

În conformitate cu prevederile art. 14 alin. (2) din Legea nr. 101/2016 privind remediile și căile de atac în materie de atribuire a contractelor de achiziție publică, a contractelor sectoriale și a contractelor de concesiune de lucrări și concesiune de servicii, precum și pentru organizarea și funcționarea Consiliului Național de Soluționare a Contestațiilor, cu modificările și completările ulterioare, Consiliul adoptă următoarea:

DECIZIE

Nr. 3183/C1/3744

Data: 22.10.2025

Prin contestația înregistrată la Consiliul Național de Soluționare a Contestațiilor sub nr. 66239/23.09.2025, formulată de SRL, cu sediul în str., ... înmatriculată la Registrul Comerțului cu nr., având cod unic de înregistrare RO, reprezentată prin, și convențional prin și sediu procesual ale în, împotriva rezultatului procedurii consemnat în raportul procedurii nr. 38717/08.09.2025, emis de către, în calitate de autoritate contractantă, cu sediul în, str., ... în cadrul procedurii de licitație deschisă organizată pentru atribuirea contractului având ca obiect „Servicii de campanie media în cadrul proiectului major – Creșterea gradului de acoperire și incluziune a sistemului de înregistrare a proprietăților în zonele rurale din România Faza II”, cod CPV: 79341000-6, s-a solicitat:

1. Anularea adresei din data de 08.09.2025 - Comunicare rezultat procedura prin care se declară oferta SRL ca fiind clasata pe locul I;

2. Anularea raportului procedurii cu nr. 38717/08.09.2025 și a actelor subsecvente acestuia;

3. Anularea raportului de evaluare tehnică nr. 32963 din data de 31.07.2025;

4. Continuarea procedurii de achiziție publică și reevaluarea tehnică și financiară a ofertei SRL, clasata pe locul I;

5. Reevaluarea ofertei clasate pe locul I și constatarea ca neconforma si inacceptabila a acesteia.

6. Accesul la documentele dosarului constituit la Consiliu, în temeiul art. 19 din Legea nr. 101/2016, în special la toate informațiile prezentate în propunerea tehnică depusă de către ofertantul declarat câștigător;

7. Cheltuieli de judecata ocazionate cu prezentul demers.

Prin adresa înregistrată la Consiliul Național de Soluționare a Contestațiilor sub nr. 66902/25.09.2025, ...SRL, cu

sediul în, str., înmatriculată la Registrul Comerțului cu nr., având cod unic de înregistrare RO reprezentată legal prin, a formulat cerere de intervenție voluntară (accesorie), solicitând:

- în temeiul prevederilor art. 26 alin. (6) din Legea nr. 101/2016, pe cale de excepție respingerea contestației promovate de contestator ca tardivă, în ceea ce privește anularea procedurii de atribuire;

a) Admiterea prezentei cereri de intervenție voluntară (accesorie) în dosarul contestației formulate de SRL.

b) Respingerea în întregime a contestației ca neîntemeiată.

c) Menținerea rezultatului procedurii de atribuire, conform Raportului procedurii și comunicării din 08.09.2025, prin care oferta SRL a fost declarată câștigătoare.

În luarea deciziei, **CONSILIUL**, legal investit, a avut în vedere următoarele:

I. Cu titlu preliminar:

Cu privire la competența de soluționare

Contestatorul arată că Legea nr. 101/2016 reglementează remediile și căile de atac în achiziții publice, în concordanță cu Directiva europeană 89/665/CEE. Legiuitorul român a acordat persoanelor interesate accesul la doua căi de acces la justiție: calea administrativ- juridicțională și calea judiciară, stabilind reguli care să asigure o rezolvare rapidă și justă a neregularităților ivite în cadrul procedurii de atribuire a contractelor publice. Totodată, legiuitorul nu a limitat operatorii economici să aleagă una sau alta dintre cele două căi, ci a prevăzut un caracter facultativ,

operatorii economici fiind liberi să aleagă calea cea mai potrivită pentru ei.

Caracterul facultativ al jurisdicției CNSC a fost statuat în nenumărate rânduri de către Curtea Constituțională a României care a considerat ca „instituirea unei proceduri administrativ- juridicționale nu contravine dispozițiilor constituționale atât timp cât decizia organului administrativ de jurisdicție poate fi atacată în fața unei instanțe judecătorești, iar existența unor organe administrative de jurisdicție nu poate să ducă la înlăturarea intervenției instanțelor judecătorești în condițiile legii”.

Tot Curtea Constituțională a statuat ca orice persoana vătămată are libertatea de a alege calea pe care o consideră mai ușoară și mai potrivită: „Legiuitorul nu a stabilit obligația persoanelor de a urma numai calea administrativ-jurisdicțională în fața Consiliului National de Soluționare a Contestațiilor. Dimpotrivă, sintagma „poate solicita” are semnificația de recunoaștere în persoana contestatorului a facultății de a demara o cale de atac administrativ-jurisdicțională, iar nicidecum a obligației de a urma aceasta cale”.

Invocând prevederile art. 5 și art. 8 din Legea nr. 101/2016 contestatorul arată că rezultatul procedurii a fost comunicat la data de 08.09.2025, termenul de 10 zile împlinindu-se la data de 18.09.2025, prin urmare contestația a fost depusă în termenul legal fiind transmisă prin poștă la data de 18.09.2025..

Cu privire la caracterul confidențial al ofertei tehnice a SRL.

Urmare studierii dosarului achiziției conform adresei nr. 38891/ 09.09.2025, contestatorul susține că a fost informat că toată oferta tehnică și cea financiară depuse de SRL au fost declarate confidențiale, sens în care nici procesul verbal de evaluare tehnică din data de 31.07.2025, nu conține nicio informație cu privire la oferta tehnică depusă de SRL.

Invocând prevederile art. 57 alin. (4) și ale art. art. 217 alin. (5) din Legea nr. 98/2016, contestatorul consideră că declarația depusă de către SRL nu a fost probată, nu a depus nicio dovadă anexă la ofertă, sens în care este excesivă măsura de stabilire a întregii oferte tehnice ca fiind confidențială, inclusiv a procesului verbal de evaluare tehnică.

Față de aceste aspecte, nefiind aplicabile prevederile art.57 alin. (1) din Legea nr. 98/2016, informațiile din oferta tehnică și financiară depusă de COMPLETE MEDIA GRUP, nu pot fi calificate ca și confidențiale, motiv pentru care urmează a fi puse la dispoziția sa.

.....SRL a depus o simplă declarație fără a proba sau argumenta temeinic declararea în totalitate a ofertei tehnice și financiare ca fiind confidențiale.

În ceea ce privește anonimizarea tuturor informațiilor din cadrul procesului verbal de evaluare a ofertei tehnice a SRL, în opinia sa o astfel de măsură luată demonstrează un formalism excesiv al acesteia de interpretare a dispozițiilor legale, în sensul nepermitterii studierii de către ofertant nici cel puțin a informațiilor care ar fi fost de interes pentru aceasta, astfel încât să cunoască evaluarea achizitoarei și, dacă aprecia nelegală această evaluare, să poată formula o contestație în consecință.

Față de toate cele expuse, precizează că a solicitat autorității contractante să dispună punerea la dispoziția sa a documentelor indicate (oferta tehnică și financiară, evaluarea tehnică și financiară, precum și media planul detaliat depus de SRL), considerând că refuzul de a-i permite accesul la aceste documente constituie o încălcare a dreptului de acces la dosarul achiziției, precum și a principiilor fundamentale care guvernează achizițiile publice, în special principiul transparenței.

Prin adresa înregistrată sub nr. 39190/12.09.2025, autoritatea contractantă i-a refuzat accesul la aceste documente.

Apreciază că dreptul de a invoca confidențialitatea anumitor date nu este unul nelimitat și fără nicio posibilitate de control din partea autorității contractante, a C.N.S.C. sau a instanței, ci unul care poate fi justificat numai de aspecte obiective, concrete, apte de a fi dovedite de ofertantul în cauză.

Având în vedere cele menționate anterior, solicită Consiliului să constate conduita abuzivă și nelegală urmată de autoritatea contractantă, încălcând grav obligația ce-i revenea de a-i pune la dispoziție documentele de interes prevăzute de lege și solicită acordarea accesului la documentele dosarului constituit la Consiliu, în special la informațiile prezentate în propunerea tehnică depusă de către ofertantul declarat câștigător.

II. Starea de fapt relevantă.

Contestatorul face o scurtă prezentare a derulării procedurii arătând că oferta s-a situat pe locul 2 cu un punctaj de 75,78 puncte, pe locul 1 fiind clasată oferta SRL cu un punctaj de 96,01 puncte.

III. Motivele contestației.

Cu titlu preliminar, menționează faptul că, dat fiind că nu a avut acces la întreaga ofertă tehnică a SRL, își rezervă dreptul să formuleze completări/precizări după studierea dosarului achiziției la CNSC.

În fapt, precizează că contestația sa se bazează pe următoarele argumente:

A. Propunerea tehnică a SRL, clasată pe locul I, este neconformă

a. Copierea Caietului de Sarcini.

Potrivit capitolului IV.4.1. din Fișa de date, „Ofertanții vor întocmi propunerea tehnică într-o manieră organizată, conform Formularului de propunere tehnică, astfel încât aceasta să asigure posibilitatea verificării în mod facil a corespondenței cu cerințele/specificațiile prevăzute în cadrul prezentei secțiuni, respectiv cu cele prevăzute în cadrul Caietului de sarcini și a documentelor anexate la acesta, care fac parte integrantă din documentația de atribuire”.

În acest scop, pornind de la propria expertiză a ofertantului în domeniul contractului ce urmează să fie atribuit și prin raportare la necesitățile, obiectivele și constrângerile autorității contractante, astfel cum au fost acestea descrise în cadrul caietului de sarcini, propunerea tehnică va cuprinde informații relevante privind abordarea propusă de ofertant pentru execuția contractului.

Potrivit art. 137 alin. (1) din Normele metodologice de aplicare a prevederilor referitoare la atribuirea contractului de achiziție publică/acordului-cadru din Legea nr. 98/2016 privind achizițiile publice din 02.06.2016 (denumite în continuare „Normele metodologice”), Comisia de evaluare are obligația de a respinge ofertele inacceptabile, neconforme și neadecvate.

Totodată, potrivit art. 137 alin. (3) din Normele metodologice, în condițiile art. 215 alin. (5) din Legea nr. 98/2016 privind achizițiile

publice, oferta este considerată neconformă în situația în care nu satisface în mod corespunzător cerințele caietului de sarcini.

Contestatorul precizează și atrage atenția asupra faptului că simpla copiere a cerințelor din cuprinsul caietului de sarcini nu reprezintă răspuns la cerințele autorității contractante și, pe cale de consecință, atrage caracterul neconform al ofertei.

Ofertanții au obligația de a proba conformitatea ofertei cu cerințele Caietului de Sarcini prin prezentarea propriei abordări/metodologii asupra modului de îndeplinire a contractului și de rezolvare a eventualelor dificultăți legate de îndeplinirea acestuia.

Mai mult, arată că copierea caietului de sarcini este, pe de o parte, interzisă, potrivit indicațiilor din cuprinsul documentației de atribuire, și, pe de altă parte, nu poate fi considerată o respectare a acestui document din cadrul documentației de atribuire, o astfel de încălcare fiind sancționată cu stabilirea neconformității ofertei astfel întocmite.

Ofertanții sunt ținuti să elaboreze propunerea tehnică prin care să materializeze prevederile din cuprinsul caietului de sarcini, într-o notă personală, demonstrând, astfel, că cerințele documentației de atribuire au fost înțelese și pot fi satisfăcute prin procedeele utilizate.

Mai mult decât atât, ofertanții trebuie să-și prezinte oferta tehnică plecând de la informațiile puse la dispoziție de autoritatea contractantă prin Caietul de Sarcini, și nu prin preluarea ad-literam a informațiilor din cuprinsul acestuia în conținutul matricei de conformitate.

În opinia sa, simpla declarație privind însușirea cerințelor caietului de sarcini în conținutul matricei de conformitate nu reprezintă o probă suficientă pentru autoritatea contractantă din care rezultă că ofertantul a

înțeles cerințele presupuse de execuția contractului și că își asumă execuția tuturor activităților în cadrul acestuia, atât timp cât propunerea sa tehnică este, în fapt, o copie a caietului de sarcini fără o contribuție proprie și fără menționarea expresă a activităților de execuție preconizate.

Față de aceste aspecte consideră c oferta SRL trebuia declarata neconformă, întrucât nu corespunde cerințelor tehnice prevăzute în caietul de sarcini.

b. Nedepunerea unui plan media pentru difuzarea spotului TV, conform prevederilor caietului de sarcini - campania TV.

Conform prevederilor din caietul de sarcini - 4.2.1., ofertanții vor prezenta în propunerea tehnică un plan media pentru difuzarea spotului TV care trebuie să conțină:

- nume posturi TV;
- ziua de difuzare;
- ora de difuzare;
- rating orar;
- numărul de difuzări
- număr de persoane expuse la materialele publicitare (reach);
- punctele de rating obținute de publicul țintă al campaniei (TRPs).

Pentru certificarea disponibilității spațiului publicitar contractat, precizează că în propunerea tehnică se solicită semnarea/parafarea mediaplanului detaliat (număr de difuzări pe intervale orare/zile/campanii) de fiecare stație TV în parte.

Toate aceste elemente sunt cerințe minime obligatorii, esențiale pentru evaluarea tehnică a capacității ofertantului de a implementa contractul conform standardelor impuse de autoritatea contractantă.

Ca urmare a solicitării de clarificări din partea operatorilor economici, autoritatea contractantă a transmis răspunsul înregistrat sub nr. 24542/ 05.06.2025 ; la întrebarea nr. 5, cu privire la solicitarea autorității privind disponibilitatea spațiului TV, la punctul 4.2.1. „Pentru certificarea disponibilității spațiului publicitar contractat, în propunerea tehnică se solicită semnarea/parafarea mediaplanului detaliat (număr de difuzări pe intervale orare/zile/campanii) de fiecare stație TV în parte”, autoritatea contractantă a clarificat următoarele:

„Precizăm faptul că Autoritatea Contractanta NU solicită ca ofertantul sa prezinte un singur document conținând mediaplanul detaliat, semnat/parafat de toate stațiile TV, ci este necesar ca fiecare stație să semneze/parafeze un document individual prin care să certifice disponibilitatea spațiului publicitar pentru mediaplanul dedicat respectivei stații. Astfel, orice operator economic interesat în a depune oferta trebuie să depună câte un document parafat pentru fiecare stație TV în

parte, asigurându-se astfel confidențialitatea, proporționalitatea și tratamentul egal.

Prin această cerință Autoritatea Contractantă dorește să se asigure că, ulterior atribuirii, se va respecta condiția difuzării spotului pe stațiile TV solicitate, în intervalele orare și conform specificațiilor din Caietul de sarcini”.

Cu toate acestea, susține că ofertantul SRL nu a prezentat documentele menționate mai sus și nu a depus media planul semnat/parafat de fiecare stație TV în parte.

Cu privire la acest aspect arată că în conținutul procesului verbal de evaluare tehnică nr. 32973/31.08.2025, autoritatea contractantă nu face mențiuni cu privire la îndeplinirea acestei cerințe obligatorii și esențiale de către ofertanți.

Față de aceste aspecte consideră ca oferta SRL trebuia declarată neconformă, întrucât nu corespunde cerințelor tehnice prevăzute în caietul de sarcini în temeiul art. 215 alin. (5) din Legea nr. 98/2016 privind achizițiile publice, art. 65 alin. (2), art. 133 alin. (2) și 137 alin. (1), (3) litera a) din HG nr. 395/2016 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a prevederilor referitoare la atribuirea contractului de achiziție publică/acordului-cadru din Legea nr. 98/2016 privind achizițiile publice.

c. Neîndeplinirea cerințelor imperative privind difuzările Campaniei TV.

Conform prevederilor caietului de sarcini - 4.2.1 „Difuzările vor fi făcute în 3 etape a câte 60 zile consecutive fiecare, cu o lună de pauză

între ele. Campaniile vor fi identice din punct de vedere al numărului de difuzări alocate pe fiecare stație TV în parte".

„Difuzările spotului vor fi făcute pe:

o 7 stații cu profil de știri care în luna octombrie 2024 au înregistrat un Share minim de 0.1% pe publicul țintă 18+ rural (+g), intervalul orar 06:00-23:00 (conform datelor de audiență Kantar Media);

o 2 stații cu profil generalist, dar cu program de week-end muzical (în care să se difuzeze muzică/videoclipuri) cel puțin 3 ore pe zi în intervalul 18:00-24:00, care în luna octombrie 2024 au înregistrat un Share minim de 0.5% pe publicul țintă 18+ rural (+g), intervalul orar 06:00-23:00 (conform datelor de audiență Kantar Media).

Spotul TV va fi difuzat în intervalul orar 06.00 - 23.00, cu cel puțin 5 difuzări pe zi în intervalul 19:00-23:00 (prime time), pe fiecare stație TV în parte, respectiv minimum 8.100 de difuzări pe toată perioada de desfășurare a campaniei.

Ofertele care includ posturi TV nemonitorizate sau cu o cotă de piață medie sub 0.1% pentru stațiile cu profil de știri și sub 0,5% pentru stațiile cu profil generalist pe publicul țintă 18+ rural (+g), intervalul orar 06:00 - 23:00 (conform datelor de audiență Kantar Media), vor fi descalificate".

Contestatorul susține că oferta tehnică a SRL, nu cuprinde informații privind monitorizarea tuturor posturilor TV, cota de piață a tuturor stațiilor TV cu profil de știri, cu profil generalist și datele de audiență Kantar Media, pentru fiecare post și stație TV din oferta tehnică, sens în care consideră ca oferta depusă trebuia descalificată.

d. Neîndeplinirea cerinței privind depunerea declarațiilor pe propria răspundere - Campania TV și Campania Online.

Conform prevederilor caietului de sarcini - 4.2.1, Autoritatea Contractanta nu va accepta „difuzarea spoturilor pe posturile TV care ar aduce inconveniente imaginii ANCPI și/sau a PoCIDF sau POR, în cadrul Propunerii tehnice, Ofertantul trebuie să prezinte o declarație pe propria răspundere în acest sens".

Consideră că SRL, nu a depus declarația pe propria răspundere solicitată imperativ de către autoritatea contractantă, sens în care oferta sa este neconformă.

Conform prevederilor caietului de sarcini - 4.3.1, Autoritatea Contractanta nu va accepta „difuzarea advertorialelor pe website-uri care ar aduce inconveniente imaginii ANCPI și/sau a PoCIDIF sau POR, în cadrul Propunerii tehnice, Ofertantul trebuie să prezinte o declarație pe propria răspundere în acest sens".

Consideră că SRL, nu a depus declarația pe propria răspundere solicitată imperativ de către autoritatea contractantă, sens în care oferta sa este neconformă.

e. Neîndeplinirea cerinței privind difuzarea articolelor/advertorialelor - Campania online.

Conform prevederilor caietului de sarcini - 4.3.1, „Difuzările advertorialelor vor fi făcute pe 4 website-uri cu profil știri generale/știri și analize care, în luna octombrie 2024, au înregistrat, fiecare, un număr de peste 10 milioane de afișări (conform SATI)”.

Susține că SRL, nu a prevăzut în oferta tehnică difuzarea advertorialelor, conform prevederilor caietului de sarcini, sens în care oferta sa este neconformă.

f. Neîndeplinirea cerinței imperative privind semnarea/parafarea planului media pentru fiecare website în parte - Campania Online.

Conform prevederilor caietului de sarcini - 4.3.1, „Pentru certificarea disponibilității spațiului publicitar contractat, în propunerea tehnică se solicită semnarea/parafarea planului media detaliat (număr de difuzări pe intervale zile/campanii) de fiecare website în parte”.

.....SRL, nu a depus planul media semnat/parafat de fiecare website în parte, sens în care oferta sa trebuia declarată neconformă și inacceptabilă.

Fața de aceste aspecte consideră că oferta SRL trebuia declarată neconformă, întrucât nu corespunde cerințelor tehnice prevăzute în caietul de sarcini în temeiul art. 215 alin. (5) din Legea nr. 98/2016 privind achizițiile publice, art. 65 alin. (2), art. 133 alin. (2) și 137 alin. (1), (3) litera a) din HG nr. 395/2016 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a prevederilor referitoare la atribuirea contractului de achiziție publică/acordului-cadru din Legea nr. 98/2016 privind achizițiile publice.

În opinia sa autoritatea contractantă era obligată să acorde același tratament tuturor ofertanților.

Dorește să menționeze faptul că autoritatea contractantă nu a respectat în cadrul procesului de evaluare principiile statuate de art. 2 alin. (2) din Legea nr. 98/2016, respectiv: a) nediscriminarea; b) tratamentul egal; c) recunoașterea reciprocă; d) transparența; e) proporționalitatea; f) asumarea răspunderii."

În opinia sa autoritatea contractantă a încălcat principiile sus menționate având în vedere faptul că nu a analizat ofertele tehnice ale societăților clasate pe locurile I și II, în conformitate cu prevederile legale și ale mențiunilor din caietul de sarcini. Autoritatea contractanta trebuie sa se asigure ca propunerile tehnice oferite de operatorii economici sunt sustenabile, țin cont de toate prevederile legale în vigoare și cerințele documentației de atribuire, astfel încât, rezultatul procedurii să nu fie viciat de aceștia prin simpla prezumție ca, urmare a declarării ca și câștigătoare a ofertei lor, vor găsi o modalitate prin care să se încadreze în cerințele impuse în caietul de sarcini.

De asemenea susține că, nu se poate permite nici completarea propunerii tehnice cu informațiile lipsă, deoarece, prin însușirea documentației de atribuire și depunerea ofertei, se prezuma că ofertantul era perfect informat și conștient, atât de obligativitatea detalierii propunerii tehnice conform specificațiilor din caietul de sarcini, cât și de sancțiunea nerespectării acestei cerințe, respectiv, respingerea ofertei, ca neconformă, fiind incidente prevederile art. 133 alin. (2) din HG nr.395/2016, conform cărora: „propunerea tehnica trebuie sa corespunda cerințelor minime prevăzute în caietul de sarcini".

Pe de alta parte, informațiile prezentate de către ofertanți în propunerea tehnică reprezintă fundament pentru evaluarea acestora și aplicarea criteriului de atribuire, conform metodologiilor stabilite prin documentația de atribuire, sens în care societățile clasate pe locurile I, II și III aveau obligația depunerii propunerii tehnice cu menționarea detaliilor tehnice, în caz contrar, autoritatea contractanta trebuia să declare ofertele neconforme.

Raportat la cele evocate și ținând seama de atribuțiile comisiei de evaluare, prevăzute la art. 65 alin. (2) coroborat cu art. 127 alin. (1) lit. f) din HG nr. 395/2016, solicită Consiliului să constate că aceasta verificare, în ceea ce privește ofertele tehnice depuse de societățile clasate pe locurile I, II și III nu a fost efectuată de autoritatea contractantă cu respectarea regulilor și principiilor care guvernează legislația specifică în domeniu și, pe cale de consecință, criticile privind nelegalitatea evaluării ofertelor este întemeiată.

Pentru toate motivele arătate anterior, solicită admiterea prezentei contestații împotriva adresei de comunicare a rezultatului procedurii, a

raportului procedurii nr. 38717/08.09.2025, cu privire la decizia de clasare a sa pe locul II, prin care solicită:

1. Anularea adresei din data de 08.09.2025 - Comunicare rezultat procedura prin care se declară oferta SRL ca fiind clasata pe locul I;

2. Anularea raportului procedurii cu nr. 38717/08.09.2025 și a actelor subsecvente acestuia;

3. Anularea raportului de evaluare tehnică nr. 32963 din data de 31.07.2025;

4. Continuarea procedurii de achiziție publică și reevaluarea tehnică și financiară a ofertei SRL, clasata pe locul I;

5. Reevaluarea ofertei clasate pe locul I și constatarea ca neconforma si inacceptabila a acesteia.

6. Accesul la documentele dosarului constituit la Consiliu, în temeiul art. 19 din Legea nr. 101/2016, în special la toate informațiile prezentate în propunerea tehnică depusă de către ofertantul declarat câștigător;

7. Cheltuieli de judecata ocazionate cu prezentul demers..

În drept: art. 8 și următoarele din Legea nr. 101/2016 precum și orice alte dispoziții legale referite de societatea sa în cuprinsul prezentei contestații.

Prin adresa nr. 40481/25.09.2025, înregistrată la CNSC sub nr. 67306/26.09.2025 autoritatea contractantă transmite punctul său de vedere cu privire la contestație solicitând respingerea acesteia ca netemeinică și nelegală.

Autoritatea contractantă face o scurtă prezentare a situației de fapt.

I. Cu privire la caracterul confidențial al ofertei tehnice a SRL.

Autoritatea contractantă precizează că SRL a transmis ca parte a ofertei depuse Formular nr. 10 - Declarație privind informațiile din propunerea tehnică și/sau elementele din propunerea financiară și/sau fundamentările/justificările de preț/cost care au caracter de confidențialitate.

În cadrul acestei declarații, ...SRL a transmis și motivat caracterul confidențial al ofertei tehnice (în totalitate), documente atașate, Mediaplanurile TV & Advertoriale și a informațiilor privind strategia media.

Comisia de evaluare, analizând motivațiile transmise de către SRL cu respectarea prevederilor legale, a validat caracterul confidențial al documentelor astfel declarate.

Autoritatea contractanta solicită Consiliului să rețină faptul că procedurile de atribuire a contractelor de achiziții publice sunt fondate pe o relație de încredere între autoritățile contractante și operatorii economici care participă la aceste proceduri. Aceștia din urmă trebuie să poată comunica autorităților contractante respective orice informații utile în cadrul procedurii de atribuire, fără a se teme că acestea vor comunica terților informații a căror divulgare ar putea fi prejudiciabilă pentru operatorii respectivi.

La solicitarea de acces la dosarul achiziției formulată de către contestator, autoritatea contractantă susține că a dat curs cu respectarea termenului legal punând la dispoziția reprezentanților acesteia atât spre studierea fizică la sediul autorității cât și prin transmiterea documentelor solicitate în format electronic pe adresa de poșta electronică.

Conduita autorității contractante de a restricționa accesul la anumite părți din oferta depusă de SRL nu poate fi considerată în vreun fel sancționabilă, aceasta procedând potrivit legii.

Arată că legiuitorul a stabilit clar, inclusiv pentru Consiliu, obligația prealabilă de a obține acordul scris al ofertanților înainte de a permite consultarea documentelor confidențiale.

Aceasta obligație implică clar necesitatea de a reduce riscurile aferente dezvăluirilor accidentale de secrete comerciale și documente confidențiale competitorilor care prin formularea de contestații nu neapărat își urmăresc apărarea drepturilor ci obținerea de informații clasificate care ar denatura concurența.

II. Cu privire la motivele contestației.

Autoritatea arată că contestatorul își formulează motivația contestației pe baza unei serii de supoziții eronate cu privire la oferta ofertantului declarat câștigător SRL.

Autoritatea contractantă subliniază Consiliului faptul că argumentațiile contestatorului de la punctele 1-37 se bazează pe „reaua-voință” cu care s-a restricționat accesul la propunerea tehnică iar restul argumentelor cuprinse la punctele 38-94 sunt simple supoziții malițioase.

Contestatorul identifică fără nici un fundament următoarele probleme:

a. Consideră oferta SRL neconformă deoarece nu corespunde cerințelor tehnice prevăzute în caietul de sarcini atrăgând atenția asupra faptului că simpla copiere a cerințelor din cuprinsul caietului de sarcini nu reprezintă răspuns la cerințele autorității contractante și, pe cale de consecință, atrage caracterul neconform al ofertei (punctele 38-51).

Precizează că membrii comisiei de evaluare au analizat propunerea tehnică depusă de SRL compusă din: - Matrice de conformitate FORMULAR 6 (39 pagini), Documente atașate propunerii tehnice (38 pagini), Documente experți (72 pagini). Propunerile tehnice au fost evaluate de comisia de evaluare în raport cu cerințele minime din caietul de sarcini, pe baza informațiilor prezentate în propunerea tehnică, iar rezultatul evaluării se regăsește în procesul verbal nr. 32973/31.07.2025.

Solicită Consiliului să rețină faptul că propunerea tehnică depusă de SRL este conformă și nu reprezintă o copiere a caietului de sarcini ci o prezentare originală de creație a ofertantului drept răspuns la caietul de sarcini al autorității prin care indică explicit modalitățile practice prin care intenționează să îndeplinească acest contract și respectarea tuturor cerințelor minime din caietul de sarcini.

b. Contestatorul susține eronat că ofertantul declarat câștigător SRL nu a depus un plan media pentru difuzarea spotului TV, conform caietului de sarcini (punctele 52-61)

Autoritatea contractantă arată că la nivelul răspunsului la clarificări consolidat nr. 24542/05.06.2025 a stabilit următoarele cerințe cu privire la mediaplanuri: „ Precizăm faptul că Autoritatea Contractanta NU solicită ca ofertantul să prezinte un singur document conținând mediaplanul detaliat, semnat/parafat de toate stațiile TV, ci este necesar ca fiecare stație să semneze/parafeze un document individual prin care să certifice disponibilitatea spațiului publicitar pentru mediaplanul dedicat respectivei stații. Astfel, orice operator economic interesat în a depune oferta trebuie să depună câte un document parafat pentru fiecare stație TV în parte, asigurându-se astfel confidențialitatea, proporționalitatea și tratamentul egal.

Prin această cerință Autoritatea Contractanta dorește să se asigure că, ulterior atribuirii, se va respecta condiția difuzării spotului pe stațiile TV solicitate, în intervalele orare și conform specificațiilor din Caietul de sarcini”.

Autoritatea precizează că SRL a transmis în cadrul propunerii tehnice în fișierul „Documente atașate Propunerii Tehnice” la paginile 3-19 Acorduri de difuzare semnate și parafate de către toate posturile TV care „certifică difuzarea campaniilor media conform mediaplanului agreed”. Fiecare acord de difuzare care certifică difuzarea campaniilor media este însoțit de un mediaplan ce conține informațiile solicitate prin caietul de sarcini.

Astfel, afirmațiile tendențioase ale contestatorului de genul: „nu a depus media planul semnat/parafat de fiecare stație TV în parte”; „Aceasta lipsă totală de documente obligatorii conduce în mod evident la caracterul neconform al propunerii tehnice”, în opinia sa sunt total lipsite de fundament în realitatea procedurii de atribuire.

Solicită Consiliului să nu dea curs unor simple supoziții care sunt ușor demontabile de către documentele depuse și nici celor ce vizează presupuse omisiuni ale comisiei de evaluare în întocmirea procesului-verbal nr. 32973/31.07.2025.

Susține că comisia de evaluare a analizat în detaliu fiecare element și document depus și a consemnat clar și fără echivoc concluziile analizei cu privire la îndeplinirea tuturor cerințelor minime la nivelul Procesului-verbal nr. 32973/31.07.2025.

c. Contestatorul argumentează greșit faptul că ofertantul declarat câștigător SRL nu îndeplinește cerințele imperative privind difuzarea Campaniei TV. (punctele 62-63).

Comisia de evaluare a analizat toate posturile TV indicate în propunerea tehnică și acestea respectă cerințele ce vizează:

- S-au propus 7 stații cu profil de știri care în lună octombrie 2024 au înregistrat un Share minim de 0.1% pe publicul țintă 18+ rural (+g), intervalul orar 06:00-23:00 (conform datelor de audiență Kantar Media);
- S-au propus 2 stații cu profil generalist, dar cu program de week-end muzical (în care să se difuzeze muzică/videoclipuri) cel puțin 3 ore pe zi în intervalul 18:00-24:00, care în luna octombrie 2024 au înregistrat un Share minim de 0.5% pe publicul țintă 18+ rural (+g), intervalul orar 06:00-23:00 (conform datelor de audiență Kantar Media). Precizează că acest paragraf a fost modificat prin răspunsul la clarificări consolidat nr. 24542/05.06.2025.

Oferta SRL include doar spoturi TV care respectă intervalul orar 06.00 - 23.00, cu cel puțin 5 difuzări pe zi în intervalul 19:00-23:00 (prime time), pe fiecare stație TV în parte. S-au inclus exclusiv posturi TV monitorizate și cu o cotă de piață medie peste 0.1% pentru stațiile cu profil de știri și sub 0,5% pentru stațiile cu profil generalist pe publicul țintă 18+ rural (+g), intervalul orar 06:00 - 23:00 (conform datelor de audiență Kantar Media).

De asemenea arată că SRL a transmis în cadrul propunerii tehnice în fișierul „Documente atașate Propunerii Tehnice” la paginile 1-2 extras Kantar care certifică că posturile TV ofertate respectă cerințele caietului de sarcini.

d. Contestatorul afirmă eronat faptul că ofertantul declarat câștigător SRL nu îndeplinește cerința privind depunerea declarațiilor pe propria răspundere - Campania TV și Campania Online (punctele 64-67).

Autoritatea contractantă arată că SRL a transmis în cadrul propunerii tehnice în fișierul „Documente atașate Propunerii Tehnice” la pagina 20 DECLARAȚIE PE PROPRIA RĂSPUNDERE privind respectarea imaginii Autorității contractante și a finanțatorilor prin care „.....SRL se angajează ca, pe parcursul derulării contractului, să nu difuzeze spoturile TV realizate în cadrul prezentei campanii:

- pe posturi de televiziune care, prin natura conținutului editorial, orientare sau imagine publică, ar putea aduce atingere reputației și credibilității Autorității contractante - (ANCPI);

- sau ar putea afecta imaginea finanțatorilor proiectului, respectiv Programul Operațional Consolidarea Capacității Administrative (POCIDIF) și/sau Programul Operațional Regional (POR).

Ne angajăm să selectăm doar posturi TV care respectă normele de etică profesională, au profil editorial corespunzător caracterului instituțional al campaniei și îndeplinesc criteriile de eligibilitate stabilite în documentația de atribuire”.

De asemenea, la pagina nr. 32, ofertantul a transmis DECLARAȚIE PE PROPRIA RĂSPUNDERE privind respectarea imaginii Autorității contractante și a finanțatorilor în cadrul campaniei online prin care, conform cerințelor contractului, prestatorul se angajează „să nu difuzeze advertorialele sau alte materiale publicitare pe website-uri:

- care, prin conținutul, orientarea editorială, lipsa de credibilitate sau asocierea cu practici neprofesioniste, ar putea aduce prejudicii de imagine Autorității contractante - (ANCPI);

- sau ar afecta reputația finanțatorilor proiectului: Programul Operațional Consolidarea Capacității Administrative (POCIDIF) și/sau Programul Operațional Regional (POR).

Ne angajăm să utilizăm exclusiv website-uri care respectă normele de deontologie jurnalistică și care corespund cerințelor tehnice și editoriale prevăzute în documentația de atribuire”.

e. Contestatorul afirmă eronat faptul că ofertantul declarat câștigător SRL nu îndeplinește cerința privind difuzarea articolelor/advertorialelor - Campania online (punctele 68-69).

Autoritatea precizează că SRL a transmis în cadrul propunerii tehnice în fișierul „Documente atașate Propunerii Tehnice” la pagina 23 extras SATI Trafic website-uri la octombrie 2024 care dovedește îndeplinirea cerinței.

Prin prisma acestor aspecte, reiterează solicitarea adresată Consiliului de a proceda la respingerea contestației ca fiind neîntemeiată, în baza motivelor prezentate la nivelul prezentului punct de vedere.

f. Contestatorul afirmă eronat faptul că ofertantul declarat câștigător SRL nu îndeplinește cerința privind

semnarea/ parafarea planului media pentru fiecare website în parte - Campania Online (punctele 70-71).

Precizează că SRL a transmis în cadrul propunerii tehnice în fișierul „Documente atașate Propunerii Tehnice” la paginile 24-32 Acorduri de difuzare semnate și parafate de către toate website-urile care „certifica difuzarea advertorialelor conform mediaplanului agreat”. Fiecare acord de difuzare care certifică difuzarea advertorialelor este însoțit de un mediaplan ce conține informațiile solicitate prin caietul de sarcini.

Comisia de evaluare a analizat toate ofertele depuse și a acordat același tratament tuturor ofertanților în conformitate cu prevederile legale. La nivelul evaluării s-a verificat îndeplinirea de către toți ofertanții a cerințelor stipulate în caietul de sarcini completat corespunzător cu răspunsul la clarificări consolidat nr. 24542/05.06.2025.

Prin prisma acestor aspecte, reiterează solicitarea adresată Consiliului de a proceda la respingerea contestației ca fiind neîntemeiată, în baza motivelor prezentate la nivelul prezentului punct de vedere.

Prin adresa înregistrată la Consiliul Național de Soluționare a Contestațiilor sub nr. 66902/25.09.2025, ... SRL, a formulat cerere de intervenție, solicitând respingerea contestației cu consecința menținerii rezultatului procedurii prin care oferta sa a fost declarată câștigătoare.

Admisibilitatea cererii de intervenție voluntară (accesorie):

Intervenientul precizează că cererea este admisibilă în temeiul Legii nr. 101/2016, ...SRL este operator economic participant la procedură și declarat câștigător, cu interes legitim și actual în

menținerea rezultatului de atribuire a raportului procedurii și al comunicărilor autorității contractante.

Intervenția are caracter accesoriu - susține poziția autorității contractante și legalitatea rezultatului procedurii, fără a formula pretenții proprii, în nume propriu; doar dovezi de legalitate a propriei oferte și condițiile speciale ale confidențialității ofertei sale.

Prin urmare, sunt întrunite condițiile de competență, calitate, interes, termen, formă și probatoriu minimal, motiv pentru care solicită Consiliului să constate admiterea în principiu a intervenției sale voluntare (accesorii).

Fondul cauzei – intervenientul face o scurtă prezentare a situației de fapt.

1. Respectarea răspunsurilor la solicitările de clarificări:

Intervenientul precizează că oferta sa respectă întru totul prevederile documentației de atribuire și ale răspunsurilor la solicitările de clarificări formulate de autoritatea contractantă, care a precizat clar că NU se dorește un singur document care să conțină mediaplanul detaliat, ci documente individuale, semnate de fiecare stație, care să certifice disponibilitatea spațiului publicitar pentru mediaplanul dedicat fiecărei stații, cu respectarea confidențialității specifice (date privind prețurile practicate în funcție de volum, politici de discounturi etc.).

Astfel, autoritatea contractantă a avut în vedere obiectivul de a se asigura că furnizorii de media vor garanta spațiul ofertanților în conformitate cu propunerile depuse.

.....susține că a respectat întru totul solicitările autorității contractante și a atașat ofertei depuse acorduri de difuzare de la fiecare furnizor de media pentru mediile, stațiile și site-urile selectate, care confirmă exact solicitarea autorității contractante, respectiv „certificarea difuzării campaniilor media conform mediaplanului agreeat cu operatorul economic”, alături de mediaplanul atașat acordului. Autoritatea contractantă a procedat legal și corect, conform propriei documentații și practicii în materie de achiziții publice.

Prin documentele depuse și verificate de autoritatea contractantă, aceasta s-a asigurat că oferta sa respectă integral cerințele și că va asigura difuzarea campaniilor conform ofertei. Autoritatea contractantă nu avea niciun motiv să constate vreo neconformitate cu cerințele caietului de sarcini și răspunsurile la clarificări, întrucât efectiv nu există nicio neconformitate. Interpretarea contestatorului este contradictorie chiar cu răspunsul autorității contractante la întrebarea nr. 5 din clarificările nr. 24542/05.06.2025.

Mai mult, arată că la licitațiile privind servicii de difuzare în mediile TV și radio, este o practică uzuală ca autoritățile să solicite un acord de difuzare prin care fiecare furnizor de servicii media să certifice

disponibilitatea și asigurarea spațiului publicitar pentru operatorii interesați să depună ofertă. Astfel, se limitează riscul depunerii unor oferte nereserioase, fără acoperire din partea furnizorilor de servicii media. Furnizorii de media (stațiile TV/radio) pot impune restricții de difuzare în cazul unor operatori cu istoric de neplată sau alte probleme.

2. Capacitatea tehnică și profesională (softul InstarAnalytics - ARMA) REALIZAREA PLANIFICĂRII MEDIA (MEDIAPLAN TV).

Pentru a avea capacitatea tehnică și profesională necesară realizării planificării media, realizării mediaplanurilor cu difuzări, monitorizării unei campanii TV, analizei datelor de audiență și evaluării indicatorilor de performanță, în final crearea efectivă a unui mediaplan TV, este necesar să deții softul InstarAnalytics (Kantar Media Audiences), accesibil exclusiv membrilor Asociației Române pentru Măsurarea Audiențelor (ARMA/ARMADATA), pe baza unui contract. are acces la acest soft prin contractul nr. AD 231107-03 din 07.11.2023. În România nu există altă modalitate de realizare a planificării media, apoi de monitorizare, analiză și evaluare a campaniilor TV.

Intervenientul arată că SRL nu este membru ARMA, deci nu deține softul. Componenta membrilor ARMA este publică și poate fi consultată aici: <https://www.arma.org.ro/despre-noi/>. Nu poate înțelege cum se face planificarea media și că aceasta nu este atributul stațiilor TV, ci al agențiilor de publicitate, care urmăresc ca indicatorii de reach să fie atinși prin planificare media.

Pentru înștiințarea Consiliului, precizează că oferta depusă de către SRL este formată din mediaplanul TV detaliat pentru stațiile care s-au calificat conform solicitărilor caietului de sarcini,

iar clarificările autorității contractante sunt emise cu sprijinul acestui soft pentru atingerea obiectivelor de reach prevăzute în caietul de sarcini.

Astfel, conform răspunsului autorității la clarificările nr. 24542, răspunsul nr. 2, mixul de stații TV este format din:

„... Difuzările spotului vor fi făcute pe: (...) 2 stații cu profil generalist care, în luna octombrie 2024, au înregistrat un Share minim de 0,5% pe publicul-țintă 18+ rural (+g), intervalul orar 06:00-23:00 (conform datelor de audiență Kantar Media)”.

La acestea se adaugă 7 stații de știri care au înregistrat 0,1% market share.

Selecția stațiilor care au format mixul din mediaplanul TV depus și oferat de către SRL este conform topului de audiențe emis de softul InstarAnalytics, care poate fi consultat în fișierul Documente atașate propunerii tehnice, pag. 1.

De asemenea, susține că în același fișier, la paginile 21-22, este inclus mediaplanul TV tehnic, realizat pentru fiecare stație și fiecare interval orar, calculat prin softul InstarAnalytics (ratingul pe fiecare interval, stație și pentru întreaga campanie).

Intervenientul precizează că oferta sa este completă și detaliată și a fost semnată cu semnătură electronică de administratorul societății. Prin urmare, susținerea contestatorului că ar fi depus vreun document nesemnat reprezintă o afirmație ce nu are fundament, întrucât întreaga ofertă a fost semnată electronic.

În acest context, în opinia sa se impune următoarea întrebare: cum ar fi putut contestatorul să depună o ofertă fără să fie membru ARMA DATA, implicit fără acces la softul Kantar Media? Datele tehnice necesare planificării media nu pot fi achiziționate de la ARMA DATA, întrucât informațiile de reach sunt disponibile exclusiv membrilor care utilizează softul INFOSYS. Kantar pune la dispoziție doar topuri de audiență ale stațiilor TV, fără a furniza evaluări de planificare media.

Precizează că, pentru a putea depune ofertă la această procedură, caietul de sarcini a solicitat mediaplanuri detaliate, inclusiv estimarea reach-ului campaniei TV, ceea ce presupune atât deținerea softului Kantar Media, cât și existența unui expert/analist de date cu competențe în utilizarea softului. Aceasta nu constituie o activitate deschisă publicului larg, ci reprezintă o capacitate tehnică specifică firmelor de profil. ARMA DATA, pentru cei care nu sunt membri și nu dețin softul, nu poate pune la dispoziție mediaplanuri evaluate cu estimarea de reach.

ARMA DATA poate furniza, contra cost, topuri de audiență și certificări pentru planuri deja existente, dar nu realizează mediaplanuri și evaluări ale indicatorilor de performanță (reach-ul unei campanii viitoare). Aceasta este activitatea agențiilor de publicitate care dețin softul și expertul. Dat fiind că SRL nu este membru ARMA și nu

deține softul, se impune clarificarea modului în care a putut depune ofertă cu respectarea legislației în materia achizițiilor publice, respectiv art. 2 alin. 2 lit. d) - Transparența. În absența calității de membru ARMA și a accesului la softul Kantar Media, realizarea mediaplanurilor detaliate ar fi posibilă doar prin implicarea unui terț care deține softul și expertul aferent. Or, în cadrul procedurii, nu a fost declarat niciun subcontractant sau terț susținător. Subliniază că această capacitate tehnică este obligatorie pentru realizarea unei astfel de planificări media și nu se realizează de către televiziuni.

Menționează că aceste servicii nu pot fi obținute prin simplă furnizare, întrucât presupun atât capacitate tehnică (softul Kantar Media), cât și profesională (expert analist de date). SRL contestă planurile media depuse de SRL fără a prezenta dovada modului în care le-a construit și a felului în care ar putea atinge țintele de reach fără deținerea softului INFOSYS al ARMA DATA. Înainte de a formula astfel de susțineri și de a acuza autoritatea contractantă de evaluare incorectă, se impunea să ofere explicații clare și să facă dovada modului în care a depus oferta, precum și să explice utilizarea capacității unui terț fără a-l declara în procedură. Precizează că televiziunile nu realizează planuri media și nu calculează reach-ul pe care o campanie îl va atinge printr-un mediaplan propus, aceasta fiind exclusiv o capacitate tehnică a agențiilor profesionale de publicitate. Pentru a nu se interpreta că aduce critici în cadrul unei cereri de intervenție accesorie în favoarea autorității contractante și pentru menținerea deciziei acesteia, prezintă aceste aspecte pentru a evidenția în fața Consiliului că realizarea și planificarea media reprezintă o chestiune tehnică de matrice intelectuală

a companiei, un secret comercial/know-how în planificarea și strategiile media, condiții comerciale, estimări de reach și metodologii proprietare ale companiei, pe care contestatorul nu le deține, și solicită ca planificarea sa media să rămână confidențială, fiind declarat acest lucru în cadrul ofertei noastre tehnice.

În lipsa accesului legal la acest soft, contestatorul nu avea capacitatea tehnică de a formula o ofertă conformă cu cerințele caietului de sarcini. Astfel, pentru depunerea unei oferte valide era necesară atât deținerea softului Kantar Media/INFOSYS, cât și existența unui expert în utilizarea acestuia. În absența acestor elemente, contestatorul nu poate demonstra modul în care a realizat planificarea media și nici atingerea indicatorilor de reach solicitați prin documentația de atribuire. Precizează că, în calitate de intervenienți, nu poate ridica nulitatea ofertei contestatorului, întrucât nu are această competență, iar prezenta cerere nu reprezintă o contestație, ci o intervenție accesorie formulată în sprijinul autorității contractante și al rezultatului procedurii de atribuire prin care oferta a fost declarată câștigătoare.

Referitor la precizarea de la punctul 64 - susținerea contestatorului nu corespunde realității, declarația fiind depusă în SEAP, la documentele din fișierul „Documente atașate propunerii tehnice”, pag. 20.

Referitor la contestațiile de la punctele 67 lit. e), 69 lit. f) și 71 - aceste susțineri nu sunt întemeiate. Solicită Consiliului să verifice, în oferta sa, fișierul „Documente atașate propunerii tehnice”, pag. 23-34, unde se regăsesc toate mediaplanurile, declarația și documentele solicitate. Contestatorul nu a prezentat nicio dovadă care să susțină aceste afirmații.

3. Referitor la confidențialitatea ofertei.

Intervenientul precizează că invocă dreptul său legal de a-și proteja aceste informații. În oferta depusă în SEAP, a urcat Formularul nr. 10 privind informațiile confidențiale, prin care a declarat ca fiind confidențiale:

- întreaga ofertă tehnică și documentele atașate, mediaplanurile TV și advertorialele,
- informațiile privind strategia media.

Dovezile declarației de confidențialitate sunt reprezentate de proceduri și politici interne de protejare a ofertelor și strategiilor media, inclusiv prin limitarea accesului doar pentru angajații implicați. Aceste dovezi vor fi puse la dispoziția autorităților competente doar la solicitarea expresă a unei instanțe sau autorități competente, dacă va fi cazul.

Solicită menținerea caracterului confidențial al ofertei tehnice, al strategiei și al mediaplanurilor, întrucât acestea nu reprezintă informații de interes public. Prin verificarea acestor documente de către Consiliu se poate constata că respectă toate cerințele caietului de sarcini invocate de

contestator, așa cum a făcut și autoritatea contractantă prin evaluarea sa.

4. Cu privire la celelalte acuzații (punctele 72 și următoarele din contestație).

Referitor la toate acuzațiile formulate de contestator începând cu punctul 72 din contestația sa, solicită Consiliului să constate că acestea sunt neîntemeiate și demontate prin precizările aduse prin prezenta intervenție. Contestatorul urmărește, în realitate, întârzierea semnării contractului și împiedicarea implementării campaniei conform calendarului stabilit de autoritatea contractantă. Prin argumentele și dovezile prezentate, rezultă că această contestație este lipsită de fundament și de temei legal, întrucât toate prevederile invocate ca fiind încălcate au fost respectate de către comisia de evaluare numită din partea autorității contractante pentru această procedură.

Având în vedere cele prezentate intervenientul solicită Consiliului:

1. să respingă ca neîntemeiat Petitul 1 al contestatorului - „Anularea comunicării din 08.09.2025 și a Raportului procedurii”.

Contestatorul își întemeiază criticile pe simple supoziții privind preținse „lipsuri” ale ofertei sale, fără a fi avut acces legal la părțile marcate confidențiale ale acesteia, declarate în cadrul ofertei ca secrete tehnice. Confidențialitatea este permisă de art. 57 din Legea nr. 98/2016 doar pentru informații cu statut legal (date personale, secrete tehnice/comerciale, drepturi de proprietate intelectuală), condiționat de indicare și probare; dosarul devine public după finalizare, cu excepțiile prevăzute de lege (art. 217 din Legea nr. 98/2016). Comisia de evaluare a verificat

oferta, a solicitat clarificări și a declarat-o conformă și admisibilă; nu s-a constatat niciun viciu de legalitate al raportului sau al comunicării.

2. să respingă ca nefondat Petitul 2 al contestatorului - „Anularea Raportului procedurii nr. 38717/08.09.2025 și a actelor subsecvente acestuia”.

Contestatorul nu a prezentat nicio dovadă care să ateste existența unor încălcări ale documentației de atribuire sau ale legislației în materia achizițiilor publice în cadrul procesului de evaluare efectuat de autoritatea contractantă.

Comisia de evaluare a acționat conform prevederilor legale și a respectat principiile de imparțialitate și transparență. În evaluarea ofertelor depuse nu s-au constatat încălcări ale legislației aplicabile, iar criticile contestatorului se bazează exclusiv pe afirmații fără fundament probatoriu.

3. să respingă ca neîntemeiat Petitul 3 al contestatorului - „Anularea raportului de evaluare tehnică nr. 32963/31.07.2025”.

Afirmația privind „copierea caietului de sarcini” este neîntemeiată. Propunerea sa tehnică conține metodologie proprie, strategii, mediaplan TV/online detaliat, estimări de performanță (rating/reach) și acorduri/confirmări individuale ale difuzării de la furnizorii media, toate în deplină conformitate cu clarificările transmise de autoritatea contractantă. Afirmațiile contestatorului nu sunt susținute de dovezi și nu reflectă realitatea, fiind rezultatul unei confuzii între cerințele caietului de sarcini și elementele de conformitate prezentate de ofertanți.

În opinia sa comisia de evaluare a utilizat corect instrumentele prevăzute de lege - clarificările și corectările aritmetice - în limitele HG nr. 395/2016 și ale Legii nr. 98/2016, fără a modifica sau înlocui oferta. Contestatorul nu aduce probe contrare, limitându-se la simple afirmații, fără fundament juridic sau factual, care nu pot răsturna decizia legală și corectă luată de autoritatea contractantă.

4. să respingă ca neîntemeiat Petitul 4 al contestatorului - „Continuarea procedurii și reevaluarea tehnică/financiară a ofertei; declararea ca neconformă/inacceptabilă”.

Susține că evaluarea a fost realizată în limitele legii și ale documentației de atribuire. Clarificările au fost adresate tuturor participanților, atunci când a fost cazul, iar răspunsurile sale au fost acceptate de către autoritatea contractantă, aceasta procedând legal și corect. Cerința privind confirmările mediaplanului a fost îndeplinită în conformitate cu clarificările autorității contractante, prin documente individuale transmise de fiecare stație/website, și nu printr-un document unic. Această soluție în opinia sa respectă și condiția de protejare a confidențialității prețurilor și a politicilor comerciale/tehnice.

Medioplanul constituie o componentă tehnică confidențială, elaborată cu ajutorul softului specializat INFOSYS (ARMA Data - Kantar Media), singurul instrument tehnic care permite realizarea estimărilor de reach 1+ solicitate prin caietul de sarcini. SRL deține acest soft și l-a utilizat pentru conformarea la cerințele documentației. Contestatorul, nefiind membru ARMA Data și neavând acces la soft, nu putea întocmi în mod direct medioplanuri conforme. În lipsa declarării unui subcontractant sau a unui terț susținător, oferta contestatorului ridică probleme de conformitate, întrucât apelarea la resursele tehnice ale unei alte companii fără declararea acesteia contravine art. 2 alin. (2) lit. d) din Legea nr. 98/2016.

Autoritatea contractantă a procedat corect reținând răspunderea operatorului economic ofertant, care și-a asumat realizarea indicatorului de reach pe propria răspundere.

Aspecte privind confidențialitatea

Societatea sa a indicat și probat caracterul confidențial al secțiunilor din ofertă care conțin secrete comerciale/know-how (strategii media, condiții comerciale negociate cu furnizorii, estimări și metodologii proprii) sau elemente protejate de drepturi de proprietate intelectuală. Solicită examinarea acestor materiale în condiții speciale, pentru a concilia dreptul la apărare cu protecția intereselor comerciale legitime (art. 57 și art. 217 din Legea nr. 98/2016). Declarațiile imperative din caietul de sarcini/fișa de date au fost depuse în termen și în forma cerută. Lipsa de conformitate nu a fost probată de contestator.

5. să respingă ca neîntemeiat Petitul 5 al contestatorului - „Declararea ca neconforme/inacceptabile a ofertelor clasate pe locul I etc.”

Autoritatea contractantă a constatat conformitatea ofertei, iar contestatorul nu a dovedit contrariul. Invocările generice (pretinsa lipsă a mediaplanurilor, „copierea”) nu sunt susținute prin niciun mijloc de probă.

6. să admită numai în limitele legii Petitul 6 al contestatorului - „Acces la documentele dosarului CNSC (în special la propunerea tehnică a)”.

Societatea sa nu se opune accesului procesual al părților, dar cu respectarea art. 57 și art. 217 din Legea nr. 98/2016 privind confidențialitatea. Solicită CNSC să stabilească modalitatea de consultare în condiții restrictive pentru secțiunile declarate confidențiale, menținând echilibrul între transparență și protecția secretului comercial.

Menționează că aceste părți confidențiale reprezintă secrete tehnice și rezultate generate prin utilizarea softurilor de planificare media, achiziționate prin contracte, și constituie matricea intelectuală a companiei noastre. Planurile sunt semnate electronic de ofertant și asumate și de subcontractanții Best Advertising și The Plan B Concept prin acordurile de subcontractare. SRL a semnat oferta în nume propriu, prin asumarea răspunderii, respectând principiile prevăzute la art. 2 alin. (2) lit. c), d) și f) din Legea nr. 98/2016, oferta sa fiind susținută de acordurile cu subcontractanții declarați. Întreaga oferta este semnată electronic și asumată conform prevederilor legale în vigoare, cu semnătură electronică, conform solicitările fișei de date, IV.4.3 Modul de prezentare al ofertei, nu există niciun document nesemnat în oferta depusă de SRL.

7. să respingă Petitul 7 al contestatorului - „Cheltuieli de judecată”, ca o consecință a respingerii contestației în totalitate, ca fiind nefondată și neîntemeiată.

Pentru aceste motive, în fapt și în drept, având în vedere argumentele și înscrisurile depuse, solicită Consiliului următoarele:

Capete de cerere:

1. admiterea intervenției voluntare accesorii formulate de SRL;
2. respingerea contestației SRL, ca neîntemeiată;
3. menținerea rezultatului procedurii de atribuire, respectiv a ofertei SRL declarată câștigătoare;

4. stabilirea modalităților de consultare a documentelor confidențiale, dacă Consiliul consideră necesar, potrivit art. 57 și art. 217 din Legea nr. 98/2016.

Temeiuri legale invocate: Legea nr. 101/2016 - art. 17, Legea nr. 98/2016 - art. 57, art. 217; HG nr. 395/2016 - art. 62, art. 133-137.

Având în vedere documentele depuse în cadrul procedurii, declarate „CONFIDENȚIALE”, respectiv propunerea tehnică, propunerea financiară și răspunsurile la solicitările de clarificări, precum și faptul că SRL a solicitat să i se permită accesul la dosarul cauzei, în conformitate cu dispozițiile art. 20 din Legea nr. 101/2016, cu modificările și completările ulterioare, prin adresa nr. 68614/3744/C1/01.10.2025, Consiliul solicită SRL, să comunice temeiul juridic al încadrării tuturor înscrisurilor menționate de către aceasta ca fiind „confidențiale”, să justifice această încadrare și să demonstreze prin orice mijloc de probă, caracterul confidențial al documentelor și prejudiciul adus urmare a dezvăluirii acestor informații, conform dispozițiilor art. 19 alin. (1) din Legea nr. 101/2016, cu modificările și completările ulterioare.

Prin adresa nr. 190/03.10.2025, înregistrată la CNSC sub nr. 69106/03.10.2025, ...SRL răspunde solicitării Consiliului, precizând că:

Informațiile menționate îndeplinesc cumulativ condițiile prevăzute de legislație pentru a fi calificate drept secrete comerciale și tehnice:

- Nu sunt cunoscute publicului, accesul la datele și aplicațiile utilizate fiind condiționat de calitatea de membru ARMA/ARMADATA și de existența unor contracte speciale;

- Au valoare economică, constituind baza know-how-ului și a avantajului competitiv dobândit prin investiții în licențe software, analiză și expertiză profesională;

- Au fost protejate prin măsuri rezonabile, documentele fiind marcate „CONFIDENȚIAL”, accesul fiind restricționat la personal autorizat, sub clauze contractuale de confidențialitate.

Prin urmare nu este de acord ca contestatorul să aibă acces la oferta sa declarată confidențială.

Prin adresa înregistrată la CNSC sub nr. 71537/13.10.2025 SRL transmite concluzii scrise ca urmare a studierii dosarului cauzei la CNSC prin care solicită:

A. admiterea contestației formulată împotriva adresei de comunicare a rezultatului procedurii, a raportului procedurii nr. 38717/08.09.2025, cu privire la decizia de clasare a sa pe locul II, respectiv:

1. anularea adresei din data de 08.09.2025 - comunicare rezultat procedura prin care se declara oferta SRL ca fiind clasata pe locul I.

2. anularea raportului procedurii cu nr. 38717/08.09.2025 și a actelor subsecvente acestuia.

3. anularea raportului de evaluare tehnică nr. 32963 din data de 31.07.2025.

4. continuarea procedurii de achiziție publică și reevaluarea tehnică și financiară a ofertei SRL, clasată pe locul I.

5. reevaluarea ofertei clasate pe locul I și constatarea ca neconforma și inacceptabila a acesteia.

B. respingerea cererii de intervenție accesorie formulată de SRL ca neîntemeiată.

C. Cheltuieli de judecată ocazionate cu prezentul demers.

Pentru a dispune in sensul celor de mai sus, solicită a se avea în vedere următoarele:

Conform prevederilor din Caietul de Sarcini - 4.2.1., ofertanții vor prezenta în propunerea tehnică un plan media pentru difuzarea spotului TV care trebuie să conțină:

- „• nume posturi TV;

- ziua de difuzare;

- ora de difuzare;

- rating orar;

- numărul de difuzări

- număr de persoane expuse la materialele publicitare (reach);

- punctele de rating obținute de publicul țintă al campaniei (TRPs).

Pentru certificarea disponibilității spațiului publicitar contractat, în propunerea tehnică se solicită semnarea/parafarea mediaplanului

detaliat (număr de difuzări pe intervale orare/zile/campanii) de fiecare stație TV în parte.

Toate aceste elemente sunt cerințe minime obligatorii, esențiale pentru evaluarea tehnică a capacității ofertantului de a implementa contractul conform standardelor impuse de autoritatea contractantă.

Susține că, urmare a solicitării de clarificări din partea operatorilor economici, autoritatea contractantă a transmis răspunsul înregistrat sub nr. 24542/05.06.2025; la întrebarea nr. 5, cu privire la solicitarea autorității privind disponibilitatea spațiului TV, la punctul 4.2.1. din Caietul de sarcini: „Pentru certificarea disponibilității spațiului publicitar contractat, în propunerea tehnică se solicită semnarea/parafarea mediaplanului detaliat (număr de difuzări pe intervale orare/zile/campanii) de fiecare stație TV în parte", autoritatea contractantă a clarificat următoarele:

«Precizam faptul ca Autoritatea Contractanta NU solicita ca ofertantul sa prezinte un singur document conținând mediaplanul detaliat, semnat/parafat de toate stațiile TV, ci este necesar ca fiecare stație sa semneze/parafeze un document individual prin care sa certifice disponibilitatea spațiului publicitar pentru mediaplanul dedicat respectivei stații. Astfel, orice operator economic interesat în a depune oferta trebuie să depună câte un document parafat pentru fiecare stație TV în parte, asigurându-se astfel confidențialitatea, proporționalitatea și tratamentul egal.

Prin aceasta cerință Autoritatea Contractanta dorește să se asigure că, ulterior atribuirii, se va respecta condiția difuzării spotului pe stațiile

TV solicitate, în intervalele orare și conform specificațiilor din Caietul de sarcini.»

Cu toate acestea, susține că ofertantul SRL nu a prezentat documentele menționate mai sus și nu a depus media planul semnat/parafat de fiecare stație TV în parte.

Contestatorul arată că în conținutul procesului verbal de evaluare tehnica nr. 32973/ 31.08.2025, autoritatea contractantă nu face mențiuni cu privire la îndeplinirea acestei cerințe obligatorii și esențiale de către ofertanți.

Autoritatea contractantă prin adresa nr. 40481/25.09.2025, punctul II, litera b reține următoarele:

- „Autoritatea contractantă la nivelul răspunsului la clarificări consolidat nr. 24542/05.06.2025 a stabilit următoarele cerințe cu privire la mediaplanuri: „Precizăm faptul că Autoritatea Contractanta NU solicită ca ofertantul să prezinte un singur document conținând mediaplanul detaliat, semnat/parafat de toate stațiile TV, ci este necesar ca fiecare stație să semneze/parafeze un document individual prin care să certifice disponibilitatea spațiului publicitar pentru mediaplanul dedicat respectivei stații. Astfel, orice operator economic interesat în a depune oferta trebuie să depună câte un document parafat pentru fiecare stație TV în parte, asigurându-se astfel confidențialitatea, proporționalitatea și tratamentul egal”.

- „Ofertantul SC SRL a transmis în cadrul Propunerii Tehnice în fișierul „Documente atașate Propunerii Tehnice” la paginile 3-19 Acorduri de difuzare semnate și parafate de către toate posturile TV care „certifica difuzarea campaniilor media conform mediaplanului agreeat”. Fiecare acord de difuzare care certifică difuzarea campaniilor media este însoțit de un mediaplan ce conține informațiile solicitate prin Caietul de Sarcini”.

Cu privire la acordurile de difuzare depuse de ofertantul SRL, contestatorul solicită să se rețină următoarele:

a. În acordurile de difuzare semnate și parafate de stațiile TV nu se regăsesc informațiile solicitate de autoritatea contractantă (ziua de difuzare, ora de difuzare, rating orar, numărul de difuzări etc);

b. Ofertantul SRL a prezentat un alt document, denumit mediaplan, anexat acordului de difuzare, însă acest mediaplan nu este semnat de stații;

c. ofertantul SRL a prezentat un acord de difuzare advertoriale semnat de website-urile propuse, însă acest acord reprezintă doar o asumare generică a difuzării „conform mediaplanului agreeat în oferta tehnică”, fără a include mediaplanul detaliat asumat de fiecare furnizor.

Contestatorul arată că atât prin caietul de sarcini cât și prin răspunsul la clarificări nr. 24542/05.06.2025, autoritatea contractantă a explicat clar raționamentul din spatele acestei solicitări, și anume certificarea disponibilității spațiului publicitar contractat. Ori, pentru ca această cerință să fie îndeplinită, documentul semnat de stații trebuia să conțină în mod obligatoriu (nume posturi TV, ziua de difuzare, ora de difuzare, rating orar, numărul de difuzări, număr de persoane expuse la materialele publicitare - reach, punctele de rating obținute de publicul țintă al campaniei - TRPs), informații care nu se regăsesc în acordurile de difuzare depuse de SRL.

Totodată, atât timp cât mediaplanul de difuzări spoturi TV depus în cadrul propunerii tehnice nu este semnat/parafat de stațiile TV, creează riscul ca propunerea tehnică să difere de cererea efectivă adresată furnizorilor. În lipsa semnăturii/parafei pe mediaplanul detaliat, furnizorii nu certifică în mod concret disponibilitatea spațiului publicitar aferent propunerii tehnice, iar documentul prezentat de ofertant poate fi modificat unilateral, fără asumarea efectivă a furnizorului.

Mai mult, solicită să se constate că ceilalți doi participanți la procedură de atribuire au înțeles corect caracterul de cerință minimă obligatorie al prevederii din caietul de sarcini și au depus propunerile tehnice în deplină concordanță, incluzând mediaplanurile detaliate semnate/parafate de fiecare furnizor în parte, fără a substitui această obligație prin documente de tip angajament general. Această practică confirmă faptul că respectarea cerinței nu lasă loc de interpretare și nu poate fi substituită prin soluții indirecte sau simplificate.

Prin urmare, consideră că oferta depusă de SRL nu respectă cerințele documentației de atribuire și ale clarificărilor transmise, întrucât NU a prezentat mediaplanul cu informațiile solicitate de autoritatea contractantă (ziua de difuzare, ora de difuzare, rating orar, numărul de difuzări etc) semnat și parafat de fiecare furnizor în parte, ci doar un acord general lipsit de caracter probatoriu în raport cu cerințele minime obligatorii.

Mediaplanurile depuse în cadrul unei proceduri de achiziție publică nu pot fi asimilate unor informații cu caracter confidențial sau unor secrete comerciale, întrucât acestea nu conțin know-how, strategii interne sau elemente care ar putea afecta poziția concurențială a ofertanților pe piață.

Conținutul lor reprezintă strict o structură tehnică de ofertă, respectiv numărul și repartizarea spoturilor, elemente care, pe deasupra, au fost prevăzute expres ca factor de evaluare și punctaj în documentația de atribuire. Așadar, mediaplanurile nu au caracter de inovație comercială, ci constituie o simplă expresie a modului în care ofertanții au răspuns unor cerințe prestabilite de autoritatea contractantă.

Invocarea confidențialității în acest caz a fost neîntemeiată și abuzivă, deoarece a împiedicat verificarea modului în care s-au acordat punctajele și, implicit, au afectat principiile de transparență și tratament egal care guvernează procedurile de achiziție publică.

Contestatorul arată că conform ofertei depuse, ...SRL are rolul principal, ocupându-se de creația, producția materialelor de comunicare, difuzarea media TV și online, monitorizarea și realizarea rapoartelor de impact, în timp ce BEST ADVERTISING WORLDWIDE SRL, în calitate de subcontractant, este responsabilă de difuzarea media TV pe posturile Antena 3, TVR Info și TVR 2, iar THE PLAN B CONCEPT SRL, tot în calitate de subcontractant, gestionează difuzarea media TV și online pe stațiile RTV, Euronews, Favorit TV, Realitatea Plus și Digi 24, se observă că postul B1 TV nu este menționat în nicio etapă a colaborării, nici în lista subcontractanților, nici în serviciile atribuite acestora.

.....SRL a depus acorduri de difuzare pentru fiecare stație TV și website inclus în mixul media propus, documente semnate și ștampilate de fiecare furnizor în parte, conținând formula standard „difuzarea se va realiza în conformitate cu mediaplanul realizat, conform cerinței”. Cu toate acestea, nu a fost depus niciun mediaplan efectiv de difuzare semnat și ștampilat de fiecare stație sau platformă online, deși această cerință reprezintă o condiție minimă prevăzută expres în caietul de sarcini și ulterior reiterată în răspunsurile la clarificări.

În practică, un acord generic de difuzare are caracter de angajament de principiu, bazat pe încrederea reciprocă dintre solicitant și furnizor, fără a produce efecte ferme în lipsa mediaplanului asumat.

Totuși, în situațiile excepționale, cum este cazul de față, cu volume mari și frecvențe ridicate de difuzare, desfășurate zilnic și pe durată lungă, mediaplanul trebuie atestat prin semnătură și ștampilă aplicate direct de către fiecare stație TV sau website.

În opinia sa această formalitate garantează respectarea limitelor legale stabilite de Legea audiovizualului nr. 504/2002, art. 35, potrivit căreia proporția publicității nu poate depăși 12 minute/oră pentru posturile comerciale și 8 minute/oră pentru cele aparținând Societății Române de Televiziune.

În continuare, prezintă situația fiecărei stații TV:

- România TV - A fost propusă difuzarea a 5 spoturi în prime-time (19:00- 23:00), interval în care stația poate emite legal 48 de minute de publicitate (echivalentul a 96 de spoturi de 30 de secunde). Ponderea propusă este de aproximativ 6% din spațiul publicitar disponibil, fără a depăși limita legală. Cu toate acestea, mediaplanul efectiv de difuzare NU a fost semnat de stație, fiind doar atașat ulterior acordului. SRL a plasat mediaplanul în spatele primei pagini semnate, încercând astfel să inducă în eroare autoritatea contractantă, ca și cum planul ar fi fost prezentat și asumat de stație în momentul semnării acordului.

- TVR Info - S-au propus 16 spoturi în prime-time (19:00-23:00) și 52 spoturi în extra-prime-time (06:00-19:00). Pentru intervalul de seară, durata legală de publicitate este de 32 de minute (maxim 64

spoturi), iar pentru intervalul de zi - 104 minute (maxim 208 spoturi). Volumul zilnic de difuzări, reprezentând 25% din spațiul disponibil, menținut constant timp de 6 luni, este unul neobișnuit în practica publicitară și ridică probleme de fezabilitate. Cu toate acestea, mediaplanul aferent NU a fost semnat de TVR Info, fiind atașat ulterior acordului, fără asumarea efectivă a conținutului. Și în acest caz, documentul a fost poziționat în spatele paginii semnate, generând impresia falsă că face parte din același angajament semnat.

- TVR 2 - A fost propusă difuzarea a 8 spoturi în prime-time și 40 de spoturi în extra-prime-time. Raportat la limita legală (32 minute, respectiv 104 minute), aceste volume corespund unor ponderi de 16% și 20% din spațiul publicitar zilnic - o frecvență ridicată și constantă, dificil de susținut operațional. Nici în acest caz NU s-a depus mediaplanul efectiv semnat de stație; acesta a fost doar anexat acordului general, fără semnătura furnizorului, inducând aceeași aparență de conformitate prin plasarea sa imediat după pagina semnată.

- Euronews - S-au propus 10 spoturi în prime-time și 24 în extra-prime-time, corespunzând la aproximativ 11% și respectiv 8% din spațiul legal disponibil (96 și 312 spoturi). Deși volumele par rezonabile, durata și frecvența zilnică ridicată necesită validarea fermă a mediaplanului, ceea ce NU s-a realizat. Documentul anexat nu este semnat de Euronews, fiind, de asemenea, introdus în spatele acordului semnat, cu scopul evident de a crea impresia unei aprobări complete.

- B1 TV - A fost propusă difuzarea a 8 spoturi în prime-time și 26 în extra-prime-time, corespunzând la circa 9% din spațiul total. Nici în acest caz NU există mediaplan semnat și ștampilat, ci doar un acord general semnat pe prima pagină, urmat de un plan atașat ulterior, fără validare din partea stației, cu intenția de a crea confuzia că acesta ar fi fost aprobat odată cu acordul.

- Favorit TV - A fost propusă difuzarea a 16 spoturi în prime-time și 52 în extra-prime-time, echivalentul a aproximativ 17% din spațiul publicitar zilnic, un volum ridicat și constant pentru o perioadă lungă de timp. Nici în acest caz NU există un mediaplan efectiv semnat de stație, fiind aplicată aceeași practică: anexarea planului neverificat în spatele acordului semnat pe prima pagină, în scopul de a crea aparența unei conformități inexistente.

- Realitatea Plus, Digi 24 și Antena 3 - Fiecare cu 5 spoturi propuse în intervalul de prime-time, adică aproximativ 6% din spațiul total disponibil (96 spoturi de 30 de secunde). Pentru toate aceste posturi se constată același tipar: lipsa semnăturii și ștampilei pe mediaplanul efectiv, documentele fiind atașate ulterior acordurilor semnate doar pe prima pagină, într-o manieră menită să inducă în eroare autoritatea contractantă.

Situația este identică și în cazul website-urilor incluse în mixul media. Deși s-au depus acorduri de difuzare semnate și ștampilate, mediaplanurile efective lipsesc.

În condițiile unui număr mare de advertoriale propuse săptămânal, neasumarea mediaplanurilor de către fiecare platformă, în opinia sa constituie o încălcare directă a cerinței minime din caietul de sarcini, clar formulate și reamintite în clarificări.

Toate aceste elemente indică o practică deliberată a SRL, prin care s-a urmărit crearea unei aparențe de conformitate formală, în realitate lipsind documentele obligatorii de asumare a difuzărilor.

Această conduită a fost dublată de faptul că SRL a marcat oferta tehnică drept confidențială, refuzând accesul la conținutul acesteia și insistând în mod repetat, inclusiv în fața CNSC, ca autoritatea să nu permită accesul celorlalți participanți la oferta tehnică, sub pretextul protejării unor informații sensibile.

Din analiza ulterioară, în opinia sa rezultă că, scopul real al acestei confidențialități a fost ascunderea practicii neconforme a acordurilor, semnate doar pe prima pagină, fără mediaplanurile efective ștampilate, încălcând o cerință obligatorie, clar definită atât în caietul de sarcini, cât și în răspunsurile la clarificări. Este relevant de menționat că toți ceilalți participanți la procedură au înțeles și au respectat această cerință, depunând mediaplanuri efective semnate și ștampilate de fiecare difuzor.

În aceste condiții, consideră că conduita SRL relevă o încercare de a induce în eroare autoritatea contractantă și de a eluda verificarea conformității ofertei tehnice.

În atare situație, oferta tehnica a SRL nu îndeplinește condițiile prevăzute în caietul de sarcini și oferta sa trebuia declarată neconformă, în baza prevederilor legale și a mențiunilor impuse ofertanților prin caietul de sarcini, autoritatea contractanta având obligația respectării propriilor reguli impuse prin documentația de licitație.

Față de aceste aspecte consideră că oferta SRL trebuia declarată neconformă, întrucât nu corespunde cerințelor tehnice prevăzute în caietul de sarcini în temeiul art. 215 alin. (5) din Legea nr. 98/2016 privind achizițiile publice, art. 65 alin. (2), art. 133 alin. (2) și 137 alin. (1), (3) litera a) din HG nr. 395/2016 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a prevederilor referitoare la atribuirea contractului de achiziție publică/acordului-cadru din Legea nr. 98/2016 privind achizițiile publice.

În opinia sa nu are relevanță modalitatea în care este întocmit media planul, programul în care a fost realizat, sau dacă a fost calculat sau nu prin softul Inter-Analystics, în condițiile în care nu este respectată o cerință esențială a autorității contractante.

Sușinerile SRL referitoare la pretinsa obligativitate a deținerii anumitor softuri specializate (precum Kantar Media) sau la necesitatea calității de membru ARMA sunt neîntemeiate, întrucât asemenea cerințe nu au fost prevăzute în documentația de atribuire, iar participarea la procedură nu a fost condiționată de deținerea unor licențe software, baze de date ori afilieri instituționale.

Conform caietului de sarcini - pct. 4.2.1., ofertanții aveau obligația de a include în propunerea tehnică un plan media detaliat pentru difuzarea spotului TV, semnat/parafat, conținând: denumirea posturilor TV, ziua și ora de difuzare, ratingul orar, numărul de difuzări, numărul estimativ de persoane expuse (reach) și punctele de rating obținute de publicul țintă (TRPs).

Această cerință a urmărit demonstrarea capacității tehnice și profesionale a ofertantului de a planifica și implementa o campanie media coerentă, nu utilizarea unui anumit instrument de analiză.

Estimările privind ratingul, reach-ul și TRP-urile reprezintă indicatori standard în activitatea de media planning, care pot fi realizați prin metode proprii, prin expertiză internă sau prin alte instrumente de piață disponibile. Caietul de sarcini a solicitat rezultatul final (estimarea audienței), nu mijlocul tehnic prin care acesta este obținut.

În consecință, lipsa deținerii softului Kantar Media sau a calității de membru ARMA nu împiedică operatorii economici să întocmească un plan media valid, bazat pe alte surse de date, experiență profesională ori metodologii alternative.

Indiferent de modul în care ofertantul a generat mediaplanul - fie prin utilizarea unui soft specializat, prin estimări proprii, fie prin alte metode interne de analiză - acesta avea obligația de a respecta cerința imperativă și esențială stabilită de autoritatea contractantă la pct. 4.2.1. din caietul de sarcini, respectiv ca mediaplanul detaliat să fie semnat sau parafat de către fiecare stație TV/site web pentru care se certifică disponibilitatea spațiului publicitar.

Această cerință are caracter obligatoriu, întrucât reprezintă singurul mijloc obiectiv de verificare a faptului că spațiile media propuse de ofertant sunt efectiv disponibile în perioada și intervalele orare indicate, asigurând astfel realismul și executabilitatea propunerii tehnice.

Prin urmare, indiferent de sursa datelor utilizate la întocmirea mediaplanului (ex. date proprii, instrumente de piață, estimări manuale sau softuri licențiate), ofertantul trebuia să obțină confirmarea expresă a disponibilității din partea fiecărui operator media implicat.

Precizează că își menține concluziile privind neîndeplinirea cerințelor imperative privind depunerea planului media semnat/parafat de fiecare website în parte, sens în care oferta trebuia declarată neconformă și inacceptabilă.

Astfel, conform prevederilor caietului de sarcini - 4.3.1, „Pentru certificarea disponibilității spațiului publicitar contractat, în propunerea tehnică se solicită semnarea/parafarea planului media detaliat (număr de difuzări pe intervale zile/campanii) de fiecare website în parte”.

Ca și în situația stațiilor TV, ...SRL, a depus acorduri de difuzare, fără plan media semnat/parafat de către fiecare website în parte.

Astfel:

- Ziare.com - S-au propus 4 adventoriale pe săptămână, respectiv un număr de 96 de adventoriale în 18 zile. Frecvența necesită validarea fermă a mediaplanului, ceea ce NU s-a realizat. Documentul anexat nu este semnat de MachTech Soft SRL, fiind, de asemenea, introdus în spatele acordului semnat, cu scopul evident de a crea impresia unei aprobări complete;

- Gandul.ro - S-au propus 4 adventoriale pe săptămână, respectiv un număr de 96 de adventoriale în 18 zile. Și în acest caz frecvența necesită validarea fermă a mediaplanului, ceea ce NU s-a realizat. Documentul anexat nu este semnat de Gândul Media Network SRL, fiind, de asemenea, introdus în spatele acordului semnat, cu același scop de a crea impresia aprobării media planului.

- Antena3.ro - S-au propus 4 adventoriale pe săptămână, respectiv un număr de 96 de adventoriale în 18 zile, fără a exista o validare fermă a mediaplanului. Documentul anexat nu este semnat de Antena3 SA, fiind, de asemenea, introdus în spatele acordului semnat;

- Libertate.ro - S-au propus 4 adventoriale pe săptămână, respectiv un număr de 96 de adventoriale în 18 zile, media planul anexat nefiind semnat de Ringer Romania, fiind, de asemenea, introdus în spatele acordului semnat.

Un alt aspect importat în opinia sa este neidentificarea în cadrul acordurilor de difuzare depuse, atât cu privire la stațiile TV cât și cu privire la site-urile web, a datelor de identificare și calitatea persoanelor care au semnat și parafat acordurile, sens în care acestea sunt de natură a crea un dubiu cu privire la validitatea acestora și asumarea obligațiilor de către entitățile respective.

Astfel, cu privire la următoarele acorduri de difuzare:

- Societatea RTV HD SRL - nu are indicată persoana semnatară, fiind inclusă doar ștampila și o semnătură olografă,

- PHG Media-Invest SRL - nu are indicată persoana semnatară, fiind inclusă doar ștampila și o semnătură olografa,

- B1 TV Channel SRL - nu are indicată persoana semnatară, fiind inclusă doar ștampila și o semnătură olografa,

- Gândul Media Network SRL - nu are indicată persoana semnatară, fiind inclusă doar ștampila și o semnătură olografa,

- Ringer Romania - nu are indicată persoana semnatară, fiind inclusă doar ștampila și o semnătură olografă.

Față de aceste aspecte consideră că oferta SRL trebuia declarată neconformă, întrucât nu corespunde cerințelor tehnice prevăzute în caietul de sarcini în temeiul art. 215 alin. (5) din Legea nr. 98/2016 privind achizițiile publice, art. 65 alin. (2), art. 133 alin. (2) și 137 alin. (1), (3) litera a) din HG nr. 395/2016 pentru aprobarea

Normelor metodologice de aplicare a prevederilor referitoare la atribuirea contractului de achiziție publică/acordului-cadru din Legea nr. 98/2016 privind achizițiile publice.

Pe de altă parte, informațiile prezentate de către ofertanți în propunerea tehnică reprezintă fundament pentru evaluarea acestora și aplicarea criteriului de atribuire, conform metodologiilor stabilite prin documentația de atribuire, sens în care ofertantul clasat pe locul I avea obligația depunerii propunerii tehnice cu menționarea detaliilor tehnice, în caz contrar, autoritatea contractantă trebuia să declare oferta neconformă.

Raportat la cele evocate și ținând seama de atribuțiile comisiei de evaluare, prevăzute la art. 65 alin. (2) coroborat cu art. 127 alin. (1) lit. f) din HG nr. 395/2016, solicită Consiliului să constate că această verificare, în ceea ce privește ofertele tehnice depuse de societățile clasate pe locurile I, II și III nu a fost efectuată de autoritatea contractantă cu respectarea regulilor și principiilor care guvernează legislația specifică în domeniu și, pe cale de consecință, criticile privind nelegalitatea evaluării ofertelor sunt întemeiate.

Pentru toate motivele arătate anterior, solicită admiterea contestației astfel cum a fost formulată.

În susținerea dovedirii cheltuielilor de judecată atașează factura nr. DG1551 din 13.10.2025 în cuantum de 4840,00 lei (cu TVA) și chitanța seria/număr DG 314/13.10.2025.

Prin adresa nr. 195/14.10.2025, înregistrată la CNSC sub nr. 71959/15.10.2025 SRL transmite punct de vedere împotriva concluziilor scrise formulate de contestator.

.....SRL, în calitate de ofertant declarat câștigător al procedurii, împreună cu subcontractanții declarați Best Advertising Worldwide și The Plan B Concept, pe care îi reprezintă, în cadrul prezentei Note Finale, solicită respingerea în totalitate a concluziilor scrise formulate de SRL, pentru următoarele motive legale și faptice:

1. Contestatorul își susține o mare parte din contestație pe baza răspunsului autorității contractante la întrebarea nr. 5, însă invocă doar o parte din context, fără a cita și întrebarea - adică întregul cadru în care autoritatea contractantă a oferit completarea la documentația de atribuire a procedurii.

Astfel, întrebarea și răspunsul integral sunt citate mai jos:

Întrebare nr. 5:

„Solicitarea autorității privind disponibilitatea spațiului TV, la punctul 4.2.1. „Pentru certificarea disponibilității spațiului publicitar contractat, în propunerea tehnică se solicită semnarea/parafarea mediaplanului detaliat (număr de difuzări pe intervale orare/zile/campanii) de fiecare stație TV în parte.

Această solicitare conduce inevitabil la dezvoltarea strategiei media realizată de operatorii economici participanți la procedură și la restrângerea liberei competiții. Dat fiind faptul că, spațiul TV se poate achiziționa prin regii de vânzări, terți, furnizori de spațiu media, strategia operatorilor economici, care este un secret profesional și reprezintă matricea intelectuală, va fi dezvăluită din cauza solicitării autorității contractante. Autoritatea contractantă prin această solicitare contribuie la dezvoltarea strategiei fiecărui operator economic înainte de depunerea ofertelor către terțe părți care nu sunt implicate în mod direct în procedură și va conduce inevitabil la tratament preferențial al unor operatori economici și la discriminarea altor operatori economici. Această solicitare încalcă principiile legii achizițiilor publice.

Prin urmare, cerința autorității contractante de a solicita semnarea sau parafarea mediaplanului detaliat de către fiecare stație TV în parte este nejustificată și contrară principiilor legii achizițiilor publice, încalcă confidențialitatea, proporționalitatea și tratamentul egal.

Ca atare, vă rugăm să modificați forma solicitării, cu garantarea că operatorii economici vor fi tratați în mod egal și cu respectarea dreptului de a li se păstra confidențială strategia și oferta realizată. Prezentarea unui acord de principiu al stațiilor (sau a reprezentanților autorității) selectate și ofertate de către operatorul economic este suficient pentru ca autoritatea să se asigure că fiecare stație aprobă difuzarea campaniei media de către fiecare operator economic care depune oferta”.

Răspunsul autorității contractante la întrebarea nr. 5:

„Precizăm faptul că Autoritatea Contractantă NU solicită ca ofertantul să prezinte un singur document conținând mediaplanul detaliat, semnat/ parafat de toate stațiile TV, ci este necesar ca fiecare stație să semneze/ parafeze un document individual prin care să certifice disponibilitatea spațiului publicitar pentru mediaplanul dedicat respectivei stații. Astfel, orice operator economic interesat în a depune ofertă trebuie să depună câte un document parafat pentru fiecare stație TV în parte, asigurându-se astfel confidențialitatea, proporționalitatea și tratamentul egal. Prin această cerință Autoritatea Contractantă dorește să se asigure că, ulterior atribuirii, se va respecta condiția difuzării spotului pe stațiile TV solicitate, în intervalele orare și conform specificațiilor din Caietul de sarcini”.

În fapt, intervenientul arată că s-a solicitat ca ofertantul, în etapa de depunere a ofertei, să prezinte, pentru fiecare stație TV inclusă în plan, un document individual semnat/parafat de acea stație, care să ateste că spațiul publicitar există și poate fi rezervat conform planului propus.

Scopul declarat: asigurarea faptului că, după atribuirea contractului, nu vor exista probleme de difuzare.

Oferta sa conține un document pentru fiecare stație TV în parte, care a fost inclusă în mediaplan. Solicitarea autorității din răspunsul nr. 5 este clară: „...câte un document individual, semnat/parafat de fiecare stație TV, prin care să se certifice disponibilitatea spațiului publicitar pentru mediaplanul dedicat respectivei stații”. Așadar, cerința legală este:

- un document individual;

- semnat/parafat de stația TV;
- care să confirme disponibilitatea spațiului publicitar aferent planului propus. Concluzie fermă

Prin prezentarea documentelor individuale, semnate și parafate de fiecare stație TV inclusă în propunerea tehnică, care certifică disponibilitatea spațiului publicitar și acordul de principiu pentru difuzarea campaniei media conform mediaplanului dedicat, cerința prevăzută la punctul 4.2.1 din caietul de sarcini este integral îndeplinită.

În consecință, nu există niciun motiv de neconformitate, întrucât documentele prezentate corespund exact cerinței formulate de autoritate și garantează atingerea obiectivului procedural - certificarea disponibilității spațiului publicitar pentru implementarea campaniei.

2. Totodată, planurile media sunt asumate prin semnătură electronică extinsă de reprezentantul legal al SRL și de subcontractanții declarați, în conformitate cu art. 272 și art. 278 din Codul de procedură civilă, coroborate cu art. 4 alin. (3) din Legea nr. 455/2001 privind semnătura electronică, precum și cu art. 218-219 din Legea nr. 98/2016 privind reglementarea și declararea subcontractanților.

- Planurile de difuzare și acordurile de la posturile TV, dar și cele din mediul online, sunt documente unice, semnate electronic, garantând disponibilitatea spațiului publicitar; această semnare echivalează cu înscrisul sub semnătură privată.

- Acordurile de la stațiile TV sunt documente unice ce probează disponibilitatea spațiului publicitar, iar contestatorul nu a adus nicio dovadă contrară, care să arate că ar exista nereguli privind difuzările noastre. Contestatorul face acuze nefondate, fără nicio dovadă certă referitoare la numărul de difuzări propus.

Referitor la aceste acorduri semnate de toate televiziunile, arată că era obligația contestatorului să dovedească contrariul, respectiv că societatea sa nu ar putea realiza contractul și mediaplanurile asumate.

Mai mult, solicită Consiliului să observe faptul că contestatorul își arogă dreptul să decidă, în mod excesiv, modul în care o ofertă ar trebui verificată, afirmând: „...Această cerință are caracter obligatoriu, întrucât reprezintă singurul mijloc obiectiv de verificare a faptului că spațiile media propuse de ofertant sunt efectiv disponibile în perioada și intervalele orare indicate, asigurând astfel realismul și executabilitatea propunerii tehnice”.

Solicită a se nota eroarea de interpretare din descrierea contestatorului, conform căreia singurul mod de verificare ar fi printr-un mediaplan care conține perioada exactă de difuzare, fără a ține cont de realitatea practică: perioada exactă se stabilește după semnarea contractului. Furnizorii de spațiu TV pot, la momentul depunerii ofertei,

doar să ofere un acord privind acceptul de difuzare a campaniei pentru autoritatea contractantă și pentru operatorul economic care depune oferta, în baza unui mediaplan negociat la nivel de volum și costuri. Ulterior semnării contractului, se stabilește perioada exactă de difuzare împreună cu autoritatea contractantă, în funcție de graficul de timp al contractului, urmând ca apoi să aibă loc rediscutarea mediaplanului exact, realizat pe date calendaristice, și semnarea cu reprezentanții stațiilor TV a mediaplanului final al campaniei, aprobat în prealabil de către autoritatea contractantă.

În consecință, susține că contestatorul nu și-a îndeplinit sarcina probei, conform art. 10 din Legea nr. 101/2016. Neavând nicio dovadă concretă care să infirme documentele semnate electronic de stațiile TV și acordurile de difuzare prezentate de SRL, contestația sa se bazează exclusiv pe afirmații ipotetice și interpretări subiective, fără fundament factologic sau juridic.

3. Interpretarea contestatorului asupra textului de lege.

În opinia sa interpretarea contestatorului asupra textului de lege este strict literară și nu reflectă practica actuală de aplicare a normelor privind evaluarea ofertelor, contrar prevederilor art. 2 alin. (2) lit. d) și f) și art. 179 din Legea nr. 98/2016, care consacră principiile proporționalității, tratamentului egal și verificării ofertelor exclusiv pe baza documentelor depuse. De asemenea, arată că tertipurile avocațești invocate nu au nicio legătură cu respectarea prevederilor legale în vigoare, autoritatea contractantă procedând legal și corect în evaluarea ofertelor.

- Cerința ca fiecare document să poarte semnătura furnizorilor sau subcontractanților este reglementată de art. 218-219 din Legea nr. 98/2016, potrivit căreia obligațiile subcontractanților se consideră asumate prin înscrisul semnat electronic de ofertant, însoțit de declarațiile de angajament anexate.

Ori, mediaplanurile sale sunt generate din softul de planning și sunt asumate de furnizorii declarați subcontractanți, prin acordul semnat cu ofertantul. A susține că planurile ar trebui semnate de stațiile TV reprezintă o interpretare avocătească forțată, lipsită de orice temei legal sau practică aplicabilă, contrară realităților pieței media și modului concret de funcționare a achizițiilor publice din domeniu.

- Declarațiile contestatorului, prin care ne acuză de rea-credință și susțin că am fi dorit să „inducem în eroare autoritatea contractantă”, reprezintă o manifestare disperată, lipsită de orice probă materială. Oferta este complet conformă și răspunde integral cerințelor documentației de atribuire, respectând prevederile legale aplicabile. Contestatorul, în lipsa oricărui argument de fond, a ales să conteste evaluarea fără a aduce dovezi concrete, ceea ce demonstrează caracterul pur speculativ al afirmațiilor sale.

- Tot de natură literară și superficială este și interpretarea contestatorului cu privire la practica privind acordurile oferite de stațiile TV în cadrul licitațiilor publice. Acesta propune, prin argumentația sa, o formă de practică alternativă, care nu există. În realitate, acordurile semnate de stațiile TV reprezintă un angajament de difuzare a campaniei organizate de autoritatea contractantă, fiind totodată un acord între stația TV și operatorul economic ofertant.

În consecință, consideră că interpretările formulate de contestator sunt nefondate în fapt și în drept, nefiind susținute de niciun text legal aplicabil, și contravin principiului proporționalității și obligației autorității contractante de a evalua ofertele pe baza documentelor depuse, potrivit art. 2 alin. (2) din Legea nr. 98/2016 și art. 133 din HG nr. 395/2016, astfel cum această obligație a fost reținută și în jurisprudență (Decizia ÎCCJ nr. 66/2018).

4. Conformitatea planurilor media și caracterul profesional al ofertei.

Intervenientul precizează că toate planurile media includ toate datele solicitate prin caietul de sarcini, pct. 4.2.1, în conformitate cu art. 152-155 și art. 164-167 din Legea nr. 98/2016, care reglementează criteriile de calificare și selecție, precum și verificarea și evaluarea ofertelor.

- Planurile depuse sunt nominalizate cu toate datele obligatorii: denumirea stației media, interval orar, număr de difuzări, rating estimat - conform cerințelor documentației de atribuire. Acestea sunt asumate și

semnate electronic de către ofertant și însușite de subcontractanții care le vor derula, prin acorduri de subcontractare și acorduri cu stațiile TV și furnizorii din mediul online.

Datorită experienței profesionale demonstrate, intervenientul consideră că poate afirma, cu deplină responsabilitate, cunoașterea practicii specifice derulării campaniilor TV. Contestatorul nu poate demonstra același nivel de competență sau experiență profesională. Prin urmare, acuzațiile potrivit cărora ar fi încercat să „înșele autoritatea” sunt defăimătoare și lipsite de orice dovadă. Mai mult, contestatorul își arogă dreptul de a evalua oferta și capacitatea sa profesională, fără a respecta principiile și regulile minime ale practicii publicitare. Acesta duce în derizoriu metodologia profesională de analiză media, afirmând că este „irelevant” dacă mediaplanul TV a fost calculat prin softul Instar Analytics al Kantar Media Audiences (pe care îl denumeste eronat Inter), ci contează doar respectarea formală a unei cerințe din caietul de sarcini: Consideră că un nonsens mai mare nu exista în întreaga contestație formulată.

Pentru a ilustra absurditatea acestei afirmații, poate compara raționamentul contestatorului cu următoarea analogie:

„Nu contează dacă pui sămânța în pământ pentru ca floarea să crească, ci doar modul în care aranjezi pământul peste groapa făcută pentru sămânță este important”.

Ori, fără utilizarea softului Kantar Media Audiences, cum ar putea fi calculată eficiența unui mediaplan propus spre difuzare? Contestatorul afirmă:

„Indiferent de modul în care ofertantul a generat mediaplanul - fie prin utilizarea unui soft specializat, prin estimări proprii sau prin alte metode interne de analiză...”.

Pe această cale, solicită contestatorului să dezvăluie care este modul alternativ și care sunt estimările proprii prin care ar fi generat un mediaplan conform.

Dacă ar exista o altă sursă de date de audiență, agențiile de publicitate și posturile TV nu ar mai plăti abonamentele către ARMA DATA pentru a accesa capacitatea de analiză a audienței și a realiza mediaplanuri TV conforme.

Pentru a putea presta aceste servicii - care reprezintă activități specializate ale unei agenții de publicitate - plătește o sumă considerabilă, fapt demonstrat prin documentele anexate la concluziile anterioare (Anexa 4 - Contract ARMA DATA, ultima pagină).

Contestatorul continuă descrierea sa cu alte erori evidente, culminând cu afirmația potrivit căreia:

„Deținerea softului Kantar Media sau a calității de membru ARMA nu împiedică operatorii economici să întocmească un plan valid, bazat pe alte surse de date, experiență profesională ori metodologii alternative”.

Solicită Consiliului să rețină că aceste afirmații sunt complet eronate și contrare realității profesionale din domeniul publicității.

Așa cum a demonstrat cu dovezi, în România nu există niciun alt instrument de măsurare a audienței TV sau de calculare a eficienței unui mediaplan TV, în afara softului Instar Analytics / Infosys+ al Kantar Media - ARMA Data.

Explicații tehnice privind unicitatea softului Instar Analytics.

ARMA (Asociația Română pentru Măsurarea Audiențelor) este singura entitate mandatată legal să colecteze și să distribuie date oficiale de audiență TV în România.

- Funcționează conform standardelor EGTA (European Group of Television Advertising) și ESOMAR;

- Contractează Kantar Media Audiences, care operează sistemul național de măsurare a audienței (peoplemetrele);

- Toate datele de audiență sunt stocate și analizate exclusiv prin softul Instar Analytics/Infosys+, ambele operate de Kantar Media Audiences România;

- Instar Analytics este platforma principală pentru analiza post-campanie și pentru estimarea audienței viitoare, prin simulări și planificări;

- Este singurul instrument care are acces la datele minute-by-minute ratings, market share, reach, TRP, OTS și alte variabile relevante;

- Permite generarea mediaplanurilor predictive - ex.: „Dacă difuzăm 20 spoturi pe posturile X și Y, la orele Z, estimăm un reach de 60% rural 18+.”

Nu există niciun alt furnizor român sau european care să ofere date de audiență TV pentru România — toate reglementările și standardele sunt centralizate prin ARMA.

Este un instrument exclusiv, disponibil doar membrilor ARMA (agenții, regii, posturi TV) care dețin licență plătită și semnează contracte de confidențialitate cu ARMA Data și Kantar Media. Pentru o campanie TV de tipul celei derulate de ANCPPI, acest soft este obligatoriu pentru generarea mediaplanurilor detaliate cerute în caietul de sarcini, întrucât:

- stabilește ce posturi TV sunt incluse (în funcție de audiență și target), conform cerințelor documentației;
- calculează distribuția spoturilor pe zile și ore;
- estimează reach-ul total al campaniei (câți oameni vor fi atinși);
- calculează indicatorii esențiali de performanță:
- Reach (acoperire) - câți oameni vor vedea campania;
- GRP (Gross Rating Points) - intensitatea expunerii;
- TRP (Target Rating Points) - ratingul pe publicul-țintă.

Concluzii privind capacitatea tehnică.

Conform listei publice ARMA, intervenientul susține că SRL nu este membru al asociației și, prin urmare, nu poate genera legal mediaplanuri cu estimări de reach. Fără Instar Analytics, un ofertant nu poate demonstra profesional și numeric atingerea indicatorilor de audiență, deci nu poate fi tehnic conform cu cerințele caietului de sarcini.

Pentru a nu crea un precedent și a permite, în mod frecvent, altor operatori care nu au capacitatea tehnică și profesională să încalce principiile de atribuire a contractelor de achiziții publice, solicită Consiliului să ia act de dovezile sale și de prezentarea modului de funcționare a activităților agențiilor de publicitate în aria campaniilor TV, funcționare care este științifică și care nu permite propunerea unor „soluții alternative sau interne”.

În consecință, consideră că susținerile formulate în contestație sunt neîntemeiate și lipsite de suport legal, neputând conduce la reevaluarea unei oferte care respectă în mod deplin cadrul normativ și profesional aplicabil.

5. Conformitatea documentelor depuse.

Intervenientul precizează că documentele atașate ofertei sunt conforme și semnate electronic, în conformitate cu art. 160 și art. 134 alin. (1) din HG nr. 395/2016, respectând principiile legalității, trasabilității și verificabilității.

- Toate înscrisurile depuse sunt semnate și, unde este cazul, stampilate, conform procedurii, iar originalitatea semnăturii electronice poate fi verificată direct în platforma SEAP.

6. Conformitatea și valoarea ofertei

- Oferta depusă de SRL este superioară din punct de vedere tehnic, financiar și profesional, îndeplinind criteriile de calificare și selecție stabilite în fișa de date și caietul de sarcini, conform art. 132-133 din HG nr. 395/2016.

- Evaluarea ofertelor de către autoritatea contractantă s-a realizat cu respectarea principiilor tratamentului egal, nediscriminării și transparenței, prevăzute la art. 2 din Legea nr. 98/2016.

7. Cu privire la confidențialitatea mediaplanurilor.

Confidențialitatea mediaplanurilor este reglementată de art. 59 din Legea nr. 98/2016, iar datele relevante pentru evaluare au fost comunicate integral, fără omisiuni. Menționează că informațiile marcate confidențiale vizează strategii media, metode de planificare și acorduri comerciale, care constituie secret comercial, fiind protejate de art. 57 și art. 217 din Legea nr. 98/2016 și de OUG nr. 25/2019 privind protejarea secretelor comerciale. Prin urmare, dreptul autorității de a evalua oferta nu a fost în niciun fel limitat, iar confidențialitatea este pe deplin justificată conform cadrului legal aplicabil.

Prin urmare, solicită respingerea integrală a concluziilor formulate de SRL și menționează că oferta sa respectă atât forma, cât și fondul cerințelor legale și procedurale, fiind pe deplin conformă cu dispozițiile Legii nr. 98/2016 și HG nr. 395/2016.

Prin adresa nr. 40481/25.09.2025, înregistrată la CNSC sub nr. 67309/26.09.2025 autoritatea contractantă a transmis dosarul achiziției pe stick.

Prin adresa înregistrată la CNSC sub nr. 66449/23.09.2025, ... SRL depune, în original, recipisa de consemnare a cauțiunii nr. 211692959/1 din 23.09.2025, eliberată de CEC Bank Unitatea Domenii, în cuantum de 95.337,00 lei.

Analizând susținerile și documentele depuse la dosarul cauzei, **CONSILIUL constată următoarele:**

..... în calitate de autoritate contractantă, a organizat procedura de licitație deschisă pentru atribuirea contractului având ca obiect „Servicii de campanie media în cadrul proiectului major – Creșterea gradului de acoperire și incluziune a sistemului de înregistrare a proprietăților în zonele rurale din România Faza II”, cod CPV: 79341000-6, elaborând, în acest sens, documentația de atribuire aferentă și publicând în SEAP, anunțul de participare nr. CN1081011/13.05.2024, conform căruia valoarea estimată a procedurii este 4.766.814,00 lei. Conform cap. II.2.5 din anunț, criteriul de atribuire al contractului este „cel mai bun raport calitate-preț”.

În cauza care formează obiectul prezentei, la data de 24.09.2025, ...SRL a transmis pe e-mail cererea de intervenție, înregistrată la CNSC sub nr.66902/25.09.2025, care prezintă natura juridică a unei cereri de intervenție accesorie, deoarece, în calitate de ofertant câștigător al procedurii, sprijină poziția autorității contractante, fără a solicita desființarea vreunui act emis de aceasta,

motiv pentru care, Consiliul califică cererea de intervenție drept cerere de intervenție accesorie formulată în favoarea autorității contractante.

În raport de dispozițiile art. 17 alin. (3) din Legea nr. 101/2016, care stipulează, că „Până la soluționarea contestației de către Consiliu, (...), operatorii economici participanți la procedura de atribuire pot formula cerere de intervenție voluntară în litigiu, potrivit prevederilor Legii nr. 134/2010 privind Codul de procedură civilă, republicată, cu modificările ulterioare, în termen de 10 zile de la data publicării în SEAP a contestației. (...)” și art. 5 din același act normativ care prevede că: „(1) Termenele procedurale stabilite de prezenta lege, exprimate în zile, încep să curgă de la începutul primei ore a primei zile a termenului și se încheie la expirarea ultimei ore a ultimei zile a termenului. (2) Ziua în cursul căreia a fost comunicat un act procedural nu este luată în calculul termenului. Dacă ultima zi a unui termen exprimat altfel decât în ore este o zi nelucrătoare, termenul se încheie la expirarea ultimei ore a următoarei zile lucrătoare”, având în vedere faptul că autoritatea contractantă a publicat în SEAP în data 19.09.2025, sub identificatorul „Document: [CN1081011/00061] Contestatie-signed.pdf”, contestația formulată de SRL, Consiliul constată că cererea de intervenție a SRL este formulată în termen legal.

Având în vedere dispozițiile art. 17 alin. (3) și art. 68 din Legea nr. 101/2016, coroborate cu prevederile art. 61 alin. (3), art. 63, 65 și 67 din Cod proc. civ., dar și faptul că, în cadrul procedurii de atribuire în cauză SRL are calitatea de ofertant câștigător, iar, cererea sa privește menținerea deciziei autorității contractante, Consiliul admite în principiu cererea de intervenție formulată, astfel cum a fost calificată, iar, în conformitate cu art. 67 din C.p.c., coroborat cu cele ale art. 68 din Legea nr. 101/2016, Consiliul va analiza cererea de intervenție împreună cu contestația formulată de SRL.

Având în vedere documentele depuse de SRL în cadrul procedurii de atribuire sus-menționată, marcate „Confidențial”, conform căreia propunerea tehnică/financiară este confidențială, precum și raportat la faptul că societatea contestatoare solicită *„accesul la dosarul aflat pe rolul CNSC”*, și ținând cont de prevederile art. 19 din Legea nr. 101/2016, forma în vigoare la data depunerii contestației, care dispun, în mod expres și imperativ, faptul că *„La cerere, părțile cauzei au acces la documentele dosarului constituit la Consiliu, în aceleași condiții în care se realizează accesul la dosarele constituite la instanțele de judecată potrivit prevederilor Legii nr. 134/2010, republicată, cu modificările ulterioare, cu excepția documentelor pe care operatorii economici le declară și probează ca fiind confidențiale, întrucât cuprind, fără a se limita la acestea, secrete tehnice și/sau comerciale, stabilite conform legii, iar dezvăluirea acestora ar prejudicia interesele legitime*

ale operatorilor economici, în special în ceea ce privește secretul comercial și proprietatea intelectuală”, Consiliul a solicitat SRL prin adresa nr. 68613/3744/C1/01.10.2025 să comunice temeiul juridic al încadrării anumitor înscrisuri menționate ca fiind confidențiale, să justifice această încadrare, cu demonstrarea prejudiciului în situația dezvăluirii acestora, prin orice mijloace de probă.

La această solicitare intervenienta a formulat un răspuns generic, (înregistrat la CNSC sub nr.69106/03.10.2025) prin care explică, în principiu, că propunerea tehnică/financiară include contracte care includ date cu caracter personal ale clienților săi, sau date /informații protejate de un drept de proprietate intelectuală iar, propunerea financiară cuprinde date sensibile, cum ar fi, prețuri negociate, facturi, structura costurilor detaliate, fără, însă, a demonstra/dovedi, în concret, caracterul confidențial al înscrisurilor indicate, ca atare și nici prejudiciul care va fi suferit, urmare a dezvăluirii acestora.

Analizând răspunsul SRL, Consiliul a decis să pună la dispoziția contestatorului care și-a manifestat dorința de a studia dosarul cauzei, conform dispozițiilor art. 19 din Legea nr. 101/2016, toate documentele aflate la dosar, motiv pentru care criticile privind refuzul autorității contractante la dosarul cauzei urmează a fi respinse ca rămase fără obiect.

Procedând la analiza pe fond a cauzei, se reține că SRL critică modul de desemnare a ofertei câștigătoare, aparținând SRL, apreciind că oferta acestuia din urmă trebuia respinsă, ca neconformă, deoarece propunerea tehnică a acestuia

nu respectă cerințele caietului de sarcini, motiv pentru care, Consiliul va analiza aceste critici prin raportare atât la cerințele documentației de atribuire, cât și la legislația specifică în materie.

Astfel, în ceea ce privește susținerile potrivit cărora SRL ar fi copiat în integralitate prevederile caietului de sarcini, Consiliul reține că acestea nu sunt conforme cu realitatea, deoarece din analiza propunerii tehnice a acestuia, la **pag.7-36**, aflată în fișierul „1. Propunere tehnica SRL.pdf” pe suportul de memorie externă USB transmis de autoritatea contractantă, se regăsește atât rubrica „Descrierea serviciilor solicitate” (care sunt cele solicitate în caietul de sarcini) cât și rubrica „Detalii privind modul de îndeplinire a cerinței”, în cadrul căreia sunt descrise serviciile ce urmează a se presta și modalitatea de abordare în executarea contractului, fiind astfel respectate cerințele Fișei de date, pct.IV.4.1, conform cărora:

„Ofertanții vor întocmi propunerea tehnică într-o manieră organizată, conform Formularului de propunere tehnică, astfel încât aceasta să asigure posibilitatea verificării în mod facil a corespondenței cu cerințele/specificațiile prevăzute în cadrul prezentei secțiuni, respectiv cu cele prevăzute în cadrul Caietului de sarcini și a documentelor anexate la acesta, care fac parte integrantă din documentația de atribuire.

În acest scop, pornind de la propria expertiză a ofertantului în domeniul contractului ce urmează să fie atribuit și prin raportare la necesitățile, obiectivele și constrângerile autorității contractante, astfel cum au fost acestea descrise în cadrul Caietului de sarcini, propunerea tehnică va cuprinde informații relevante privind abordarea propusă de ofertant pentru execuția contractului”.

Nu poate fi reținută nici susținerea contestatoarei privind nedepunerea media planului semnat /parafat de fiecare stație TV în parte, deoarece din analiza documentelor depuse de SRL, Consiliul reține că acestea se regăsesc în cadrul Propunerii Tehnice în fișierul „Documente atașate Propunerii Tehnice” la **paginile 3-19** (a se vedea Acorduri de difuzare semnate și parafate de către toate posturile TV) care certifica difuzarea campaniilor media conform media planului agreed, fiecare acord fiind însoțit de un media plan ce conține informațiile solicitate prin Caietul de Sarcini.

De asemenea, nu pot fi reținute nici susținerile (de la pct.62-63) privind nerespectarea cerințelor privind difuzarea Campaniei TV, propunerea tehnică fiind în concordanță cu cerințele documentației de atribuire și a răspunsul la clarificări consolidat nr. 24542/05.06.2025, fiind propuse 7 stații cu profil de știri care în luna octombrie 2024 au

înregistrat un Share minim de 0.1% pe publicul țintă 18+ rural (+g), intervalul orar 06:00-23:00 (conform datelor de audiență Kantar Media).

Totodată din propunerea tehnică rezultă că, s-au propus 2 stații cu profil generalist, dar cu program de week-end muzical (în care să se difuzeze muzică/videoclipuri) cel puțin 3 ore pe zi în intervalul 18:00-24:00, care în luna octombrie 2024 au înregistrat un Share minim de 0.5% pe publicul țintă 18+ rural (+g), intervalul orar 06:00-23:00 (conform datelor de audiență Kantar Media). Oferta SRL include spoturi TV care respectă intervalul orar 06.00 - 23.00, cu cel puțin 5 difuzări pe zi în intervalul 19:00-23:00 (prime Time), pe fiecare stație TV în parte, fiind incluse exclusiv posturi TV monitorizate și cu o cotă de piață medie peste 0.1% pentru stațiile cu profil de știri și sub 0,5% pentru stațiile cu profil generalist pe publicul țintă 18+ rural (+g), intervalul orar 06:00 - 23:00 (conform datelor de audiență Kantar Media).

Situația este similară și în ceea ce privește lipsa declarațiilor pe propria răspundere – Campania TV și Campania Online, deoarece acestea se regăsesc în fișierul „*Documente atașate Propunerii Tehnice*” la **pagina 20** DECLARAȚIE PE PROPRIA RĂSPUNDERE privind respectarea imaginii Autorității contractante și a finanțatorilor prin care SRL se angajează ca, pe parcursul derulării contractului, să nu difuzeze spoturile TV realizate în cadrul prezentei campanii,

iar

la pag.32

se regăsește DECLARAȚIE PE PROPRIA RĂSPUNDERE privind respectarea imaginii Autorității contractante și a finanțatorilor în cadrul campaniei online prin care, conform cerințelor contractului, prestatorul se angajează să nu difuzeze advertorialele sau alte materiale publicitare pe website-uri.

Nu corespunde cu realitatea nici neîndeplinirea cerințelor privind difuzarea articolelor/advertorialelor - Campania online (punctele 68-69) și a celor privind semnarea/parafarea planului media pentru fiecare website in parte - Campania Online (punctele 70-71), acestea regăsindu-se în cadrul Propunerii Tehnice în fișierul „*Documente atașate Propunerii Tehnice*” la **pagina 23** extras SATI Trafic website-uri la octombrie 2024 și la **paginile 24-32** - Acorduri de difuzare semnate și parafate de către toate website-urile care certifică difuzarea advertorialelor conform media planului agreed.

Fără a înlătura caracterul nefondat al contestației, Consiliul reține că,

simpla solicitare, în lipsa indicării concrete **sau a oricărei probe**, nu este suficientă pentru a dispune admiterea cererii, scopul obligației de motivare, prin raportare la date concrete, este acela de a arăta Consiliului în calitate de organism administrativ-jurisdicțional, în speță, sau instanței de judecată, împrejurările relevante pentru soluționarea contestației și, totodată, explicațiile pentru care drepturile contestatorului au fost lezate prin conduita, presupus nelegală, a autorității contractante.

Cu alte cuvinte, nu este totuna a afirma încălcarea dreptului cu a prezenta argumentele pentru care se susține că dreptul a fost încălcat; simplele presupuneri nu reprezintă o motivare validă a contestației, nereieșind, de niciunde, temeinicia criticilor rămase la nivel declarativ.

Contestația trebuie formulată cu respectarea tuturor condițiilor prevăzute de lege, iar, una dintre acestea este tocmai motivarea, în fapt și în drept, care servește la determinarea exactă a obiectului procedurii administrativ-jurisdicționale, având în vedere principiul disponibilității potrivit căruia, judecata are loc în limitele sesizării; **altminteri, soluționarea contestației ar echivala cu un control efectuat din oficiu de către Consiliu**, inadmisibil, în condițiile actualei legislații.

Contestatorul nu poate însărcina Consiliul să efectueze o cercetare „*in integrum*” a procedurii de atribuire sau o supraevaluare a ofertelor concurente pe bază de supoziții; altfel spus, în susținerea contestației, avea obligația de a indica, în concret, elementele de neconformitate sau inacceptabilitate, în raport cu cerințele documentației de atribuire, fiind pe deplin aplicabile, în acest caz, prevederile art. 249 C.p.c, potrivit cărora: **„cel care face o susținere în cursul procesului trebuie să o dovedească, în afară de cazurile anume prevăzute de lege”**.

Astfel, fiecare parte litigantă are obligația de a-și dovedi pretențiile, susținerile, prin producerea unor mijloace de probă legale, verosimile, pertinente și concludente, potrivit principiului de drept „probatio incumbit ei qui digit, non ei qui negat”.

Având în vedere prevederile art. 10 lit. g) din Legea nr. 101/2016, Consiliul va reține, în soluționare, faptul că literatura juridică, dar și practica judiciară, au statuat că, în cadrul procesului civil, sarcina probei este împărțită între reclamant și pârât, în speță, între contestator și autoritatea contractantă, la care se adaugă și rolul activ al Consiliului care, potrivit art. 254 alin. (5) C.p.c, poate ordona administrarea probelor considerate necesare, chiar dacă părțile se împotrivesc.

Cu toate acestea, existența rolului activ al Consiliului nu poate conduce la concluzia că întreaga sarcină a probei ar cădea asupra Consiliului, ceea ce nu se întâmplă nici măcar în cadrul dosarelor supuse principiului oficialității sau că nerespectarea dispozițiilor legale cu privire la propunerea și administrarea probelor nu ar avea pentru părți consecințe procedurale. Pe cale de consecință, în măsura în care, partea ce formulează anumite solicitări/critici nu este solitară în efortul de a proba, aceasta rămâne singura sancționată în caz de eșec, deoarece, dacă nu administrează probele care să convingă Consiliul, cu toată eventuala colaborare a adversarului și în pofida rolului activ al Consiliului, va pierde dosarul, iar, adversarul va triumfa.

Astfel, aplicând principiile cu caracter teoretic enunțate mai sus, în lipsa unor indicii dovezi/probe asupra caracterului neconform a ofertei criticate, Consiliul urmează a respinge aceste critici, ca nemotivate.

Raportat la cele evocate și ținând seama că, printre atribuțiile comisiei de evaluare, sunt și cele de evaluarea propunerilor tehnice ale ofertanților în conformitate cu criteriile de atribuire așa cum este prevăzut la art. 127 alin. (1) lit. g) din HG nr. 395/2016, Consiliul constată că această verificare s-a făcut, în cazul ofertei SRL cu rigurozitatea impusă de legislația în domeniu și, pe cale de consecință, critica privind nelegalitatea evaluării ofertei tehnice este neîntemeiată, urmând să fie respinsă.

Față de aspectele mai sus menționate, în temeiul art. 26 alin. (6) din Legea nr. 101/2016, Consiliul va respinge, ca nefondată, contestația formulată de SRL în contradictoriu cu Pe cale de consecință urmează să admită cererea de intervenție formulată de SRL.

Pentru aceste motive
în baza documentelor depuse de părți,
CONSILIUL NAȚIONAL DE SOLUȚIONARE A CONTESTAȚIILOR

DECIDE:

Respinge, ca nefondată, contestația formulată de SRL în contradictoriu cu

Pe cale de consecință urmează să admită cererea de intervenție formulată de SRL.

Obligatorie.

Împotriva prezentei decizii se poate formula plângere în termen de 10 zile de la comunicare.

**Complet de soluționare a contestațiilor
în domeniul achizițiilor publice:**

Consilier de soluționare

.....

PREȘEDINTE

.....

Consilier de soluționare

.....

Redactat practicaua deciziei

.....

Redactată în 5 (cinci) exemplare originale, conține 43(patruzecișitrei) pagini