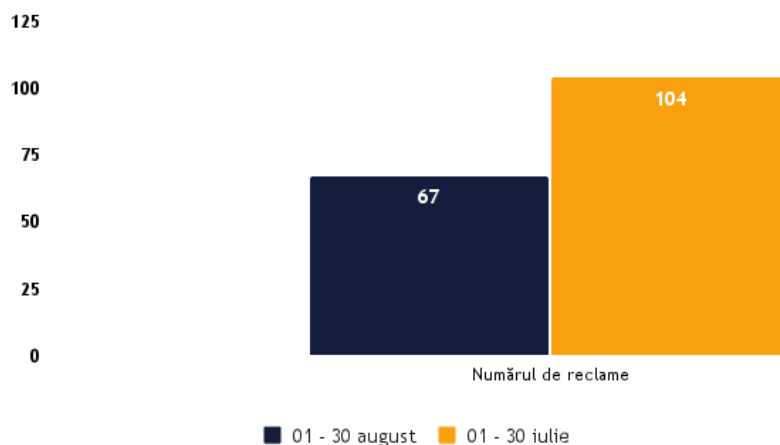
Principalii actori maligni care pompează bani în dezinformarea online sunt oligarhii fugari Ilan Șor și Veaceslav Platon. Cei doi oligarhi cheltuie lunar mii de euro pentru a semăna panică în rândul societății din Moldova, cu scopul de deturna parcursul european al țării.

Republica Moldova nu deține la moment vreun instrument eficient prin care să oprească aceste campanii de manipulare și poate solicita doar post-factum stoparea lor de la platformele Google și META.

## Cheltuielile lui Șor în perioada 01 - 30 august 2024

Fugarul Ilan Șor a promovat pentru perioada 01 - 30 august circa **62 de reclame prin intermediul a 15 pagini** pe Facebook, cheltuind aproximativ **18 000 de euro**. Numărul de reclame a scăzut ca urmare a **acțiunilor META de a șterge paginile anonime afiliate lui Ilan Șor**. În contextul războiului hibrid al Federației Ruse împotriva Republicii Moldova, aceste acțiuni sunt salutare, dar insuficiente.

Evoluția numărului de reclame sponsorizate de paginile lui Șor



*Fig.1 - Evoluția numărului de reclame sponsorizate de paginile afiliate grupării Șor din perioada 01 - 30 august, în comparație cu perioada 01 - 30 iunie.*

Acestă situație se atestă și în cazul bugetului pentru reclame, el fiind cu aproximativ **12 600 de euro mai mic** decât în perioada 01 - 30 iulie.

Comparație între sumele cheltuite de Șor pentru două perioade

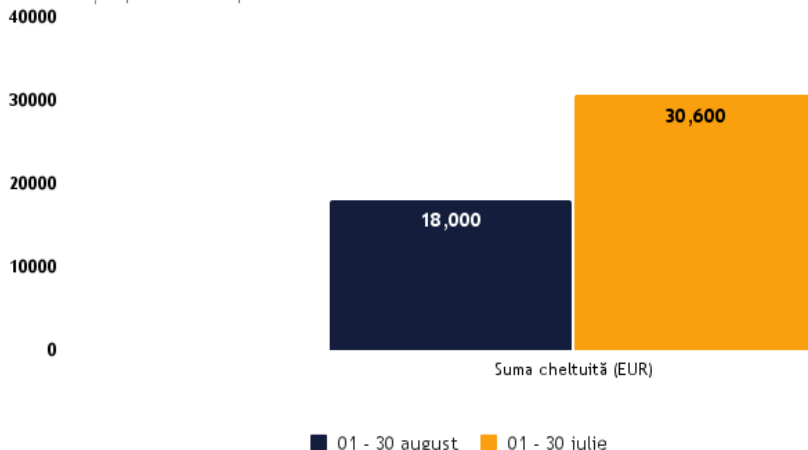


Fig. 2 - Evoluția sumelor cheltuite pentru reclamele sponsorizate de paginile afiliate lui Ilan Șor pe Facebook din perioada 01 - 30 august în comparație cu perioada 01 - 30 iulie.

Trei pagini aparțin membrilor Partidului „Renaștere”, susținut oficial de Ilan Șor: [Veaceslav Jucov](#) și [Alexandr Nesterovschi](#). Restul paginilor folosesc o identitate vizuală similară: au fotografii de profil cu drapelul Moldovei și nume de utilizator care fac aluzie fie la organizații media, fie la organizații patriotice: „[Moldova Live](#)”, „[Moldova Noastră](#)”, „[Națiune Focus](#)”, „[Fresh Moldova Headlines](#)”, „[Moldova Informează](#)”, „[Moldova în Media Îmbunătățită](#)”, „[Moldova Autonomă](#)”, „[Moldova în lumini și culori](#)”, „[Evenimente Națiune Vibrantă](#)”, „[Dezvoltarea Moldovei](#)”, „[Moldova Radiance Știri](#)”, „[Moldova Noastră, Moldova Liberă](#)” și „[Espazija](#)”. Toate aceste pagini utilizează categoriile „Site web media/de știri”, „Ziar” sau „Companie de producție media și difuzare” pentru a crea iluzia că aparțin unor instituții media legitime.

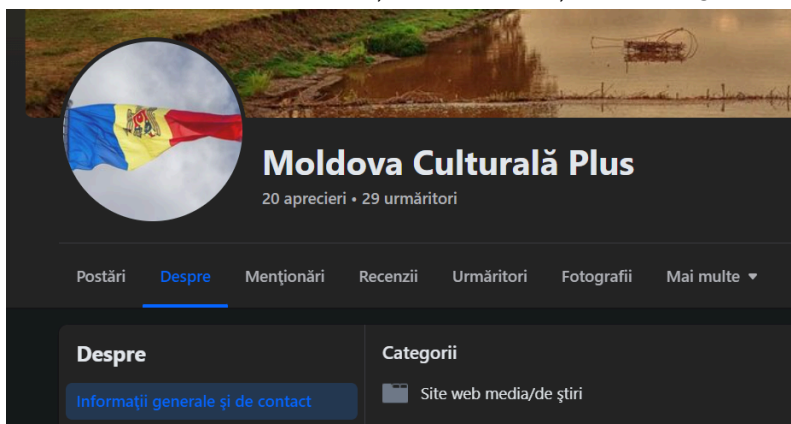


Fig. 3 - Pagina „Moldova Culturală Plus” utilizează ca imagine de profil steagul Republicii Moldova, iar la categorie notează că este „Site web media/de știri”.

Principalele manipulări promovate de paginile anonime ale lui Șor au fost:

- **UE distruge cultura și identitatea națională a statelor membre** - Fugarul [Ilan Șor](#) a declarat că „spre deosebire de Eurasia, UE calcă în picioare și nu respectă istoria țărilor membre”. Șor menționează doar despre popoarele care trăiesc pe teritoriul Rusiei cărora „nu le-a fost ștearsă istoria”, iar țările membre ale Uniunii Euroasitice nu

sunt luate în calcul. Motivul este unul simplu, Rusia privește aceste state ca pe foste colonii. Potrivit lui Șor, Rusia ar trebui luată exemplu de Moldova în relațiile cu minoritățile etnice.

- **UE bagă Moldova în datorii** - O altă [manipulare promovată](#) de paginile anonime este că „*finanțările care vin pentru Moldova din UE bagă țara în datorii*”. Potrivit lui Ilan Șor, „*copii și nepoții noștri deja trebuie să plătească milioane de euro*”. Ca Moldova să nu plătească datoriile către europeni, Șor îndeamnă lumea să voteze împotriva integrării europene la referendum.
- **Moldovenii plătesc scump pentru energia electrică din cauza UE** - Odată cu apropierea sezonului pentru încălzire, Rusia împreună cu agenții săi din Moldova tatonează terenul privind prețurile la energie. Șor declară că „*moldovenii plătesc mai scump acum pentru lumină, care este procurată de la români, în timp ce în Transnistria lumina este mai ieftină deoarece e produsă din gazul rusesc*”. Acesta o acuză pe Maia Sandu și UE că s-ar face vinovați de prețul mărit la energia electrică. Șor este împotriva ca sistemul energetic al Republicii Moldova să fie conectat la cel românesc, deoarece „*asta ar supune-o României și UE*”. Acesta promovează ideea că „*dacă Moldova ar fi fost membră a Uniunii Euroasiatice, aceasta ar fi beneficiat de energie ieftină*”.
- **Rusia este partenerul strategic al Moldovei** - La o întâlnire cu liderul Partidului Liberal Democrat din Rusia, Leonid Slutski, fugarul [Ilan Șor](#) a declarat că „*Moldova fără de Rusia nu poate ieși din criza social-economică în care se află*”. Potrivit lui Șor, „*Europa pregătește din Moldova un nou poligon militar și nu-i pasă de soarta acesteia*”.

Pe lângă manipulările despre procesul de integrare în Uniunea Europeană, Șor finanțează intens și pagina de Facebook a ONG-ului „Eurasia”, fondat la Moscova pe 24 aprilie. Pagina sponsorizează reclame care cheamă moldovenii să călătorească la Moscova pentru a face cunoștință cu programele acestei organizații, susținute de serviciile secrete ruse. Pagina nu afișează reclamele în biblioteca META, iar acest lucru îngreunează identificarea sumelor cheltuite de aceasta.

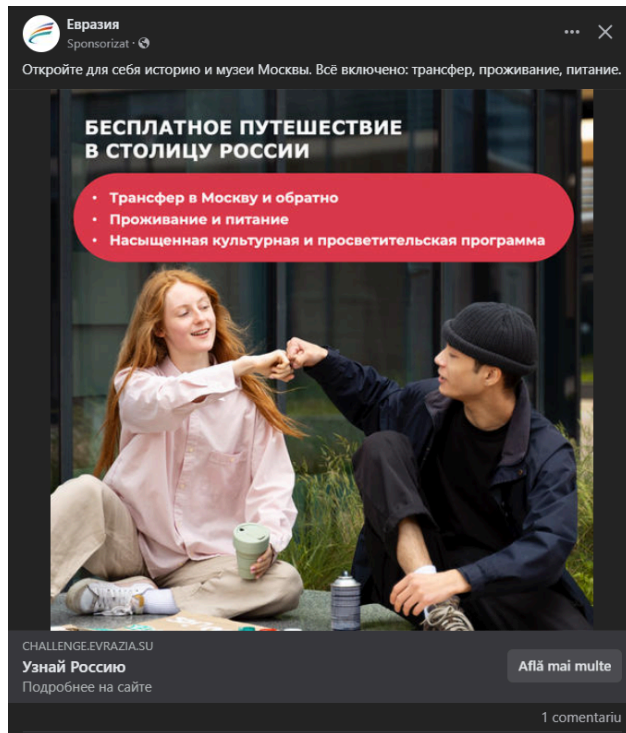


Fig. 4 - Pagina „Евразия” promovează evenimentul „Cunoaște Rusia” în care invită tinerii moldoveni să se deplaseze la Moscova. Tinerilor li se promite că deplasare, cazarea și hrana va fi achitată din contul ONG-ului condus de Ilan Șor.

## Cheltuielile lui Platon pentru perioada 01 - 30 august 2024

Veaceslav Platon a promovat în perioada 01 - 30 august în jur de **72 de reclame** pe [pagina sa personală](#) de Facebook și pe cea a [Nataliei Morari](#), cheltuind **aproximativ 15 000 de euro**. În comparație cu perioada 01 - 30 iulie, Platon a cheltuit cu **aproximativ 4 500 de euro mai puțin** pe sponsorizarea reclamelor pe Facebook.

Comparație între sumele cheltuite de Platon pentru două perioade pe Facebook

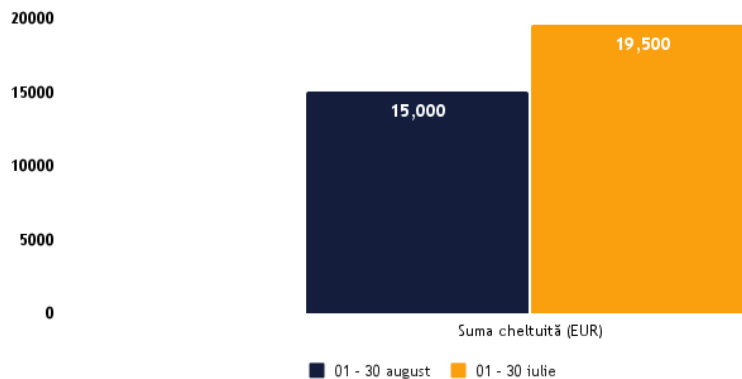


Fig. 5 - Comparație între sumele cheltuite de paginile afiliate lui Veaceslav Platon în perioadele 01 - 30 august și 01- 30 iulie.

Evoluția numărului de reclame sponsorizate de Platon pe Facebook

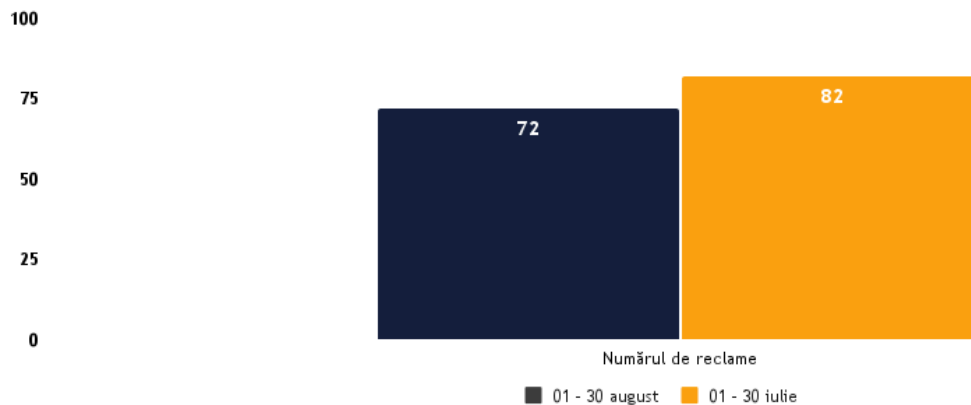


Fig. 6 - Evoluția numărului de reclame sponsorizate de paginile afiliate lui Veaceslav Platon pe Facebook din perioada 01 - 30 august, în comparație cu perioada 01 - 30 iulie.

Numărul mic de reclame pe Facebook și sumele reduse pentru acestea se datorează faptului că Platon a început să promoveze conținutul său și al Nataliei Morari pe platformele Google. Dacă Facebook este mai transparent în prezentarea cheltuielilor pe reclame, Google nu permite vizualizarea sumelor cheltuite de agentul economic și nici perioada pentru care au fost setate. În ultima perioadă a devenit mai dificil de depistat câte reclame au rulat pentru anumită perioadă anumită. Astfel, pentru perioada 01 - 30 august, de pe conturile lui Morari și Platon au rulat **79 de reclame**. Notăm că unele din ele au rulat și în luna iulie, însă pe Google Ads Transparency ele apar ca reclame unice.

Evoluția numărului de reclame sponsorizate de Platon pe Google

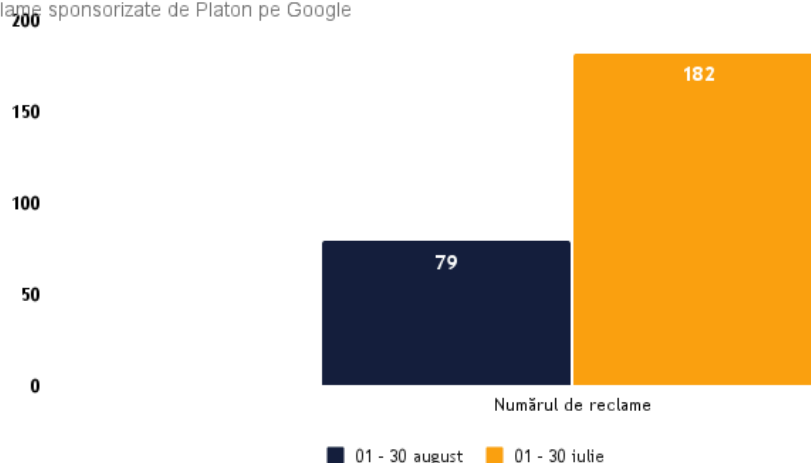


Fig. 7 - Evoluția numărului de reclame sponsorizate de paginile afiliate lui Veaceslav Platon pe YouTube din perioada 01 - 30 august, în comparație cu perioada 01 - 30 iulie.

Principalele manipulări promovate de paginile afiliate lui Platon au fost:

- **UE nu are nevoie de Moldova** - Potrivit lui [Veaceslav Platon](#), „autoritățile de la Chișinău trebuie să pregătească un plan de rezervă în cazul în care UE nu va reacționa la rezultatele pozitive la referendum”. Platon susține că „UE nu va atrage atenție la

*dorința moldovenilor de a deveni membri ai comunității, cum nu au atras atenția și la Adunarea Națională Moldova Europeană”.*

- **Guvernarea instituie cenzura** - [Natalia Morari](#) prezintă o investigație anonimă publicată pe canalul de Telegram „PATRIOT”, gestionat de Fulga Grabovschi, despre cum guvernarea ar dori să mai închidă alte televiziuni. Potrivit așa-numitei investigații, s-ar pregăti închiderea posturilor „neafiliate” guvernării. În clipul promovat, Morari a declarat că „*presa care a luptat împotriva regimului Plahotniuc a devenit acum presa afiliată guvernării*”. Într-un alt [clip video promovat](#) de pe contul lui Morari, aceasta repetă ideea că presa independentă a devenit afiliată guvernării. Totodată, aceasta sugerează că pe timpul lui Plahotniuc, presa independentă se simțea mai confortabil.

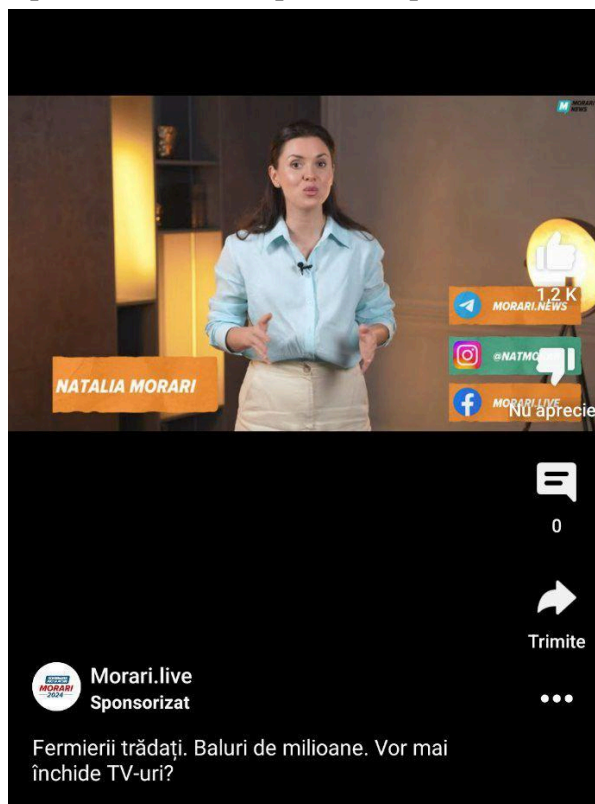


Fig. 8 - Reclamă pe YouTube care promovează [ediția](#) unde Morari a prezentat așa-numita investigație anonimă că guvernare urmează să închidă presa neloială.

- **Referendumul este o acțiune de PR a Maiei Sandu** - În clipul [video promovat](#), Natalia Morari declară că „*referendumul este o acțiune de PR electoral al Maiei Sandu*”, iar în urma acestuia „*nimic nu se va schimba*”. Potrivit lui Morari, „*campania pentru referendum nu este despre Europa ci despre Maia Sandu*”.

## Candidați la funcția de președinte - promotori ai propagandei ruse

Pe lângă reclamele sponsorizate de către fugarii Veaceslav Platon și Ilan Șor, au mai fost depistate manipulări sponsorizate din numele candidatei la funcția de președintă al țării, Victoria



Furtună. Aceasta a cheltuit pentru perioada 01 - 30 august aproximativ **2 400 de euro pentru 12 reclame**. La începutul lunii august, [Comunitatea „WatchDog.MD”](#) a calculat că pentru o campanie plasată **pe 25 de site-uri internaționale**, Victoria Furtună ar fi cheltuit **între 4.250 și 13.250 USD**, în funcție de complexitatea și extinderea distribuției și promovării. Aceasta include costurile pentru distribuție, redactare și promovare pe rețele sociale.

În clipul său de [lansare în campania](#) pentru funcția de președintă, Furtună a lansat mai multe falsuri specifice propagandei ruse. Potrivit lui Furtună, dacă Maia Sandu va câștiga al doilea mandat, „*a doua zi se va deschide al doilea front în regiunea transnistreană*”. Totodată, aceasta declară că „*toate fondurile venite de la partenerii externi sunt îndreptate anume spre implicarea Moldovei în război*”. Furtună susține că „*Moldova nu a primit nimic drept răsplată după ce a ajutat refugiații ucrainenii*”. În clipul său, fosta procuratoare anticorupție nu a condamnat și nici măcar nu a menționat că Rusia duce un război hibrid împotriva Moldovei și amenință țara cu un război real.



Fig. 9 - Clipul video de la lansare a Victoriei Furtună în cursa prezidențială promovat pe Facebook. Aceasta susține că dacă Maia Sandu va câștiga al doilea tur, Moldova va fi implicată în război.

La rîndul ei, candidata Irina Vlah a fost promovată de o pagină anonimă pe Facebook. În clipul video sponsorizat de către pagina „[Vedere Moldova](#)”, Irina Vlah [vine cu acuzații](#) la adresa Maiei Sandu precum că ar utiliza resursele administrative în campania electorală, iar referendumul ar

fi un truc electoral și o minciună geopolitică. Reclama sponsorizată nu a fost identificată în biblioteca de reclame META, iar acest lucru ne împiedică să vedem câți bani s-au cheltuit pentru promovarea acestui clip.

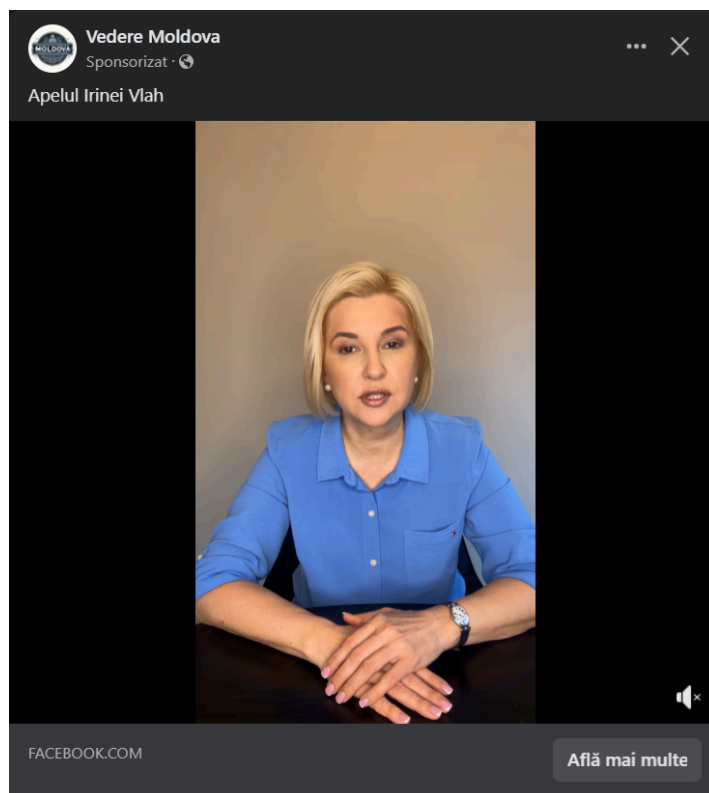


Fig. 10 - Pagina „Vedere Moldova” distribuie un clip video cu Irina Vlah, în care aceasta o acuză pe Maia Sandu că ar utiliza resurse administrative în cursa electorală.

## Constatări

În condițiile în care ne apropiem de referendumul pentru integrare europeană și alegerile prezidențiale din 20 octombrie, oligarhii fugari împreună cu serviciile secrete ruse își vor crește capacitățile pe platformele Google și META pentru a răspândi dezinformare și a desfășura operațiuni informaționale și psihologice.

Scopul principal al lor este de a deturna parcursul european al Republicii Moldova prin lansarea de manipulări despre procesul de integrare în UE. Cei doi oligarhi continuă să împingă ideea că Moldova nu va fi primită în UE, iar referendumul ar fi o schemă de fraudare a alegerilor.

Totodată, Ilan Șor are rolul de a consolida pro-rușii din Moldova în jurul ideii de integrare în așa-numita „Uniune Economică Euroasiatică”, condusă de către Federația Rusă. Sub ideea de Uniunea Euroasiatică, Șor și acoliții săi din Moldova de fapt vor încerca să spele imaginea regimului Putin.

În același timp observăm că Moscova începe a crește bugetele și pentru alți candidați la funcția de președinte al Republicii Moldova, care au rolul de candidați-spoileri. Rolul acestora se limitează la lansarea de manipulări și sperietori în spațiul public în perioada electorală.

Acțiunile META și Google nu sunt îndeajuns pentru a stopa conținutul manipulatoriu promovat pe platformele lor. Autoritățile Republicii Moldova ar trebui să depună mai mult efort în dialogul cu cele două companii. Deși extinderea pieței publicitare în Republica Moldova pe platforma a adus mici contribuții economice pentru stat, Ministerul Economiei nu a luat în calcul și riscurile care s-au abătut asupra acestui sector. Astfel, reclamele sponsorizate de Ilan Șor și Veaceslav Platon pe YouTube vor avea consecințe mai serioase pentru Moldova și parcursul său european decât micile venituri din reclame pentru afacerile locale.

Pentru a eficientiza lupta cu mesajele false promovate de Rusia și cei doi oligarhi fugari, autoritățile și instituțiile media trebuie să reacționeze imediat la campaniile de dezinformare prin emiterea de comunicate și materiale care demontează falsurile. Instituțiile de securitate trebuie să sporească monitorizarea platformelor de social media pentru a identifica rapid și a raporta conținutul manipulatoriu.

Anticipăm că în perioada campaniei pentru referendum și alegeri prezidențiale, autoritățile electorale vor fi supuse unui val de atacuri informaționale. Acestea ar trebui să informeze deschis societatea despre modificările pe care urmează să le întreprindă pentru a evita speculațiile că ar pregăti fraudarea scrutinelor electorale.

## Recomandări

1. **Intensificarea cooperării cu platformele tehnologice (Meta, Google):** Autoritățile Republicii Moldova trebuie să își intensifice dialogul cu Meta și Google, solicitându-le măsuri mai stricte pentru a opri promovarea reclamelor manipulative ale oligarhilor sancționați și a actorilor care susțin interesele Kremlinului. Acțiuni concrete, precum eliminarea rapidă a paginilor false și transparența în cheltuielile de publicitate, sunt esențiale.
2. **Îmbunătățirea cadrului legal de reglementare a publicității online politice:** Se recomandă dezvoltarea unui cadru legislativ care să reglementeze strict finanțarea și promovarea reclamelor politice pe platformele digitale. Acest cadru trebuie să includă sancțiuni clare pentru cei care încalcă normele privind transparența și corectitudinea publicității. Printre inovațiile recomandate este obligativitatea transparentizării publicității rulate online pe toate platformele și sancțiuni administrative pentru încălcarea acesteia.
3. **Încurajarea implicării societății civile și mass-mediei independente:** Mass-media independentă și organizațiile societății civile joacă un rol esențial în combaterea dezinformării. Mass-media ar trebui, de asemenea, să fie încurajată și protejată de legislația electorală să demonteze activ narațiunile false promovate de actori maligni.