



# CONSILIUL NAȚIONAL DE SOLUȚIONARE A CONTESTAȚIILOR

C. N. S. C.

Str. Stavropoleos, nr. 6, sector 3, ..., România, CP 030084, CIF 20329980  
Tel. +4 021 3104641 Fax. +4 021 3104642, +40218900745 [www.cnsc.ro](http://www.cnsc.ro)

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

## **DECIZIE**

**Nr. .../.../...**

**Data: ...**

Prin contestația nr. 317/30.10.2015, înregistrată la Consiliul Național de Soluționare a Contestațiilor sub nr. 21179/02.11.2015, înaintată de SC ... SRL, cu sediul în ..., ..., județul ..., înmatriculată la Oficiul Registrului Comerțului sub nr. ..., având CUI ..., reprezentată legal prin ... – Administrator, formulată împotriva rezultatului procedurii ce i-a fost comunicat prin adresa nr. 3009/27.10.2015, emis de ..., cu sediul în ..., ..., ..., în calitate de autoritate contractantă în procedura, cerere de oferte, organizată în vederea atribuirii unui contract de achiziție publică având ca obiect „Servicii de publicitate în cadrul proiectului POSDRU – ID 142874 *Europa inclusivă - Inițiative regionale sustenabile*”, cu invitație de participare nr. ... publicată în SEAP în ..., s-a solicitat Consiliului „anularea procesului-verbal de evaluare a ofertelor, a rezultatului procedurii și a hotărârii prin care a fost desemnată câștigătoare SC ... SRL și reluarea procedurii de evaluare conform dispozițiilor art. 255 alin. (1) și art. 256<sup>2</sup> alin. (1) din OUG nr. 34/2006”.

Prin adresa nr. 843/03.11.2015, înregistrată la CNSC sub nr. 21320/03.11.2015, SC ... SRL, cu sediul în ..., ..., ..., înmatriculată la Oficiul Registrului Comerțului sub nr. ..., având CUI ..., reprezentată legal prin ...- Administrator, a înaintat o cerere de intervenție voluntară accesorie, prin care a solicitat Consiliului respingerea contestației formulate de SC ... SRL, ca neîntemeiată.

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

## **DECIDE:**

Admite în principiu cererea de intervenție formulată de SC ... SRL.  
Admite contestația depusă de SC ... SRL.

Anulează raportul procedurii în partea dedicată ofertei SC ... SRL, precum și adresele de comunicare a rezultatului procedurii de achiziție publică, ca acte subsecvente ale raportului procedurii.

Obligă autoritatea contractantă ca, în termen de 15 zile de la primirea deciziei Consiliului, să reanalizeze oferta SC ... SRL, cu respectarea dispozițiilor legale și a celor evocate în motivare.

Respinge ca nefondată cererea de intervenție depusă de SC ... SRL.

Dispune continuarea procedurii de achiziție publică, cu respectarea celor decise.

Obligatorie.

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 nr. 317/30.10.2015, înregistrată la Consiliul Național de Soluționare a Contestațiilor sub nr. 21179/02.11.2015, SC ... SRL atacă rezultatul procedurii ce i-a fost comunicat prin adresa nr. 3009/27.10.2015, emis de ..., în calitate de autoritate contractantă, în cadrul procedurii de atribuire mai sus arătate, considerând nelegală decizia acesteia de desemnare drept câștigătoare a ofertei depuse de SC ... SRL.

Preliminar, contestatoarea arată că, potrivit documentației de atribuire, numărul de spoturi TV (factor de evaluare a ofertei tehnice) este determinat de cerințele din caietul de sarcini, de valoarea maximă impusă în caietul de sarcini și de oferta de preț/spot al televiziunilor generaliste din top 5. Aceste cerințe sunt: (i) pentru spotul video-tv prime-time interval orele 19.00 - 23.00, (ii) difuzat pe minim 1 post de televiziune național generalist, (iii) aflat în primele 5 posturi ca audiență.

Drept urmare, arată contestatoarea, caietul de sarcini nu indică, în vreun fel, că ar fi posibil să se admită și posturi de televiziune din top 5 audiență cu alte profile.

Conform sursei oficiale ARMA, cele cinci posturi TV din topul audienței generale sunt:

1. PRO TV - profil generalist,
2. Antena 1 - profil generalist,
3. Kanal D - profil generalist,
4. Antena 3 - profil de știri,
5. România TV - profil de știri.

Din top 5 audiență generală, doar primele 3 posturi TV (PRO TV, Antena 1, Kanal D) sunt cu profil generalist, în conformitate cu cerințele din caietul de sarcini, celelalte 2 posturi TV (Antena 3, România TV) au profil de știri, profil neconcordant cu cerințele din caietul de sarcini.

În acest context, contestatoarea arată că i-a solicitat autorității contractante să îi comunice stația TV pe care ofertantul declarat câștigător a propus-o. Drept răspuns, autoritatea contractantă a precizat că „(...) Prin caietul de sarcini, la poziția „Cerințe minime obligatorii

pentru difuzarea spotului TV”, s-a solicitat ca spotul video-tv să fie difuzat în prime-time (interval orar 19.00-23.00) de minim 18 ori pe minim 1 post de televiziune național generalist, aflat în primele 5 posturi ca audiență. Ofertantul desemnat câștigător a prezentat, în cadrul propunerii tehnice, posturile Antena 1 și România TV, ambele aflate în top 5 ca audiență”.

În opinia contestatoarei, SC ... SRL a folosit o stratagemă prin care să inducă în eroare autoritatea contractantă. Astfel, ambele posturi de televiziune ofertate de aceasta sunt cuprinse în top 5 ca audiență generală, dar profilul stațiilor TV este diferit. Antena 1 este post cu profil generalist, dar România TV, chiar dacă este în top 5, are profil de știri, neconform cu caietul de sarcini.

Or, contestatoarea arată că dacă autoritatea contractantă și-ar fi dorit și post TV cu profil de știri, ar fi specificat în caietul de sarcini că acceptă și posturi de știri din primele 5 în top.

Nefiind specificat și post TV de știri, rezultă că toate difuzările de spot TV, atât cele 18 din prime-time, cât și cele date în plus, se vor face pe minimum un post de televiziune națională cu profil generalist aflat în primele 5 posturi ca audiență. Puteau fi difuzate pe mai multe posturi de televiziune din top 5, dar numai cu profil generalist.

Astfel, contestatoarea susține că autoritatea contractantă interpretează în mod eronat referirea din caietul de sarcini cu privire la condiția potrivit căreia „(...) spotul video-tv să fie difuzat în prime-time (interval orar 19.00-23.00) de minimum 18 ori pe minim 1 post de televiziune național generalist, aflat în primele 5 posturi ca audiență”.

De altfel, în textul din caietul de sarcini nu apare specificația „minim 18 ori pe minim 1 post de televiziune generalist”.

În opinia contestatoarei, autoritatea contractantă leagă cerințele minime obligatorii din primul text cu cel în care se face vorbire despre mediaplan: „prezentarea unui mediaplan care să cuprindă difuzarea spoturilor pe toată perioada de derulare a contractului, astfel încât să se realizeze o acoperire optimă la frecvența 3+ pe targetul campaniei și difuzarea de minimum 18 ori în TP”. Astfel, din totalul de spoturi ofertate, minim 18 trebuie să fie în prime-time, interval orar 19.00 - 23.00.

Or, în textul de mai sus nu este specificat profilul postului, cum eronat face legătura autoritatea contractantă, când redă textul după care a făcut evaluarea: „Prin caietul de sarcini, la poziția Cerințe minime obligatorii pentru difuzarea spotului TV, s-a solicitat ca spotul video-tv să fie difuzat în prime-time (interval orar 19.00-23.00) de minim 18 ori pe minim 1 post de televiziune național generalist, aflat în primele 5 posturi ca audiență”.

Mai mult, contestatoarea menționează că niciunde în caietul de sarcini nu este precizat că difuzarea spoturilor se poate face și pe un post de televiziune din top 5 cu profil de știri și nici nu se lasă loc de interpretare în acest sens.

Totodată, contestatoarea arată că valoarea estimată a proiectului - 503.145,16 lei - reflectă că specialiștii care au pus condițiile în caietul de

sarcini au avut în vedere prețul pieței pentru televiziunile din top 5 cu profil generalist întrucât prețul pieței pentru televiziunile de știri din top 5 este cu mult mai mic.

Pe de altă parte, având în vedere că numărul de spoturi TV influențează criteriul de atribuire prin ponderea la punctajul tehnic, contestatoarea susține că în algoritmul de calcul trebuiau luate în considerare doar spoturile care erau conforme cu cerințele caietului de sarcini, și anume cele difuzate pe Antena 1 - post generalist. Restul de spoturi, respectiv cele difuzate pe România TV, nu trebuiau luate în calcul la formarea punctajului, deoarece nu respectă condițiile din caietul de sarcini, fiind difuzate pe un post TV cu un alt profil (de știri) decât cel specificat în caietul de sarcini.

Procedând astfel, autoritatea contractantă nu a ținut cont de principiile care stau la baza atribuirii contractului, nu a garantat tratamentul egal și nediscriminarea operatorilor economici, încălcând astfel dispozițiile art. 2 și art. 17 din OUG nr. 34/2006.

Orice alegere de stație TV în afara celor specificate în caietul de sarcini („post de televiziune național generalist, aflat în primele 5 posturi ca audiență”) duce la influențarea celor două componente esențiale din criteriul de atribuire, și anume:

- ponderea la punctajul financiar,
- ponderea la punctajul tehnic.

Pentru motivarea în drept a contestației, autoarea acesteia invocă dispozițiile art. 255<sup>2</sup> din OUG nr. 34/2006.

Prin adresa nr. 843/03.11.2015, înregistrată la CNSC sub nr. 21320/03.11.2015, SC ... SRL a înaintat o cerere de intervenție voluntară accesorie prin care a solicitat Consiliului respingerea contestației formulate de SC ... SRL, ca neîntemeiată.

Demonstrându-și interesul actual și legitim pentru a formula o cerere de intervenție voluntară accesorie, autoarea acesteia arată că oferta sa a fost declarată câștigătoare procedurii de atribuire în dispută.

Raportându-se la criticile contestatoarei, intervenienta precizează că a prezentat ofertă realizând o analiză cantitativă (Topuri de audiență) raportat la clarificarea nr. 2, prin care autoritatea contractantă confirmă faptul că topul pentru televiziuni se va realiza pe targetul 18+ național”. Conform clasificării CNA în legătură cu profilul stațiilor TV, stațiile generaliste din top 5 sunt următoarele: Pro TV, Antena 1 și Kanal D. Antena 3 și România TV sunt stații de „Știri și Informații”, „Știri și Publicistică”, „Știri”, „Informativ”, „Știri și Programe Informativ”. Toate cele 5 stații sunt cu acoperire națională și monitorizate de ARMA/KantarMedia.

În aceste condiții, intervenienta precizează că a propus, pentru mixul de media, stația generalistă Antena 1 împreună cu stația de știri România TV, prezentând pe scurt programele celor două stații și motivând alegerea sa. Astfel, arată intervenienta „Pe lângă jurnale de știri ce prezintă în mod obiectiv evenimentele importante ale zilei, România TV are și o serie de emisiuni consacrate (Cultivat în România, Sănătate curată, Newline, Economica, etc.) ce abordează teme sociale

și economice de larg interes. Un alt avantaj al acestei propuneri - România TV - este că ne permite într-un buget relativ mic pentru o campanie TV să putem oferi un număr de difuzări suplimentare, asigurând astfel o frecvență zilnică mare”.

Acoperirea tehnică națională pentru Antena 1 este de 92%, cu un potențial de audiență de 14.642.000 persoane, conform documentelor anexate, certificate de Kantar Media și ARMA.

Acoperirea tehnică națională pentru România TV este de 96%, cu un potențial de audiență de 15.056.000 persoane, conform documentelor anexate, certificate de Kantar Media și ARMA.

Pentru stabilirea distribuției spoturilor pe cele două stații, pe intervalele definite în caietul de sarcini, respectiv Prime Time (19:00 - 23:00) și Extra Prime Time (06:00 - 19:00 și 23:00 - 06:00), au fost luate în considerare datele istorice de audiență din perioada 01.01 - 03.09.2015. Datele de audiență sunt certificate de către ARMA, iar audiențele certificate sunt folosite drept bază de referință pentru stabilirea distribuției de spoturi conform cerințelor definite în caietul de sarcini și agreeate cu furnizorii.

Totodată, intervenția precizează că, prin adresa nr. 2410/23.09.2015, autoritatea contractantă i-a solicitat clarificări privind respectarea, prin mediaplanul propus (cuprinzând o difuzare în Prime Time la Antena 1 și 23 de difuzări la România TV), a cerințelor minime obligatorii pentru difuzarea spotului TV.

Drept răspuns, intervenția a precizat că „În oferta noastră am ales 1 post generalist (Antena 1) și o stație de știri (România TV), ambele aflate în top 5 posturi ca audiență. [...]

- prezentarea unui media plan care să cuprindă difuzarea spoturilor pe toată perioada de derulare a contractului astfel încât să se realizeze o acoperire optimă la frecvența 3+ pe targetul campaniei și difuzarea de minim 18 ori în TP. În acest sens perioada de derulare a contractului depinde în mod direct de momentul încheierii contractului de achiziție publică, fiind cuprinsă între data încheierii contractului și până la 28 octombrie 2015. Astfel, pe perioada de derulare a contractului, indiferent de numărul de luni pe care îl presupune, difuzările vor fi concentrate de o așa manieră încât să se asigure un minim de 18 difuzări (pagina 5, paragraf 2 din caietul de sarcini).

Mediaplanul prezentat în ofertă cuprinde difuzarea a 345 de spoturi în toată perioada de difuzare a contractului (definită estimat în perioada 12-28 octombrie 2015) dintre care 24 de spoturi în Prime Time (intervalul 19:00 - 23:00) și 321 de difuzări în Extra Prime Time (intervalele 06:00 - 19:00 și 23:00 - 06:00).

Conform specificațiilor din caietul de sarcini, oferta îndeplinește cerințele minime solicitate (respectiv - minim 18 difuzări în Prime Time), fiind propus un număr de difuzări mai mare în Prime Time decât cel minim stabilit de autoritatea contractantă (24 de difuzări față de minimum de 18 difuzări) și un număr suplimentar de peste 300 de difuzări în Extra Prime Time pe 2 stații din top 5 audiență, cu acoperire națională (una generalistă și una de știri”.

Totodată, intervenienta arată că a solicitat ca evaluarea ofertelor să se facă analizând specificațiile tehnice definite în caietul de sarcini, cu respectarea legislației în vigoare, respectiv dispozițiile art. 13 și art. 34 din HG nr. 925/2006”.

În acest sens, intervenienta apreciază că nu poate să analizeze o cerință a caietului de sarcini scoasă din context, această cerință trebuind a fi interpretată coroborat cu toate specificațiile tehnice definite în caietul de sarcini în ansamblul său.

Prin urmare, intervenienta apreciază ca fiind nefondate criticile aduse prin prezenta contestație, de vreme ce specificațiile tehnice sunt clar prevăzute în caietul de sarcini. Raportarea la valoarea estimată (de 503.145,16 lei) nu poate fi interpretată, iar opinia contestatoarei cu privire la raționamentul specialiștilor care au pus condițiile în caietul de sarcini este doar o speculație și nu un argument probator pentru încălcarea unor prevederi legale.

De asemenea, intervenienta consideră neîntemeiată critica autoarei contestației asupra evaluării realizate de autoritatea contractantă prin prezentarea unei alte înțelegeri a algoritmului de calcul, și anume că spoturile conforme caietului de sarcini ar fi fost doar cele difuzate exclusiv pe postul generalist Antena 1, iar spoturile difuzate pe postul România TVA nu trebuiau luate în calcul.

În opinia intervenientei, contestatoarea se bazează pe o interpretare greșită a cerințelor caietului de sarcini, bazându-se pe interpretarea proprie a acestor cerințe și făcând abstracție de claritatea specificațiilor tehnice impuse.

Considerând că autoritatea contractantă a respectat principiile nediscriminării, tratamentului egal, al transparenței, proporționalității și eficienței utilizării fondurilor (art. 2 alin. (2) din OUG nr. 34/2006), intervenienta solicită admiterea cererii sale și, pe cale de consecință, respingerea ca neîntemeiată a contestației și menținerea actelor emise de autoritatea contractantă ca fiind legale și temeinice.

Prin adresa nr. 3107/03.11.2015, înregistrată la CNSC sub nr. 21302/03.11.2015, autoritatea contractantă a transmis Consiliului punctul de vedere la contestație, solicitând respingerea acesteia, ca nefondată.

Raportându-se la criticile formulate de contestatoare referitoare la difuzarea spoturilor TV, autoritatea contractantă arată că, prin documentația de atribuire, a solicitat ca ofertanții (prin propunerea tehnică) să îndeplinească următoarele cerințe:

- pentru spotul video-tv Prime Time, interval orele 19.00 - 23.00, difuzat pe minim 1 post de televiziune național generalist, aflat în primele 5 posturi ca audiență;

- prezentarea unui media plan care să cuprindă difuzarea spoturilor pe toată perioada de derulare a contractului, astfel încât să se realizeze o acoperire optimă la frecvența 3+ pe targetul campaniei și difuzarea de minim 18 de ori în TP.

Notă: Difuzarea spoturilor TV se va face exclusiv pe posturile aflate în top 5 audiență generală.

În acest context, autoritatea contractantă precizează că a solicitat clarificări ofertantului SC ... SRL, având în vedere faptul că în Media planul depus în cadrul ofertei tehnice, a fost propusă o difuzare în Prime Time pe postul TV Antena 1 și un număr de 23 de difuzări pe postul TV România TV.

Analizând răspunsul ofertantului la solicitarea de clarificări, precum și prevederile caietului de sarcini, autoritatea contractantă susține că membrii comisiei de evaluare au constatat că în caietul de sarcini nu există o precizare prin care să se impună ofertanților ca difuzarea spotului TV să fie realizată de minim 18 ori în TP pe un post generalist, respectiv cele două cerințe trebuie îndeplinite în mod cumulativ.

Astfel, comisia de evaluare a considerat că oferta depusă de către SC ... SRL prin difuzarea spotului TV pe postul Antena 1, respectă primul paragraf din caietul de sarcini și prin cele 24 de difuzări ce urmează să se realizeze pe posturile Antena 1 și România TV, respectă cea de-a doua cerință.

Totodată, autoritatea contractantă subliniază faptul că autoarea contestației i-a solicitat informații referitoare la stația TV pe care ofertantul declarat câștigător urmează să difuzeze spoturile.

În opinia autorității contractante, contestatoarea încearcă să interpreteze cerințele din documentația de atribuire/caietul de sarcini, ulterior deschiderii/evaluării ofertelor și atribuirii contractului. Or, în conformitate cu prevederile legislației în vigoare, operatorii economici aveau dreptul de a solicita clarificări/completări privitoare la documentația de atribuire înainte de termenul limită de depunere a ofertelor.

Având în vedere faptul că cerințele din caietul de sarcini nu au făcut obiectul căii de atac stabilită, în mod expres, prin dispozițiile art. 255 alin. (1) din OUG nr. 34/2006, în termenele imperativ stabilite de ordonanța de urgență, în mod automat, se prezumă că toți ofertanții au acceptat și însușit conținutul acesteia, o situație identică fiind prezumată și pentru autoritatea contractantă. Pe cale de consecință, față de ofertele depuse sunt incidente prevederile art. 170 din actul normativ anterior invocat, conform cărora „ofertantul are obligația de a elabora oferta în conformitate cu prevederile din documentația de atribuire”.

În acest context, în vederea respectării principiului simetriei juridice, autoritatea contractantă este obligată să evalueze ofertele prin raportare la aceleași cerințe, raționamentul respectiv fiind validat și de dispozițiile art. 72 alin. (2) lit. b) din HG nr. 925/2006, conform căruia comisia de evaluare are printre atribuții verificarea propunerilor tehnice prezentate de către ofertanți, din punctul de vedere al modului în care acestea corespund cerințelor minime din caietul de sarcini sau din documentația de atribuire.

Față de cele de mai sus, autoritatea contractantă apreciază că prin interpretarea caietului de sarcini, în sensul arătat de contestatoare, s-ar modifica cerințele tehnice ulterior depunerii ofertelor, fapt ce conduce la încălcarea principiilor enunțate în OUG nr. 34/2006.

În consecință, autoritatea contractantă solicită Consiliului să constate împrejurarea că stabilirea ofertei câștigătoare a fost efectuată cu respectarea legislației în materia achizițiilor publice, criticile contestatoarei fiind nefondate, autoritatea contractantă respectând în derularea achiziției principiile care stau la baza atribuirii contractului de achiziție publică, nefiind dovedită nicio încălcare a legislației privind achizițiile publice.

În replică, prin adresa nr. 337/11.11.2015, înregistrată la CNSC sub nr. 21962/12.11.2015, SC ... SRL a transmis Consiliului răspunsul la punctul de vedere înaintat de autoritatea contractantă, prin care își menține criticile formulate prin contestație referitoare la interpretarea eronată a cerințelor caietului de sarcini de către SC ... SRL și acceptate de autoritatea contractantă.

În susținerea acestor afirmații, contestatoarea indică solicitarea de clarificare adresată ofertantului declarat câștigător prin care autoritatea contractantă a precizat că „(...) Prin caietul de sarcini, la poziția Cerințe minime obligatorii pentru difuzarea spotului TV, s-a solicitat ca spotul video-tv să fie difuzat în Prime Time (interval orar 19.00 - 23.00) de minim 18 ori pe minim 1 post de televiziune național generalist, aflat în primele 5 posturi ca audiență generală.

Având în vedere faptul că în Mediaplanul depus de ofertant, în cadrul ofertei tehnice, a fost prezentat o difuzare în Prime Time pe postul Antena 1 și un număr de 23 de difuzări pe postul România TV, i s-a solicitat să clarifice cum respectă această cerință”.

În acest context, contestatoarea apreciază că autoritatea contractantă a constatat că cerința respectivă nu este îndeplinită de SC ... SRL și a cerut clarificări.

Analizând răspunsul operatorului economic SC ... SRL, contestatoarea concluzionează că acesta nu a respectat cerințele din documentația de atribuire, interpretându-le în folosul ei („În oferta noastră am ales 1 post generalist (Antena 1) și o stație de știri (România TV), ambele aflate în top 5 posturi ca audiență”).

Prin urmare, pe postul generalist cerut în caietul de sarcini a fost prezentată o singură difuzare, restul difuzărilor fiind prezentate pe postul de știri, neconform cu caietul de sarcini.

Or, nicăieri în caietul de sarcini nu se specifică și posibilitatea alegerii unui post cu alt profil decât cel specificat, și anume post generalist.

Totodată, contestatoarea arată că partea din răspuns referitoare la mediaplanul ofertat este prezentarea textului din caietul de sarcini (fără ghilimele).

Mai mult, contestatoarea precizează că ofertantul declarat câștigător acuză autoritatea contractantă că „cerințele din solicitarea de clarificări transmise sunt o interpretare a celor menționate în documentație și nu se regăsesc în această formă în cuprinsul caietului de sarcini”.

Contrar propriilor cerințe din caietul de sarcini, autoritatea contractantă precizează, în punctul de vedere la contestație, „că în



caietul de sarcini nu există o precizare prin care să se impună ofertanților ca difuzarea spotului TV să fie realizată de minim 18 ori în TP pe un post generalist, respectiv cele două cerințe trebuie îndeplinite în mod cumulativ”.

De fapt, contestatoarea arată că în caietul de sarcini, există precizarea că difuzarea spoturilor se face „pentru spotul video-tv Prime Time interval orele 19.00 - 23.00, difuzat pe minim 1 post de televiziune național generalist, aflat în primele 5 posturi ca audiență”. Adică, nu numai cele 18 din Prime Time trebuie difuzate pe postul generalist, ci toate difuzările trebuie făcute pe postul generalist specificat în text și nu pe un alt post cu alt profil care nu apare nicăieri menționat.

Cu titlu de exemplu, contestatoarea indică și alte proceduri similare, organizate de aceeași autoritate contractanta, în cadrul cărora s-au stabilit cerințe minime obligatorii ce specifică, în clar, dacă au nevoie și de posturi cu alte profile.

Pe de altă parte, contrar opiniei autorității contractante, contestatoarea susține că nu ar fi avut vreo neînțelegere a cerințelor documentației de atribuire, dovadă fiind și faptul că autoritatea contractantă nu i-a solicitat nicio clarificare a ofertei sale.

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

Pentru atribuirea contractului de achiziție publică având ca obiect „Servicii de publicitate în cadrul proiectului POSDRU – ID 142874 *Europa inclusivă - Inițiative regionale sustenabile*”, cod CPV 79341000-6 – *Servicii de publicitate (Rev.2)*, ... (în calitate de autoritate contractantă) a inițiat procedura, cerere de oferte, prin publicarea în SEAP a invitației de participare nr. ... din ..., la care a atașat documentația de atribuire.

Ofertele depuse în aplicarea acestei proceduri au fost deschise în cadrul ședinței desfășurate în acest scop, ocazie cu care a fost încheiat procesul-verbal nr. 2357 din 21.09.2015.

Comisia de evaluare și-a finalizat activitatea prin întocmirea raportului procedurii nr. 3007 din 27.10.2015.

Decizia privind rezultatul aplicării procedurii i-a fost comunicată SC ... SRL prin adresa nr. 3009/27.10.2015, respectiv faptul că oferta sa a fost declarată necâștigătoare, cu un punctaj de 53,43 puncte și cu un preț de 486.000 lei, fara TVA. Prin adresa i se mai aduce la cunoștință și faptul că a fost declarată câștigătoare oferta depusă de SC ... SRL cu un punctaj de 70,56 puncte și cu un preț de 376.489,98 lei, fără TVA.

Nemulțumită de rezultatul procedurii de atribuire, SC ... SRL a înaintat Consiliului contestația de față (însoțită de garanția de bună conduită în original în valoare de 5.031,46 lei), solicitând Consiliului „anularea procesului-verbal de evaluare a ofertelor, a rezultatului procedurii și a hotărârii prin care a fost desemnată câștigătoare SC ... SRL și reluarea procedurii de evaluare conform dispozițiilor art. 255 alin. (1) și art. 256<sup>2</sup> alin. (1) din OUG nr. 34/2006”.

De asemenea, Consiliul reține că, în cauza prezentă, SC ... SRL a formulat cerere de intervenție voluntară accesorie, demers ce a fost încunoștințat părților interesate.

Consiliul consideră cererea de intervenție admisibilă în principiu, urmând a fi cercetată odată cu solicitările contestatoarei, în condițiile impuse de dispozițiile art. 64 și următoarele din Codul de procedură civilă, autoarea ei prezentând interes în finalizarea procedurii de atribuire.

Prin contestația sa, SC ... SRL arată faptul că, în mod eronat, oferta SC ... SRL a fost declarată conformă și câștigătoare, de vreme ce, în opinia sa, aceasta nu respectă cerința caietului de sarcini referitoare la difuzarea spotului videotv, primetime interval orele 19.00 – 23.00, pe minim 1 post de televiziune național generalist, aflat în primele 5 posturi ca audiență, aceasta cu atât mai mult cu cât numărul de spoturi TV incluse în oferta reprezintă și factor de evaluare a ofertei.

Analizând contestația primită, Consiliul reține că, în caietul de sarcini, parte a documentației de atribuire elaborată de autoritatea contractantă, se precizează și următoarele, cu privire la difuzarea spotului TV:

*„Cerințele minime obligatorii pentru difuzarea spotului TV:*

*- pentru spotul videotv primetime interval orele 19.00 – 23.00, difuzat pe minim 1 post de televiziune național generalist, aflat în primele 5 posturi ca audiență ;*

*- prezentarea unui media plan care să cuprindă difuzarea spoturilor pe toata perioada de derulare a contractului astfel încât să se realizeze o acoperire optimă la frecvența 3+ pe targetul campaniei și difuzarea de minim 18 de ori în TP; În acest sens perioada de derulare a contractului depinde în mod direct de momentul încheierii contractului de achiziție publică, fiind cuprinsă între data încheierii contractului și până la 28 octombrie 2015. Astfel, pe perioada de derulare a contractului, indiferent de numărul de luni pe care îl presupune, difuzările vor fi concentrate de o așa manieră încât să se asigure un minim de 18 difuzări.”*

Față de oferta prezentată de SC ... SRL, autoritatea contractantă a cerut acesteia clarificări, prin adresa nr. 2410 din 23.09.2015, astfel:

*„Prin caietul de sarcini, la poziția „Cerințe minime obligatorii pentru difuzarea spotului TV”, s-a solicitat ca spotul videotv să fie difuzat în primetime (interval orar 19.00 – 23.00) de minim 18 ori pe minim 1 post de televiziune național generalist, aflat în primele 5 posturi ca audiență generală.*

*Având în vedere Media planul depus de dvs. în cadrul ofertei tehnice, în care ați prezentat o difuzare în prime-time pe postul tv Antena 1 și un număr de 23 de difuzări pe postul tv Romania TV, vă rugăm să ne clarificați cum respectați această cerință.”*

SC ... SRL a răspuns prin adresa nr. 783 din 24.09.2015, înregistrată la autoritate cu nr. 2440 din 25.09.2015, astfel:

*„Cerințe minime pentru difuzarea spotului TV:*

*- pentru spotul video-tv prime-time interval orele 19.00 - 23.00, difuzat pe minim 1 post de televiziune național generalist, aflat în primele 5 posturi ca audiență (pagina 5, paragraf 1)*

*In oferta noastră am ales 1 post generalist (Antena 1) și o stație de știri (Romania TV), ambele aflate în top 5 posturi ca audiența.*

- prezentarea unui media plan care sa cuprindă difuzarea spoturilor pe toata perioada de derulare a contractului astfel incat sa se realizeze o acoperire optima la frecventa 3+ pe targetul campaniei și difuzarea de minim 18 de ori în TP; în acest sens perioada de derulare a contractului depinde în mod direct de momentul încheierii contractului de achiziție publică, fiind cuprinsă între data încheierii contractului, și până la 28 octombrie 2015. Astfel, pe perioada de derulare a contractului, indiferent, de numărul de luni pe care îl presupune, difuzările vor fi concentrate de o așa manieră încât să se asigure un minim de 18 difuzări, (pagina 5, paragraf 2).

Mediaplanul prezentat în oferta cuprinde difuzarea a 345 de spoturi în toata perioada de difuzare a contractului (definita estimat în perioada 12 - 28 octombrie 2015) dintre care 24 de spoturi în Prime Time (intervalul 19:00 - 23:00) și 321 de difuzari în Extra Prime Time (intervalele 06:00 - 19:00 și 23:00 - 06:00).

Conform specificațiilor din caietul de sarcini, oferta indeplineste cerințele minime solicitate (respectiv - minim 18 difuzări în prime time), fiind propus un număr de difuzări mai mare în prime time decât cel minim stabilit de autoritatea contractanta (24 de difuzări fata de minimum de 18 difuzări) și un număr suplimentar de peste 300 de difuzări în extra prime time pe 2 statii din top 5 audienta, cu acoperire naționala (una generalista și una de știri).

Intrucât cerințele dvs din Solicitarea de clarificari transmisa sunt o interpretare a celor mentionate în documentație și nu se regăsesc în aceasta forma în cuprinsul caietului de sarcini, va rugam sa evaluați ofertele analizand specificațiile tehnice asa cum acestea au fost definite în caietul de sarcini și cu respectarea legislației în vigoare (Art. 13 și art 34 din HG 925 / 2006)."

Rezultă din cele expuse faptul că SC ... SRL a ofertat difuzarea spotului TV pe două posturi tv, respectiv Antena 1 (post generalist) și Romania TV (stație de știri), ambele aflate în top 5 posturi ca audiență.

Cerința caietului de sarcini impunea ca spotul videotv să fie difuzat de minim 18 ori pe minim 1 post de televiziune național generalist, aflat în primele 5 posturi ca audiență. Este evident că și în cazul în care un participant la procedură alegea să oferteze difuzarea spotului videotv pe două sau mai multe posturi de televiziune, condiția de acceptare era ca toate posturile de televiziune menționate în ofertă și pe care se realizau minim 18 difuzări să fie național generaliste, aflate în primele 5 posturi ca audiență.

Or, ofertanta SC ... SRL nu a îndeplinit această condiție, așa cum rezultă din cele expuse și din propria afirmație.

Că aceasta este interpretarea corectă a cerinței caietului de sarcini, referitoare la tipul postului/posturilor de televiziune unde urmează să fie difuzat spotul videotv, rezultă chiar din solicitarea de clarificare adresată de autoritatea contractantă SC ... SRL, care este în sensul celor precizate mai sus.

Consiliul nu va reține în soluționare interpretarea finală a autorității contractante referitoare la o înțelegere contrară a cerinței caietului de

sarcini, de vreme ce aceasta este clară. Dacă autoritatea contractantă intenționa să accepte cele minim 18 difuzări ale spotului video-tv și pe posturi tv care nu sunt național generaliste, ar fi condiționat în acest sens ofertanții, prin documentația de atribuire.

De altfel, în cazul în care comisia de evaluare ar fi sesizat „eroarea” proprie de interpretare a textului caietului de sarcini, ar fi trebuit să observe că lipsa de claritate a documentației de atribuire (la asigurarea căreia autoritatea contractantă este obligată prin prevederea de la art. 33 alin. 1 din OUG nr. 34/2006) a condus la ofertarea unor soluții tehnice diferite de către participanți, soluții care nu ar putea fi comparate. În acest caz, măsura justă de remediere ce ar fi trebuit adoptată ar fi fost anularea procedurii, conform dispozițiilor art. 209 alin. (1) lit. b) din OUG nr. 34/2006.

Având în vedere cele expuse, Consiliul reține caracterul fondat al criticii din contestație și nelegalitatea deciziei autorității contractante de a stabili câștigătoare o ofertă care nu îndeplinește cerința examinată a caietului de sarcini.

Potrivit art. 36 alin. (2) lit. a) din H.G. nr. 925/2006, o oferta este considerată neconformă dacă nu satisface în mod corespunzător cerințele caietului de sarcini, comisia de evaluare având obligația de a respinge ofertele neconforme (art. 81 din hotărâre).

Printre atribuțiile comisiei de evaluare sunt și cele de verificare a propunerilor tehnice prezentate de ofertanți, din punctul de vedere al modului în care acestea corespund cerințelor minime din caietul de sarcini, de stabilire a ofertelor neconforme și a motivelor care stau la baza încadrării ofertelor respective în această categorie, precum și de stabilire a ofertelor admisibile (art. 72 alin. 2 lit. f, h și i din hotărâre). Potrivit art. 37 alin. (2) din actul normativ menționat, oferta câștigătoare se stabilește numai dintre ofertele admisibile.

Declarând câștigătoare o ofertă neconformă, autoritatea contractantă a încălcat atât prevederile mai sus enunțate, cât și pe cele ale art. 200 alin. (1) din OUG nr. 34/2006 care obligă autoritatea contractantă să stabilească oferta câștigătoare, pe baza criteriului de atribuire precizat în invitația de participare/anunțul de participare și în documentația de atribuire, dacă oferta respectivă îndeplinește toate condițiile de admisibilitate care rezultă din documentația de atribuire și actele anexate.

Luând în considerare aspectele de fapt și de drept evocate, în baza art. 278 alin. (2) din Ordonanța de urgență a Guvernului 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 urmează să admită contestația depusă de SC ... SRL și să anuleze raportul procedurii în partea dedicată ofertei SC ... SRL, precum și adresele de comunicare a rezultatului procedurii de achiziție publică, ca acte subsecvente ale raportului procedurii.

În baza art. 278 alin. (2) și (4) din ordonanță, Consiliul va obliga autoritatea contractantă ca, în termen de 15 zile de la primirea deciziei

Consiliului, să reanalizeze oferta SC ... SRL, cu respectarea dispozițiilor legale și a celor evocate în motivare.

Față de cele stabilite mai sus cu ocazia soluționării contestației, Consiliul reține că cele evocate în cererea de intervenție depusă de SC ... SRL, sunt nefondate, astfel încât, în baza art. 278 alin. (5) din OUG nr. 34/2006, Consiliul va respinge ca nefondată cererea de intervenție.

În baza art. 278 alin. (6) din ordonanța de urgență, Consiliul va dispune continuarea procedurii de achiziție publică, cu respectarea celor decise.

La punerea în aplicare a dispozițiilor din prezenta decizie, părțile vor avea în vedere că este obligatorie, dar și că pot formula plângere împotriva ei, în conformitate cu dispozițiile art. 280 alin. (3) și art. 281 din OUG nr. 34/2006.

**PREȘEDINTE COMPLET**

...

**MEMBRU COMPLET**

...

...

**MEMBRU COMPLET**

...