



CONSILIUL NAȚIONAL DE SOLUȚIONARE A CONTESTAȚIILOR

C.N.S.C.

Str. Stavropoleos, nr. 6, sector 3, București, România, CIF 20329980, CP 030084
Tel. +4 021 3104641 Fax. +4 021 3104642 +4 021 890 07 45 www.cnsc.ro

În conformitate cu prevederile art. 266 alin. (2) din OUG nr. 34/2006 privind atribuirea contractelor de achiziție publică, a contractelor de concesiune de lucrări publice și a contractelor de concesiune de servicii, aprobată prin Legea nr. 337/2006 cu modificările și completările ulterioare, Consiliul adoptă următoarea

DECIZIE

Nr. ...

Data: ...

Prin contestația nr. 207/16.05.2016, înregistrată la CNSC sub nr. 14882/16.05.2016, înaintată de ..., cu sediul în ..., înregistrată la Registrul Comerțului sub nr. ..., având CIF ..., reprezentată legal de ... – administrator, în calitate de lider al Asocierii ... , formulată împotriva rezultatului procedurii de atribuire, comunicat prin adresa nr. A_APS_6171/05.05.2016, emisă de ..., cu sediul în ..., în calitate de autoritate contractantă în cadrul procedurii de „licitație deschisă”, organizată în vederea atribuirii contractului, având ca obiect «...», coduri CPV: ..., inițiată prin publicarea, în SEAP, a anunțului de participare nr. ..., s-a solicitat Consiliului: anularea raportului procedurii de atribuire și a actelor subsecvente acestuia, în special a adresei prin care s-a comunicat rezultatul procedurii și obligarea autorității contractante la reevaluarea ofertei sale.

În baza legii și a documentelor depuse de părți,
CONSILIUL NAȚIONAL DE SOLUȚIONARE A CONTESTAȚIILOR

DECIDE

Respinge ca nefondată contestația formulată de ..., în calitate de lider al Asocierii ... , în contradictoriu cu ... și dispune continuarea procedurii de atribuire.

Prezenta decizie este obligatorie pentru părți.

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

MOTIVARE

În luarea deciziei, s-au avut în vedere următoarele:

Prin contestația 207/16.05.2016, înregistrată la CNSC sub nr. 14882/16.05.2016, ..., în numele Asocierii ... , atacă rezultatul procedurii de atribuire, comunicat prin adresa nr. A_APS_6171/05.05.2016, emisă de ..., în calitate de autoritate contractantă, în cadrul procedurii mai sus amintite, solicitând cele menționate în partea introductivă.

Contestatoarea precizează că autoritatea contractantă i-a respins ca neconformă oferta, în temeiul art. 36 alin. (2) lit. a) din HG nr. 925/2006, din următoarele motive:

„1 .Ofertantul a propus în cadrul ofertei tehnice posturile KISS FM, PRO FM, RADIO ROMANIA ACTUALITATI ... planurile de difuzare a spotului radio nu sunt agreeate și semnate ... ofertantul nu a anexat convenții sau acorduri de subcontractare semnate de reprezentantul legal al societății comerciale care deține licența audiovizuală a respectivului post radio pentru confirmarea rezervării spațiului de difuzare”.

Cu privire la acest motiv, contestatoarea susține că atât graficul GANTT din propunerea tehnică, cât și planul media sunt în deplină corelare între ele, pe de o parte, și cu documentația de atribuire, pe de altă parte.

Astfel, la pagina 182 din oferta tehnică, la “Media Plan Radio KISS FM”, la „Period” scrie „2016”, deci întregul an, mai mult decât se solicitase.

Acest media plan este realizat pe o lună (cuprinde 4 săptămâni), în intervalul solicitat prin caietul de sarcini, exact așa cum a fost realizată și propunerea tehnică și a fost transmis și răspunsul la solicitarea de clarificări.

Concret, arată că la pag. 72 din propunerea tehnică, se menționează faptul că „Ofertantul a luat la cunoștință că perioada de implementare a Planului de comunicare este de 4-5 luni de la semnarea contractului”, conform caietului de sarcini, pagina 12.

Astfel, contestatoarea reiterează că, potrivit tuturor documentelor ofertei, așa cum a fost aceasta prezentată, răspunde pe deplin cerințelor documentației de atribuire, astfel cum a răspuns și la solicitarea de clarificări adresată de către autoritatea contractantă.

În acest sens, precizează că autoritatea contractantă, deși a primit o solicitare de clarificări cu privire la perioada de execuție, la solicitarea de clarificări nr. 1 a răspuns extrem de evaziv, neexistând o predictibilitate clară a operatorilor economici, ceea ce încalcă principiul transparenței, menționat la art. 2 alin. (2) lit. d) din OUG nr. 34/2006.

Cu toate acestea, susține că și-a elaborat propunerea tehnică astfel încât să acopere toate aceste deficiențe ale autorității contractante și să răspundă mai mult decât optim la nevoile ei, aspect care a fost lămurit și prin răspunsul concludent dat la solicitarea adresată de autoritatea contractantă.

Mai mult decât atât, după cum reiese din graficul GANTT, dar și din Media plan, perioada de difuzare propriu-zisă a spotului este de o lună, oricând în cadrul anului 2016 (conform graficului GANTT este luna a treia), lună în care va fi difuzat și spotul TV de către autoritatea contractantă, întrucât, conform caietului de sarcini, autoritatea contractantă urma să stabilească perioada de difuzare a spotului TV ulterior încheierii contractului de achiziție publică.

Perioada aprilie-iunie este, peste tot în media planul depus de ofertant, perioada în care acesta ar urma să transmită spotul, în vederea difuzării, către radiodifuzor, nicidecum perioada exclusivă în care acesta urma a fi difuzat.

De altfel, contestatoarea a precizat în răspunsul la solicitarea de clarificări, următoarele: *„considerăm că nu există suficiente date și dovezi concludente la dispoziție pentru a putea cuantifica cu precizie perioada desfășurării campaniei media. De aceea, pentru a veni în întâmpinarea necesităților AC am considerat un interval de timp mai generos care să asigure acoperirea potențialului interval de timp dorit și în concordanță cu graficul propus. Ca urmare, considerăm că ofertantul a respectat cerințele privitoare la perioada de difuzare.”*

Totodată, în răspunsul la solicitarea de clarificări, contestatoarea a precizat că: *„în plus, ne manifestăm disponibilitatea și flexibilitatea pentru a răspunde tuturor așteptărilor AC, astfel încât să asigurăm derularea acestuia în condițiile menționate ținând cont de orice potențiale modificări intervenite, independente de voința beneficiarilor implicați”*.

... apreciază că, în mod eronat și tendențios, acționând cu rea-credință, autoritatea contractantă a continuat să susțină că perioada de difuzare a spotului radio se referă doar la perioada aprilie-iunie.

De asemenea, în opinia sa, prin modul în care a acționat, autoritatea contractantă a încălcat dispozițiile art. 201 alin. (1) din OUG nr. 34/2006, coroborate cu art. 2 alin. (2) lit. f), având o abordare tendențioasă, superficială și formalistă, neorientată către asigurarea unei utilizări eficiente a fondurilor.

În ceea ce privește „planurile media agreeate și semnate de reprezentanții legali ai societăților comerciale care dețin licențele audiovizuale ale respectivului post radio”, contestatoarea precizează că o astfel de cerință este, de fapt, criteriu de calificare, conform art. 176 din OUG nr. 34/2006, însă fiind trecută în caietul de sarcini, este considerată clauză nescrisă în baza art. 33 alin. (3) din OUG nr. 34/2006.

În plus, contestatoarea învederează faptul că niciunde în legea nr. 504/2002 a audiovizualului, cu modificările și completările ulterioare, nu se menționează o astfel de prevedere care este, în mod evident restrictivă, cu atât mai mult cu cât denaturează concurența operatorilor economici, iar, prin oferta depusă, ofertantul și-a manifestat voința de a se angaja din punct de vedere juridic în acest contract de achiziție publică, fiind pe deplin răspunzător pentru buna sa derulare.

Cu privire la acest aspect, contestatoarea subliniază că, l-a lămurit prin răspunsul său la solicitarea de clarificări: *„Planurile de difuzare a*

spotului radio sunt agreeate cu reprezentanții legali ai societăților comerciale care dețin licențele audiovizuale a respectivului post radio, iar dovada disponibilității spațiilor media propuse în oferta tehnică prin prezentarea de acorduri sau orice alt înscris din care să rezulte că spațiul media ofertat se află la dispoziția ofertantului pentru întreaga durată a campaniei în conformitate cu conținutul media planului a fost respectată prin certificarea dată de către furnizorul serviciului care atestă acest fapt”.

Totodată, susține că oferta finală nici nu putea fi depusă în acest moment, aceasta echivalând cu încheierea unui contract ferm încă din momentul ofertării cu deținătorul de licență, fapt care nu a fost cerut și care, în sine, este extrem de restrictiv, încălcând dispozițiile normative în vigoare (care nu prevăd o astfel de solicitare), iar, pe de altă parte, presupunând costuri foarte importante, deosebit de oneroase și nejustificate pentru ofertant.

De asemenea, contestatoarea învederează faptul că a îndeplinit, încă din propunerea tehnică depusă, cerința prevăzută în caietul de sarcini la pag. 12: *„Ofertanții vor face dovada disponibilității spațiilor media propuse în oferta tehnică prin prezentarea de acorduri sau orice alt înscris din care să rezulte că spațiul media ofertat se află la dispoziția ofertantului pentru întreaga durată a campaniei în conformitate cu conținutul media planului”.*

„2. Ofertantul a prezentat în cadrul prezentei oferte tehnice pentru perioada aprilie-iunie 2016, un plan pentru difuzarea machetei de presă (p 161) ... Planul media este realizat pentru perioada aprilie-iunie 2016, deși potrivit graficului Gantt activitatea a fost estimată chiar de ofertant pentru luna a 3-a de contract (august-septembrie 2016), lună în care este preconizată și difuzarea spotului TV ... Comisia de evaluare a ofertelor a considerat neconcludent răspunsul ofertantului având în vedere că ofertantul menține în continuare, în urma răspunsului la solicitarea de clarificări, perioada de difuzare a machetei de presă, aprilie-iunie 2016”.

Ca și în cazul motivului 1, ale cărui argumente și le menține și în cazul motivului 2, contestatoarea precizează că atât graficul GANTT din propunerea tehnică, cât și planul media sunt în deplină corelare între ele, pe de o parte, și cu documentația de atribuire, pe de altă parte.

Astfel, la pagina 161 din propunerea tehnică, la „Media Plan Campanie presă centrală” se precizează că aprilie-iunie 2016 reprezintă „Data trimitere campanie”, adică perioada în care contractantul urmează să trimită campania de presă către publicația ce urmează să o difuzeze, nicidecum perioada de difuzare.

Mai mult, în cadrul răspunsului său la solicitarea de clarificări nr. 2, contestatoarea a precizat: *Ținând cont, pe de o parte, de răspunsul la clarificarea nr. 1 din etapa de evaluare a ofertelor referitor la Perioada de execuție din Caietul de sarcini, unde este precizat faptul că durata de execuție a contractului este de 6 luni, dar nu mai târziu de 31.03.2016, respectiv:*

"Contractul se va demara în prima zi lucrătoare după data semnării acestuia de către Autoritatea Contractantă și Furnizor. Perioada de execuție a contractului va fi de 6 luni și nu mai târziu de data de finalizare a implementării Contractului de finanțare.

Data de finalizare a implementării contractului de finanțare este 30 aprilie 2016, urmând ca acesta să fie prelungit, în timp util, astfel încât să se asigure cele 6 luni necesare implementării contractului de achiziție", și, pe de altă parte, de faptul că nu există o dată expres menționată de către AC pentru a putea fi considerată ca reper pentru data începerii și, respectiv, finalizării campaniei media (extras din CS "perioada de difuzare a spoturilor urmând a fi stabilită ulterior de către AC"), considerăm că nu există suficiente date și dovezi concludente la dispoziție pentru a putea cuantifica cu precizie perioada desfășurării campaniei media. De aceea, pentru a veni în întâmpinarea necesităților AC am considerat un interval de timp mai generos care să asigure acoperirea potențialului interval de timp dorit și în concordanță cu graficul propus. Ca urmare, considerăm că ofertantul a respectat cerințele privitoare la perioada de difuzare".

Ulterior semnării contractului de achiziției publice, având în vedere și exprimarea disponibilității ofertantului în acest sens, în scris, în mod expres, în cadrul răspunsului la solicitarea de clarificări, oferta urmează a fi adaptată în concordanță cu nevoile concrete ale autorității contractante. Contestatoarea subliniază că toate celelalte argumente rămân valabile.

3. „Ofertantul nu a făcut dovada disponibilității spațiilor media on-line propuse în oferta tehnică prin prezentarea de acorduri sau orice alt înscris din care să rezulte că spațiul media ofertat se află la dispoziția ofertantului pentru întreaga durată a campaniei în conformitate cu conținutul media planului ... Ofertantul nu a prezentat documente furnizate de o entitate neutră și certificate de măsurare a audiențelor (de exemplu: Studiul de Audiență și Trafic Internet-SATI din care să rezulte datele de audiență ... Comisia constată că, nici în oferta tehnică și nici în răspunsul la clarificare ofertantul nu a făcut dovada că spațiul media ofertat se află la dispoziția sa pentru întreaga durată a campaniei, respectiv pentru luna a 3-a de contract care în niciun caz nu va fi iunie 2016”.

Contestatoarea subliniază că, la pag. 169-180 din propunerea tehnică, a inclus justificarea alegerii site-urilor și învederează că a fost prezentat studiul ARA din toamna anului 2014, eșantionul 01.09.2014 - 21.12.2014, care este cel mai relevant pentru segmentul de interes al campaniei.

Acest studiu este la fel de concludent ca cel din anul 2015, noul studiu arătând mici modificări în audiență, dar topul radiourilor propuse rămâne neschimbat și se află în primele 5 stații cu cea mai mare audiență.

... susține că oferta finală nu putea fi depusă în acest moment, aceasta echivalând cu încheierea unui contract ferm încă din momentul ofertării cu deținătorul de licență, fapt care nu a fost cerut și care, în sine, este extrem de restrictiv, încălcând dispozițiile normative în vigoare (ce

nu prevăd o astfel de solicitare), iar, pe de altă parte, presupunând costuri foarte importante, deosebit de oneroase și nejustificate pentru ofertant.

Ulterior semnării contractului de achiziției publice, având în vedere și exprimarea disponibilității ASOCIERII în acest sens, în scris, în cadrul răspunsului la solicitarea de clarificări, oferta urmează a fi adaptată în concordanță cu perioada difuzărilor și cu numărul de spoturi care a fost trecut în media plan, fără a depăși suma aprobată în ofertă.

Audiențele trimise sunt publice și nu este necesară ștampila sau semnătura Asociației pentru Radio Audiență - BRAT, ARA sau ARMA.

Singura notă cerută de instituții este menționarea sursei de unde a fost preluată informația și ștampila firmei care va folosi studiul.

Toate informațiile despre audiența propusă în caietul de sarcini se găsesc la următoarele adrese web:

<http://www.audienta-radio.ro/default.aspx?id=7>

<http://www.brat.ro/sati/rezultate>

<http://www.brat.ro/sna/publicatii>

Valorile din graficul GANTT sunt corecte și respectă toate cerințele caietului de sarcini, iar datele de difuzare sunt exacte (rezervate pentru o perioadă de minimum 90 zile/3 luni), conform cerințelor ANAF.

ASOCIEREA, prin liderul acesteia își asumă rezervarea spațiului indiferent de lună, astfel, difuzarea, monitorizarea, dar și raportarea să realizeze conform caietului de sarcini, după acceptarea media planului actualizat.

Toate celelalte argumente, prezentate mai sus, rămân valabile.

Prin urmare, contestatoarea apreciază că a depus o ofertă conformă, iar motivele autorității contractante sunt nelegale și temeinice și trebuie respinse.

Mai mult, pentru a dovedi, în plus, buna-credință a sa și dorința de îndeplinire întocmai și la timp a contractului de achiziție publică, aceasta face precizarea că, astfel cum s-a menționat și în răspunsul la solicitarea de clarificări: „prezentarea în cadrul ofertei tehnice a machetelor aferente materialelor promoționale, cu toate că nu se solicită acest lucru în mod expres de către AC a avut la bază ca rațiune o altă modalitate de a evidenția viziunea proprie a ofertantului în ceea ce privește derularea acestui contract”.

În acest sens, contestatoarea consideră că autoritatea contractantă dă dovadă de rea credință și de formalism exacerbat, încălcând grav principiile achizițiilor publice menționate la art. 2 alin. (2) din OUG nr. 34/2006, dintre care menționează proporționalitatea, eficiența utilizării fondurilor și transparența, precum și art. 14 și 15 cod civil, dreptul comun care completează dispozițiile OUG nr. 34/2006.

Totodată, în opinia sa, susține că autoritatea contractantă l-ar fi declarat necâștigător, nu respins întrucât i-a comunicat numele și prețul ofertantului declarat câștigător.

Prin adresa nr. A_APS_7097/23.05.2016, înregistrată la CNSC cu nr. 15720/23.05.2016, autoritatea contractantă a transmis copia

dosarului achiziției publice, iar prin adresa nr. ASGF/910/25.05.2016, înregistrată la CNSC sub nr. 15997/25.05.2016, ... a transmis punct de vedere referitor la contestația înaintată de SC DIVERGENT SOLUTINS SRL, prin care solicită respingerea acesteia.

În acest sens, susține că potrivit caietului de sarcini, ofertantul trebuia să cuprindă în oferta tehnică, pentru fiecare din stațiile radio propuse, plan media de difuzare al spotului radio, agreat și semnat de reprezentantul legal al societății comerciale care deține licența audiovizuală a respectivului post radio. Totodată, ofertantul trebuia să anexeze în original și o convenție sau un acord de subcontractare semnat de reprezentantul legal al societății comerciale care deține licența audiovizuală a respectivului post radio pentru confirmarea rezervării spațiului de difuzare.

În acest context, comisia de evaluare a constatat că nici în propunerea tehnică și nici în răspunsul la solicitările de clarificări transmise, ofertantul nu a prezentat planuri media agreeate și semnate de reprezentanții legali ai societăților comerciale care dețin licențele audiovizuale ale respectivului post de radio.

Având în vedere că ofertatul a inclus în propunerea tehnică planurile media pentru posturile KISS FM și Radio Romania Actualități, neagreeate și nesemnate de reprezentanții legali ai societăților comerciale care dețin licențele audiovizuale ale respectivului post radio, precum și faptul că planul media pentru postul PRO FM este semnat de PRO TV, deși, din 10.03.2015, titularul licenței audiovizuale a respectivului post radio este RCS & RDS SA, comisia de evaluare a constatat că nu a fost îndeplinită cerința referitoare la dovada rezervării spațiului de difuzare a spotului radio.

Autoritatea contractantă subliniază că, deși contestatoarea reia susținerea din răspunsul din clarificări, respectiv: "planurile de difuzare a spotului radio sunt agreeate cu reprezentanții legali ai societăților comerciale care dețin licențele audiovizuale a respectivului post radio, iar dovada disponibilității spațiilor media propuse în oferta tehnică prin prezentarea de acorduri sau orice alt înscris din care să rezulte că spațiul media ofertat se află la dispoziția ofertantului pentru întreaga durată a campaniei în conformitate cu conținutul media planului a fost respectată prin certificarea dată de către furnizorul serviciului care atestă acest fapt" *admite că PRO TV nu este titularul licenței pentru postul de Radio PRO FM.*

Acest aspect ridică dubii cu privire la autenticitatea planului media prezentat în cadrul propunerii tehnice, în condițiile în care acesta a fost elaborat la mai bine de 1 an de la preluarea licenței de către RCS & RDS SA.

Prin urmare, în contextul în care titularul licenței nu a semnat documentul, nu se poate admite că acesta îi devine opozabil RCS & RDS SA.

În concluzie, autoritatea contractantă arată că nici în ofertă, nici în solicitările de clarificări și nici în contestație, ofertantul nu a făcut dovada

rezervării spațiului de difuzare a spotului radio (deși a prezentat planuri media, acestea nu au fost agreate și semnate de reprezentantul legal al societății comerciale care deține licența audiovizuală a respectivelor posturi radio și nici nu au fost prezentate convenții sau acorduri de subcontractare semnate de reprezentantul legal al societății comerciale care deține licența audiovizuală a respectivului post radio pentru confirmarea rezervării spațiului de difuzare sau planuri media de difuzare a spotului radio, agreate și semnate de reprezentanții legali ai societăților comerciale care dețin licențele audiovizuale ale respectivelor posturi radio).

Mai mult, în opinia sa, contestatoarea a încercat inducerea în eroare a membrilor comisiei de evaluare, prin prezentarea unui plan media semnat de o altă persoană decât titularul licenței pentru postul respectiv.

În condițiile în care, ofertatul nu a prezentat documente din care să rezulte dovada disponibilității spațiului media, perioada calendaristică de derulare a planului devine nerelevantă pentru autoritatea contractantă, întrucât motivul principal de neconformitate a ofertei este: *ofertatul nu a făcut în niciun fel dovada disponibilității spațiului media necesar pentru difuzarea spotului radio.*

Astfel, autoritatea contractantă apreciază că încercarea contestatoarei de a construi o motivație pentru faptul că a prezentat planul pentru PRO FM, pentru perioada aprilie - iunie 2016, prin invocarea unei lipse de predictibilitate a autorității contractante în ceea ce privește perioada de derulare a contractului și a campaniei, este nejustificată.

Mai mult, apreciază că susținerile contestatoarei, cu privire la modul de evaluare a propunerii tehnice, sunt nepotrivite, în condițiile în care comisia de evaluare a solicitat clarificări și a sesizat acesteia toate aspectele de neconformitate a documentelor, dându-i posibilitatea să le justifice și să le corecteze.

Comisia de evaluare a constatat că din dosarul propunerii tehnice, lipsesc documentele pe care ofertantul trebuia să le depună conform cerinței din caietul de sarcini pe care și-a însușit-o, confirmând cu „DA” în dreptul acesteia.

În termenul impus prin solicitarea de clarificări, contestatoarea nu a prezentat documentele pe care, în prealabil, în conținutul propunerii tehnice, a declarat că are obligația să le prezinte, iar prin răspunsul transmis nu a clarificat situația în care se afla raportat la cerințele caietului de sarcini.

Autoritatea contractantă opinează că, în mod voit, prin afirmațiile sale, contestatoarea crează confuzie între cerințele de calificare și prevederile caietului de sarcini.

Mai mult, în perioada cuprinsă între publicarea documentației de atribuire în SEAP și termenul limită de depunere al ofertelor, contestatoarea nu a avut obiecțiuni, nu a solicitat clarificări și nu a

contestat documentația de atribuire, deci, în mod tacit, a acceptat cerințele caietului de sarcini.

Comisia de evaluare a decis că oferta tehnică prezentată de ... este neconformă, deoarece nu răspunde cerințelor din caietul de sarcini și nu prezintă documentele solicitate, în conformitate cu art. 36 alin. (2) lit. a) și art. 79 alin. (1) din HG nr. 925/2006.

Totodată, autoritatea contractantă precizează că s-au respectat prevederile legale în ceea ce privește comunicarea rezultatului procedurii (art. 206 și art. 207 alin. (2) lit. b) din OUG nr. 34/2006), informând operatorul economic respins cu privire la elementele ofertei care nu au corespuns cerințelor de funcționare și de performanță prevăzute în caietul de sarcini. Informațiile transmise nu contravin prevederilor legale, autoritatea contractantă dând dovadă de transparență în toate acțiunile întreprinse în derularea procedurii.

Referitor la solicitarea contestatoarei de a-i permite accesul la dosarul achiziției publice, autoritatea contractantă precizează că a răspuns în termenele legale, ținând cont de următoarele acte normative/directive: OUG nr. 34/2006, Legea nr. 544/2001, Directiva 2004/18/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 31.03.2004 și Legea nr. 8/1996.

Astfel, în spiritul actelor normative mai sus menționate și ținând cont de precizările făcute de operatorii economici ofertanți că informațiile din ofertele tehnice sunt confidențiale ori protejate de un drept de proprietate intelectuală, autorității contractante i-a revenit obligația de a nu face publice informațiile cuprinse în propunerile tehnice, fiind comunicate doar documentele ce nu fac referire la acestea.

Autoritatea contractantă menționează că, prin adresa nr. 193/11.05.2016, înregistrată la sediul său cu nr. A_RPC_544.093/12.05.2016, ... a solicitat accesul la dosarul achiziției.

Conform art. 7 alin. (1) din Legea nr. 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public, cu modificările și completările ulterioare, autoritatea contractantă a răspuns în termenul celor 10 zile, respectiv pe data de 18.05.2016, transmitând electronic informațiile solicitate, mai puțin cele care aduceau atingere actelor normative menționate anterior.

... opinează că, a probat, că derularea procedurii de licitație s-a desfășurat cu respectarea legislației aplicabile în domeniul achizițiilor publice pentru toate elementele de fapt și de drept invocate în prezentul punct de vedere, și ca atare, solicită Consiliului respingerea contestației în baza prevederilor art. 278 din OUG nr. 34/2006, ca nefondată și neîntemeiată.

Prin adresa nr. 275/03.06.2016, înregistrată la CNSC sub nr. 16976/03.06.2016, ... a transmis concluzii scrise cu privire la punctul de vedere formulat de

Față de mențiunile referitoare la faptul că "ofertantul trebuia să cuprindă în oferta tehnică, pentru fiecare din stațiile radio propuse, plan media de difuzare a spotului radio, agreeat și semnat de reprezentantul legal al societății comerciale care deține licența audiovizuală a

respectivului post radio”, contestatoarea precizează că acestea nu sunt reale, având în vedere că, prin oferta tehnică, a răspuns întocmai nevoilor autorității contractante, respectând cerințele din documentația de atribuire.

De altfel, la pagina 182 din oferta tehnică, la “Media Plan Radio KISS FM”, la „Period” scrie „2016”, deci întreg anul, mai mult decât se solicitase.

Acest media plan este realizat pe o lună (cuprinde 4 săptămâni), în intervalul solicitat prin caietul de sarcini, exact așa cum a fost realizată și oferta tehnică și a fost transmis și răspunsul la solicitarea de clarificări.

Concret, la pag. 72 din oferta tehnică, se menționează faptul că „Ofertantul a luat la cunoștință că perioada de implementare a Planului de comunicare este de 4-5 luni de la semnarea contractului”, conform caietului de sarcini, pagina 12.

Astfel, contestatoarea reiterează că, potrivit tuturor documentelor ofertei, așa cum a fost aceasta prezentată, răspunde pe deplin cerințelor documentației de atribuire, astfel cum a răspuns și la solicitarea de clarificări adresată de către autoritatea contractantă.

Contestatoarea subliniază că autoritatea contractantă, deși a primit o solicitare de clarificări cu privire la perioada de execuție, la solicitarea de clarificări nr. 1 a răspuns extrem de evaziv, neexistând în acest sens o predictibilitate clară a operatorilor economici, ceea ce încalcă principiul transparenței, menționat la art. 2 alin. (2) lit. d) din OUG nr. 34/2006.

Cu toate acestea, ASOCIEREA și-a elaborat oferta tehnică în așa mod încât să acopere toate aceste deficiențe ale autorității contractante și să răspundă la nevoile acesteia, aspect care a fost lămurit și prin răspunsul concludent dat la solicitarea adresată de autoritatea contractantă.

Mai mult decât atât, după cum reiese cu putere de evidență din graficul GANTT, dar și din Media plan, perioada de difuzare propriu-zisă a spotului este de o lună, oricând în cadrul anului 2016 (conform graficului GANTT este luna a treia), lună în care va fi difuzat și spotul TV de către autoritatea contractantă, întrucât, conform caietului de sarcini, autoritatea contractantă urma să stabilească perioada de difuzare a spotului TV ulterior încheierii contractului de achiziție publică.

Perioada aprilie-iunie este, peste tot în media planul depus de ofertant, perioada în care acesta ar urma să transmită spotul, în vederea difuzării, către radiodifuzor, nicidecum perioada exclusivă în care acesta urma a fi difuzat.

Totodată, în răspunsul la solicitarea de clarificări, contestatoarea a precizat următoarele: „în plus, ne manifestăm disponibilitatea și flexibilitatea pentru a răspunde tuturor așteptărilor AC, astfel încât să asigurăm derularea acestuia în condițiile menționate ținând cont de orice potențiale modificări intervenite, independente de voința beneficiarilor implicați”.

... apreciază că, în mod cu totul eronat și tendențios, acționând cu vădită rea-credință, autoritatea contractantă a continuat să susțină că

perioada de difuzare a spotului radio se referă doar la perioada aprilie-iunie.

Referitor la „planurile media agreate și semnate de reprezentanții legali ai societăților comerciale care dețin licențele audiovizuale ale respectivului post radio”, contestatoarea consideră că o astfel de cerință este, de fapt, un criteriu de calificare, conform art. 176 din OUG nr. 34/2006, care, fiind trecută în caietul de sarcini, conform art. 33 alin. (3) din OUG nr. 34/2006, este considerată clauză nescrisă.

În plus, contestatoarea învederează faptul că nicidecum în legea nr. 504/2002 a audiovizualului, cu modificările și completările ulterioare, nu se menționează o astfel de prevedere care este, în mod evident restrictivă, cu atât mai mult cu cât denaturează concurența operatorilor economici, iar, prin oferta depusă, ofertantul, cu respectarea legislației în vigoare, și-a manifestat voința de a se angaja din punct de vedere juridic în acest contract de achiziție publică, fiind pe deplin răspunzător pentru buna sa derulare. Totodată, contestatoarea subliniază că, deși nu respectă prevederile legislației în vigoare, a lămurit acest aspect prin răspunsul său la solicitarea de clarificări, iar oferta finală nici nu putea fi depusă în acest moment, aceasta echivalând cu încheierea unui contract ferm încă din momentul ofertării cu deținătorul de licență, fapt care nu a fost cerut și care, în sine, este extrem de restrictiv, încălcând dispozițiile normative în vigoare (ce nu prevăd o astfel de solicitare), iar, pe de altă parte, presupunând costuri foarte importante, deosebit de oneroase și nejustificate pentru ofertant.

... reamintește că oferta sa este corectă, conform cerințelor din caietul de sarcini și, deși stația de radio Pro FM a fost preluată de către RCS-RDS, oferta sa este valabilă și în aceste condiții, contractul fiind opozabil RCS-RDS.

Față de mențiunea conform căreia contestatoarea nu a contestat documentația de atribuire sau nu a solicitat clarificări, acceptând în mod tacit cerințele caietului de sarcini, rezultă și din faptul că în cuprinsul propunerii tehnice a confirmat cu „DA” că și-a însușit fiecare cerință, motiv pentru care consideră că oferta sa este conformă și completă.

În ceea ce privește mențiunea potrivit căreia autoritatea contractantă a respectat prevederile legale privind comunicarea rezultatului procedurii (art. 206 din OUG nr. 34/2006), contestatoarea amintește că din modul în care a fost comunicat rezultatul, autoritatea contractantă nu consideră ofertantul ca fiind respins ci, cel mult, necâștigător.

Solicitarea contestatoarei de a i se acorda acces la dosarul achiziției se întemeiază pe prevederile normative exprese și este în conformitate cu dispozițiile legale în vigoare în materia achizițiilor publice.

Față de susținerile contestatoarei și de documentele depuse la dosarul cauzei, Consiliul reține cele ce urmează:

În vederea atribuirii contractului, având ca obiect «Servicii de campanii de publicitate în cadrul proiectului „...”», ..., în calitate de autoritate contractantă, a inițiat procedura de „licitație deschisă”, prin

publicarea, în SEAP, a anunțului de participare nr. ..., odată cu care a publicat și documentația de atribuire, valoarea estimată fiind 639.866,94 lei, fără TVA, iar criteriul de atribuire „prețul cel mai scăzut”.

Conform raportului procedurii de atribuire nr. A-APS-5924/29.04.2016 la procedură au participat 5 ofertanți, respectiv: ... - 653.290 lei cu TVA inclus; Asocierea ... - 490.471,11 lei cu TVA inclus; ... - 498.023,72 Lei cu TVA inclus; ... - 626.023,72 lei cu TVA inclus; SC ... - 653.290 lei cu TVA inclus.

Nemulțumită de rezultatul procedurii de atribuire, comunicat prin adresa nr. A_APS_6171/05.05.2016, ..., în numele Asocierii ... , în calitate de ofertant, a investit Consiliul cu soluționarea prezentei contestații, solicitând anularea raportului procedurii de atribuire și a actelor subsecvente acestuia, în special a adresei prin care s-a comunicat rezultatul procedurii și obligarea autorității contractante la reevaluarea ofertei sale.

Din conținutul adresei de comunicare a rezultatului procedurii transmisă contestatoarei cu nr. A_APS_6171/05.05.2016, Consiliul constată că oferta acesteia a fost respinsă ca neconformă în baza dispozițiilor art. 36 alin. (2) lit. a) din HG nr. 925/2006, fiind reținute următoarele motive: *«„1 .Ofertantul a propus în cadrul ofertei tehnice posturile KISS FM, PRO FM, RADIO ROMANIA ACTUALITATI ... planurile de difuzare a spotului radio nu sunt agreeate și semnate ... ofertantul nu a anexat convenții sau acorduri de subcontractare semnate de reprezentantul legal al societății comerciale care deține licența audiovizuală a respectivului post radio pentru confirmarea rezervării spațiului de difuzare”.*

„2. Ofertantul a prezentat în cadrul prezentei oferte tehnice pentru perioada aprilie-iunie 2016, un plan pentru difuzarea machetei de presă (p 161) ... Planul media este realizat pentru perioada aprilie-iunie 2016, deși potrivit graficului Gantt activitatea a fost estimată chiar de ofertant pentru luna a 3-a de contract (august-septembrie 2016), lună în care este preconizată și difuzarea spotului TV ... Comisia de evaluare a ofertelor a considerat neconcludent răspunsul ofertantului având în vedere că ofertantul menține în continuare, în urma răspunsului la solicitarea de clarificări, perioada de difuzare a machetei de presă, aprilie-iunie 2016”.

„3. Ofertantul nu a făcut dovada disponibilității spațiilor media on-line propuse în oferta tehnică prin prezentarea de acorduri sau orice alt înscris din care să rezulte că spațiul media ofertat se află la dispoziția ofertantului pentru întreaga durată a campaniei în conformitate cu conținutul media planului ... Ofertantul nu a prezentat documente furnizate de o entitate neutră și certificate de măsurare a audiențelor (de exemplu: Studiul de Audiență și Trafic Internet-SATI din care să rezulte datele de audiență ... Comisia constată că, nici în oferta tehnică și nici în răspunsul la clarificare ofertantul nu a făcut dovada că spațiul media ofertat se află la dispoziția sa pentru întreaga durată a campaniei,

respectiv pentru luna a 3-a de contract care în niciun caz nu va fi iunie 2016” ».

Analizând criticile contestatoarei din punct de vedere al motivelor de neconformitate reținute de autoritatea contractantă, Consiliul are în vedere următoarele cerințe din documentația de atribuire:

- cap. IV-Difuzarea spotului radio la posturile radio naționale din caietul de sarcini (paginile 14-15), unde s-a solicitat: „*Mixul radio va îndeplini următoarele condiții ... Prestatorul va cuprinde în oferta tehnică, pentru fiecare din stațiile radio propuse, planul media de difuzare al spotului radio, agreeat și semnat de reprezentantul legal al societății comerciale care deține licența audiovizuală a respectivului post radio. De asemenea, va anexa în original și o convenție sau un acord de subcontractare semnat de reprezentantul legal al societății comerciale care deține licența audiovizuală a respectivului post radio pentru confirmarea rezervării spațiului de difuzare. Ofertantul va avea în vedere faptul că spotul radio va fi programat pentru a fi difuzat în aceeași perioadă cu spotul TV, perioada de difuzare a spoturilor urmând a fi stabilită ulterior de către autoritatea contractantă*”.

În aceste condiții, Consiliul reține că cerința mai sus menționată obligă ofertanții să prezinte în propunerea tehnică planul media de difuzare al spotului radio agreeat și semnat de reprezentantul legal al societății comerciale care deține licența audiovizuală a respectivului post radio, precum și o convenție sau un acord de subcontractare.

Prin urmare, acceptul societății comerciale care deține licența audiovizuală a respectivului post radio trebuia prezentat în cadrul propunerii tehnice.

- cap. VI-Realizarea unei companii online (elaborarea unui concept creativ pentru campania online și implementarea acesteia) din caietul de sarcini (paginile 16-17), unde s-a solicitat: „*Ofertanții vor face dovada disponibilității spațiilor media online propuse în oferta tehnică prin prezentarea de acorduri sau orice alt înscris din care să rezulte că spațiul media ofertat se află la dispoziția ofertantului pe întreaga durată a campaniei în conformitate cu conținutul media planului. Difuzarea spotului online va avea loc, de principiu, în aceeași perioadă cu perioada de difuzare a spotului TV, a spotului audio și cu publicarea machetelor de presă ... Ofertantul va include în oferta tehnică o justificare pentru selecția fiecărui site web propus, în care va ține cont de datele de audiență. Selectarea site-urilor se va face în funcție de clasamentul site-urilor, în funcție de numărul mediu de vizitatori realizat de organisme abilitate în domeniu. Pentru certificarea traficului înregistrat de website-urile propuse, ofertantul va prezenta cele mai recente documente din care să reiasă datele de audiență furnizate de o entitate neutră și certificate de măsurare a audiențelor (de exemplu: Studiul de Audiență și Trafic Intern-SATI)*”.

În aceste condiții, Consiliul reține că cerința mai sus menționată obligă ofertanții să prezinte, în propunerea tehnică, dovada disponibilității spațiilor media online (acorduri sau orice alt înscris din care să rezulte că

spațiul media ofertat se află la dispoziția ofertantului pe durata campaniei în conformitate cu conținutul media planului) și documente și certificate furnizate de o entitate neutră din care să rezulte datele de audiență.

Prin urmare, aceste documente trebuiau depuse în cadrul propunerii tehnice.

- clarificarea nr. 1 la documentația de atribuire publicată în SEAP la rubrica „documentație și clarificări” la data de 28.01.2016 sub nr. CN165621/005: *„contractul se va demara în prima zi lucrătoare după data semnării acestuia de către autoritatea contractantă și furnizor. Perioada de execuție a contractului va fi de 6 luni și nu mai târziu de data de finalizare a implementării contractului de finanțare. Data de finalizare a implementării contractului de finanțare este 30 aprilie 2016, urmând ca acesta să fie prelungit, în timp util, astfel încât să se asigure cele 6 luni necesare implementării contractului de achiziție”.*

- cap. V-Realizarea unei machete publicitare (poster) care va fi publicată în ziare, reviste și on-line, din presa centrală și locală, în strânsă legătură cu ideea/conceptul spotului TV și al spotului radio din caietul de sarcini (pagina 15) unde s-a solicitat: *„Macheta de presă (imaginea posterului creat în cadrul campaniei directe) va fi difuzată în aceeași lună de campanie în care vor fi difuzate spoturile TV și radio”.*

Cu privire la aceste aspecte, Consiliul constată că, pe parcursul evaluării ofertelor, prin adresa nr. A_APS_4929/11.04.2016, autoritatea contractantă i-a solicitat contestatoarei să clarifice următoarele: **„1.** *cerința din caietul de sarcini-va cuprinde în oferta tehnică, pentru fiecare din stațiile radio propuse ... pentru confirmarea rezervării spațiului de difuzare și răspunsul autorității contractante la clarificarea nr. 1 din etapa de depunere a ofertelor cu privire la perioada de execuție a contractului rezervare a spațiului menționată în planurile de difuzare: planurile de difuzare a spotului radio nu sunt agreeate și semnate de reprezentanții legali ai societăților comerciale care dețin licențele audiovizuale a respectivului post radio ... ofertantul nu a anexat convenții sau acorduri de subcontractare semnate de reprezentantul legal al societății comerciale care deține licența audiovizuală a respectivului post radio pentru confirmarea rezervării spațiului de difuzare. Se solicită ofertantului ... să clarifice toate aceste aspecte prin raportare la cerințele caietului de sarcini. 2.* *având în vedere că în cadrul ofertei tehnice a fost prezentat un plan pentru difuzarea machetei de presă pentru perioada aprilie-iunie 2016, ofertantul va clarifica perioada de difuzare având în vedere perioada de execuție a contractului așa cum a fost precizat în răspunsul la clarificarea nr. 1 din etapa de evaluare a ofertelor. 3.* *... va face dovada disponibilității spațiilor media online propuse în oferta tehnică prin prezentarea de acorduri sau orice alt înscris din care să rezulte că spațiul media ofertat se află la dispoziția ofertantului pentru întreaga durată a campaniei în conformitate cu conținutul media planului. Ofertantul va face dovada certificării traficului înregistrat de website-urile propuse și va prezenta justificare pentru selecția fiecărui site web propus, în care va ține cont de datele de audiență ... ”.*

La această cerere, contestatoarea a răspuns prin adresa nr. 154/15.04.2016, precizând următoarele: „**1.** ... considerăm că nu există suficiente date și dovezi concludente la dispoziție pentru a putea cuantifica cu precizie perioada desfășurării campaniei media. Totodată, conform caietului de sarcini se specifică perioada de minim 4 săptămâni pentru difuzarea spotului radio la posturile de radio naționale (pct.IV din cap. 5 descrierea serviciilor). De aceea, pentru a veni în întâmpinarea necesităților AC am considerat un interval de timp mai generos care să asigure acoperirea potențialului interval de timp dorit și în concordanță cu graficul propus ... Planurile de difuzare a spotului radio sunt agreeate cu reprezentanții legali ai societăților comerciale care dețin licențele audiovizuale a respectivului post radio, iar dovada disponibilității spațiilor media propuse în oferta tehnică prin prezentarea de acorduri sau orice înscris din care să rezulte că spațiul media ofertat se află la dispoziția ofertantului pentru întreaga durată a campaniei în conținutul media planului a fost respectată prin certificarea dată de către furnizorul serviciului care atestă acest fapt (semnătură și ștampilă-în cadrul speței în cauză, PRO TV). **2.** Ținând cont, pe de o parte, de răspunsul la clarificarea nr. 1 ... și pe de altă parte, de faptul că nu există o dată expres menționată de către AC pentru a putea fi considerată ca reper pentru data începerii și, respectiv, finalizării campaniei media (extras din CS *perioada de difuzare a spoturilor urmând a fi stabilită ulterior de către AC*), considerăm că nu există suficiente date și dovezi concludente la dispoziție pentru a putea cuantifica cu precizie perioada desfășurării campaniei media. Totodată, conform caietului de sarcini se specifică perioada de minim 4 săptămâni pentru publicarea machetei publicitare (poster) în presa scrisă (la pct.V din cap. 5 descrierea serviciilor). De aceea, pentru a veni în întâmpinarea necesităților AC am considerat un interval de timp mai generos care să asigure acoperirea potențialului interval de timp dorit și în concordanță cu graficul propus. Ca urmare, considerăm că ofertantul a respectat cerințele privitoare la perioada de difuzare. **3.** Pentru perioada de difuzare a se vedea răspuns la solicitarea de clarificare nr. 2. dovada disponibilității spațiilor media online propuse în oferta noastră tehnică prin prezentarea de acorduri sau orice alt înscris din care să rezulte că spațiul media ofertat se află la dispoziția ofertantului pentru întreaga durată a campaniei în conformitate cu conținutul media planului a fost respectată prin certificarea dată de către furnizorul care atestă acest fapt ... conform cu cerințele menționate în caietul de sarcini (pag. 25-27 din oferta tehnică depusă), alături de justificative anexă la propunerea tehnică depusă – pag. 168-180 din propunerea tehnică ...”.

În aceste condiții, criticile contestatoarei referitoare la motivul de respingere, "1. *Ofertantul a propus în cadrul ofertei tehnice posturile KISS FM, PRO FM, RADIO ROMANIA ACTUALITATI ... planurile de difuzare a spotului radio nu sunt agreeate și semnate ... ofertantul nu a anexat convenții sau acorduri de subcontractare semnate de reprezentantul legal al societății comerciale care deține licența audiovizuală a respectivului post radio pentru confirmarea rezervării spațiului de*

difuzare”, sunt considerate nefondate. În aprecierea acestei finalități, Consiliul are în vedere că societatea contestatoare nu a prezentat planul media de difuzare al spotului radio agreeat și semnat de reprezentantul legal al societății comerciale care deține licența audiovizuală a respectivului post radio și, nici convenție sau acord de subcontractare semnat de reprezentantul legal al societății comerciale care deține licența audiovizuală a respectivului post radio pentru confirmarea rezervării spațiului de difuzare, conform cerințelor caietului de sarcini mai sus menționate.

Criticile contestatoarei cu privire la motivul de respingere „3. *Ofertantul nu a făcut dovada disponibilității spațiilor media online propuse în oferta tehnică prin prezentarea de acorduri sau orice alt înscris din care să rezulte că spațiul media ofertat se află la dispoziția ofertantului pentru întreaga durată a campaniei în conformitate cu conținutul media planului ... Ofertantul nu a prezentat documente furnizate de o entitate neutră și certificate de măsurare a audiențelor (de exemplu: Studiul de Audiență și Trafic Internet-SATI din care să rezulte datele de audiență ... Comisia constată că, nici în oferta tehnică și nici în răspunsul la clarificare ofertantul nu a făcut dovada că spațiul media ofertat se află la dispoziția sa pentru întreaga durată a campaniei, respectiv pentru luna a 3-a de contract care în niciun caz nu va fi iunie 2016*”, sunt considerate nefondate. În aprecierea acestei finalități, Consiliul are în vedere că societatea contestatoare nu a prezentat dovada disponibilității spațiilor media online propuse în oferta tehnică prin prezentarea de acorduri sau orice alt înscris din care să rezulte că spațiul media ofertat se află la dispoziția ofertantului pentru întreaga durată a campaniei în conformitate cu conținutul media planului nu a prezentat documente furnizate de o entitate neutră și certificate de măsurare a audiențelor, conform cerințelor caietului de sarcini mai sus menționate.

Totodată, Consiliul are în vedere că, în cadrul contestației, ofertantul confirmă lipsa acestora, invocând următoarele: *În ceea ce privește „planurile media agreeate și semnate de reprezentanții legali ai societăților comerciale care dețin licențele audiovizuale ale respectivului post radio*”, contestatoarea precizează că o astfel de cerință este, de fapt, criteriu de calificare, conform art. 176 din OUG nr. 34/2006, însă fiind trecută în caietul de sarcini, este considerată clauză nescrisă în baza art. 33 alin. (3) din OUG nr. 34/2006. De asemenea, susține că oferta finală nici nu putea fi depusă în acest moment, aceasta echivalând cu încheierea unui contract ferm încă din momentul ofertării cu deținătorul de licență, fapt care nu a fost cerut și care, în sine, este extrem de restrictiv, încălcând dispozițiile normative în vigoare (care nu prevăd o astfel de solicitare), iar, pe de altă parte, presupunând costuri foarte importante, deosebit de oneroase și nejustificate pentru ofertant.

Preliminar analizării aspectelor sesizate de contestatoare, Consiliul constată că documentația de atribuire respectiv, fișa de date, caietul de sarcini, formularele și modelul contractului de furnizare, nu a fost contestată de niciun operator economic, drept pentru care toate prevederile ei și-au consolidat forța obligatorie atât pentru autoritatea contractantă, cât și pentru operatorii economici participanți la procedura de atribuire.

În stabilirea legalității rezultatului procedurii comunicat de autoritatea contractantă, Consiliul are în vedere următoarele dispoziții legale:

- art. 33 alin. (3) din OUG nr. 34/2006 care prevede: *„Cerințele/Criteriile de calificare și/sau selecție, care se regăsesc în caietul de sarcini ori documentația descriptivă și care nu sunt preluate în fișa de date/invitația de participare/anunțul de participare, sunt considerate clauze nescrise”;*

- art. 176. - Autoritatea contractantă are dreptul de a aplica criterii de calificare și selecție referitoare numai la:

- a) situația personală a candidatului sau ofertantului;
- b) capacitatea de exercitare a activității profesionale;
- c) situația economică și financiară;
- d) capacitatea tehnică și/sau profesională;
- e) standarde de asigurare a calității;
- f) standarde de protecție a mediului, în cazurile prevăzute la art. 188 alin. (2) [lit. f\)](#) și alin. (3) [lit. e\)](#).

- art. 188 alin. (2) lit. a-h) din OUG nr. 34/2006 care prevede: *„(2) În cazul aplicării unei proceduri pentru atribuirea unui contract de servicii, în scopul verificării capacității tehnice și/sau profesionale a ofertanților/candidaților, autoritatea contractantă are dreptul de a le solicita acestora, în funcție de specificul, de volumul și de complexitatea serviciilor ce urmează să fie prestate și numai în măsura în care aceste informații sunt relevante pentru îndeplinirea contractului, următoarele: ...”. e) mostre, descrieri și/sau fotografii a căror autenticitate trebuie să poată fi demonstrată în cazul în care autoritatea contractantă solicită acest lucru”.*

În aceste condiții, cerința în discuție este solicitată în caietul de sarcini, nu este o cerință de calificare, deoarece formularea menționată se referă la conformitatea serviciilor ce urmează a fi livrate, nu la capacitatea tehnică și/sau profesională a ofertanților de a presta serviciile solicitate.

Determinând că, în cauză, contestatoarea nu a făcut dovada îndeplinirii cerințelor explicite ale caietului de sarcini, astfel cum au fost impuse de autoritatea contractantă, Consiliul consideră că oferta a fost în mod corect respinsă ca neconformă, întrucât avea obligația respectării prevederilor art. 170 din OUG nr. 34/2006. Totodată, documentația de atribuire nefiind contestată era obligatoriu de respectat atât de autoritatea contractantă, în etapa de evaluare a ofertelor, cât și de ofertanți, în etapa de întocmire a acestora.

Prin prezentarea unei oferte fără a ține seama de cele solicitate (de autoritatea contractantă în documentația de atribuire), contestatoarea și-a asumat riscul ca aceasta să fie respinsă, potrivit art. 36 alin. (2) lit. a) din HG nr. 925/2006.

În plus, propunerea tehnică, astfel cum este prezentată de contestatoare, fiind parte integrantă a viitorului contract de achiziție

publică (art. 95 alin. (1) din hotărâre), ar fi presupus acceptarea ei într-o formă ce nu ar fi asigurat executarea contractului în condițiile stabilite.

Prin urmare, Consiliu constată că autoritatea contractantă a făcut aplicarea dispozițiilor art. 201 din OUG nr. 34/2006, coroborate cu cele ale art. 78 din HG nr. 925/2006 și a reținut corect, urmare a clarificărilor solicitate, mai sus menționate, și a răspunsurilor primite de la societatea contestatoare, că aceasta nu a făcut dovada conformității ofertei depuse cu cerințele caietului de sarcini.

De asemenea, având în vedere caracterul neconform al ofertei contestatoarei pentru motivele mai sus analizate, Consiliul nu va mai analiza celelalte motive reținute de comisia de evaluare, verificarea acestuia neputând conduce la schimbarea finalității rezultatului procedurii de atribuire față de ea.

Prin urmare, Consiliul constată că evaluarea ofertei prezentate de contestatoare a fost finalizată, întrucât înainte de a respinge/admite o ofertă, autoritatea contractantă este obligată la o conduită diligentă, care să asigure o evaluare completă a acesteia, în concordanță cu dispozițiile de la art. 200 din OUG nr. 34/2006 și cu cele de la art. 34, art. 72 alin. (2), art. 81 și art. 82 din HG nr. 925/2006.

Prin urmare, Consiliul constată respectarea dispozițiilor art. 34 și art. 72 alin. (2) din HG nr. 925/2006, care stabilesc obligația de evaluare completă a ofertelor în sarcina autorității contractante, obligație pe care aceasta și-a îndeplinit-o pentru stabilirea corectă a rezultatului procedurii.

Luând în considerare aspectele de fapt și de drept, în temeiul art. 278 alin. (5) și (6) din OUG nr. 34/2006 privind atribuirea contractelor de achiziție publică, a contractelor de concesiune de lucrări publice și a contractelor de concesiune de servicii, cu modificările și completările ulterioare, Consiliul respinge, ca nefondată, contestația formulată de ..., în calitate de lider al Asocierii ... , în contradictoriu cu ... și dispune continuarea procedurii de atribuire.

La punerea în aplicare a dispozițiilor din prezenta decizie, părțile vor avea în vedere că aceasta este obligatorie, conform art. 280 alin. (3) din OUG nr. 34/2006, precum și că au dreptul de a o ataca cu plângere, în concordanță cu art. 281 din același act normativ.

PREȘEDINTE COMPLET

...

MEMBRU COMPLET

...

MEMBRU COMPLET

...

Redactată în 4 exemplare originale, conține 19 pagini.