

## Servicii de publicitate pentru desfasurarea de campanii de publicitate in anii 2019-2020

### Sectiunea I: AUTORITATEA CONTRACTANTA

---

#### I.1) Denumire si adrese

C.N. "Loteria Romana" S.A.

Cod de identificare fiscala: RO12397185; Adresa: Strada: Poenaru Bordea, col., nr. 20; Localitatea: Bucuresti; Cod NUTS: RO321 Bucuresti; Cod postal: 040094; Tara: Romania; Persoana de contact: SEBASTIAN GHERLAGIU / MARIA-ANTOANETA IONESCU; Telefon: +4 0372137215 / +4 0372137306; Fax: +4 0372137438; E-mail: [achizitii publice@loto.ro](mailto:achizitii publice@loto.ro); Adresa internet: (URL) [www.loto.ro](http://www.loto.ro); Adresa web a profilului cumparatorului: [www.e-licitatie.ro](http://www.e-licitatie.ro);

#### I.2) Achizitie comuna

Contractul implica o achizitie comuna: Nu

Contractul este atribuit de un organism central de achizitie: Nu

#### I.4) Tipul autoritii contractante

Alt tip

#### I.5) Activitate principala

Alta activitate

### Sectiunea II: Obiect

---

#### Sectiunea II.1 Obiectul achizitiei

##### II.1.1) Titlu

Servicii de publicitate pentru desfasurarea de campanii de publicitate in anii 2019-2020

Numar referinta: 12397185201908

##### II.1.2) Cod CPV principal

79341000-6 Servicii de publicitate (Rev.2)

##### II.1.3) Tipul contractului

Servicii

##### II.1.4) Descrierea succinta

Servicii de publicitate pentru desfasurarea de campanii de publicitate in anii 2019-2020

Lotul 1: Campanii de publicitate TV, Radio, Online

Lotul 2: Campanii de publicitate Outdoor

CONFORM CAIET DE SARCINI

##### II.1.6) Informatii privind loturile

Contractul este impartit in loturi: Da

##### II.1.7) Valoarea totala a achizitiei

Valoare: 3376560

Moneda: RON

#### Sectiunea II.2 Descriere

##### II.2.1) Titlu

2 Servicii de publicitate – LOTUL 2 - Campanii de publicitate Outdoor

##### II.2.2) Cod(uri) CPV suplimentare

Cod CPV principal: 79341000-6 Servicii de publicitate (Rev.2)

Cod CPV suplimentar: -

### II.2.3) Locul de executare

Cod NUTS: RO ROMÂNIA

**Locul principal de executare:**

CONFORM CAIET DE SARCINI CONFORM CAIET DE SARCINI

### II.2.4) Descrierea achizitiei publice

*(natura si cantitatea lucrarilor, produselor sau serviciilor sau o mentiune privind nevoile si cerintele)*

Servicii de publicitate – LOTUL 2 - Campanii de publicitate Outdoor

### II.2.5) Criterii de atribuire

Cel mai bun raport calitate – pret

Denumire factor evaluare: Pretul ofertei

Descriere: Componenta financiara

Pondere: 60%

Algoritm de calcul: Punctajul se acorda astfel: a) Pentru cel mai scazut dintre preturi se acorda punctajul maxim alocat; b) Pentru celelalte preturi ofertate punctajul P(n) se calculeaza proportional, astfel:  $P(n) = (\text{Pret minim ofertat} / \text{Pret } n) \times \text{punctaj maxim alocat}$ .

Denumire factor evaluare: Numarul total de panouri stradale

Descriere: Numarul total de panouri stradale asigurat pentru utilizare in cadrul campaniilor de publicitate, cumulat pentru cele 3 campanii, factor pentru care se acorda maxim 40 puncte.

Asigurarea unui numar mai mare de panouri stradale pentru utilizare in cadrul campaniilor de publicitate, suplimentar fata de numarul minim prevazut in caietul de sarcini, constituie premisa pentru expunerea mesajelor publicitare transmise catre un numar cat mai mare de persoane.

Pondere: 40%

Algoritm de calcul: Algoritm de calcul pentru acordarea punctajelor este urmatorul:

Punctajul total acordat pentru fiecare oferta se calculeaza pe baza formulei:

$$P(\text{total}) = P(\text{financiar}) + P(\text{tehnic})$$

Punctajul financiar se acorda astfel:

- Pentru cel mai scazut dintre preturile ofertelor se acorda 60 puncte
- Pentru alt pret decat cel prevazut la lit. a) se acorda punctaj astfel:

$$P(\text{financiar}) n = (\text{pret minim}/\text{pret } n) \times 60 \text{ puncte}$$

Preturile care se compara in scopul intocmirii clasamentului sunt preturile ofertate pentru prestarea integrala a serviciilor, preturi totale exprimate in lei exclusiv TVA.

Punctajul tehnic se acorda astfel:

$$P(\text{tehnic}) n = P1(n)$$

Acordarea punctajului conform factorului de evaluare:

- Pentru oferta care asigura numarul total minim de panouri stradale specificat in caietul de sarcini pentru fiecare din cele 3 campanii (total 81 panouri x 3 campanii) se acorda 0 puncte.
- Pentru oferta care asigura un numar total de panouri stradale suplimentar fata de cel specificat in caietul de sarcini (numar total de panouri stradale, cumulat pentru cele 3 campanii de publicitate), punctajul se acorda astfel:
  - Pentru oferta care asigura cel mai mare numar total de panouri stradale, cumulat pentru cele 3 campanii de publicitate, se acorda 40 puncte.
  - Pentru oferta care asigura un numar total de panouri stradale, cumulat pentru cele 3 campanii de publicitate, mai mic decat cel de la punctul b.(1), punctajul se acorda astfel:

$$P1(n) = [P1(\text{campanie } 1) + P1(\text{campanie } 2) + P1(\text{campanie } 3)](n) / [P1(\text{campanie } 1) + P1(\text{campanie } 2) + P1(\text{campanie } 3)](\text{maxim}) \times 40 \text{ puncte}$$

unde

P1 (campanie 1) = Numar total de panouri stradale asigurat in campania 1

P1 (campanie 2) = Numar total de panouri stradale asigurat in campania 2

P1 (campanie 3) = Numar total de panouri stradale asigurat in campania 3

## II.2.11) Informatii privind optiunile

Optiuni: Nu

## II.2.13) Informatii despre fondurile Uniunii Europene

Achizitia se refera la un proiect si/sau program finantat din fonduri ale Uniunii Europene: Nu

Tip finantare: Alte fonduri

## II.2.14) Informatii suplimentare

-

### II.2.1) Titlu

1 Lotul 1 - Campanii de publicitate TV, Radio, Online

### II.2.2) Cod(uri) CPV suplimentare

Cod CPV principal: 79341000-6 Servicii de publicitate (Rev.2)

Cod CPV suplimentar: -

### II.2.3) Locul de executare

Cod NUTS: RO ROMANIA

**Locul principal de executare:**

CONFORM CAIET DE SARCINI CONFORM CAIET DE SARCINI

### II.2.4) Descrierea achizitiei publice

*(natura si cantitatea lucrarilor, produselor sau serviciilor sau o mentiune privind nevoile si cerintele)*

Serviciile de publicitate ce fac obiectul prezentei achizitii vizeaza desfasurarea de campanii de publicitate in perioada 2019 – 2020, in cadrul carora sa fie transmise mesaje publicitare prin intermediul unor canale media cu vizibilitate/audienta potentiala ridicata in randul jucatorilor actuali si potentiali (Lotul 1: TV, radio, online), in scopul asigurarii unei cat mai bune sustineri si promovari a produselor Achizitorului, a unor actiuni/trageri speciale organizate de Achizitor si a castigurilor/reporturilor la jocurile Loto.

### II.2.5) Criterii de atribuire

Cel mai bun raport calitate – pret

Denumire factor evaluare: Pretul ofertei

Descriere: Componenta financiara

Pondere: 60%

Algoritm de calcul: Punctajul se acorda astfel: a) Pentru cel mai scazut dintre preturi se acorda punctajul maxim alocat; b) Pentru celelalte preturi ofertate punctajul P(n) se calculeaza proportional, astfel:  $P(n) = (\text{Pret minim ofertat} / \text{Pret } n) \times \text{punctaj maxim alocat}$ .

Denumire factor evaluare: Audienta medie\* cumulata a celor 3 posturi TV propuse

Descriere: In ce priveste posturile TV, factorul privind audienta medie este important datorita faptului ca reflecta, la nivel mediu si general, audienta respectiv gradul de popularitate generala a posturilor TV in randul publicului telespectator (national 18+). O audienta mai mare poate constitui premisa pentru o audienta/expunere mai ridicata a mesajelor publicitare transmise in cadrul campaniilor de publicitate, in cazul in care acestea ar fi transmise pe respectivele posturi TV.

Audienta medie\* cumulata a celor 3 posturi TV propuse (\*pentru fiecare post TV:

% Rating mediu, pentru perioada 01.01.2019 – 31.05.2019 si intervalul orar 08:00-24:00, target National 18+, conform datelor raportate de Asociatia Romana pentru Masurarea Audientelor / Kantar Media), respectiv marjele de rating ce depasesc 1,50% Rtg. pentru posturile cu profil de stiri si marja de rating ce depaseste 0,80% Rtg. pentru postul cu profil generalist, factor pentru care se acorda maxim 15 puncte.

Pondere: 40%

Algoritm de calcul: Audienta medie\* cumulata a celor 3 posturi TV propuse (\*pentru fiecare post TV:

% Rating mediu, pentru perioada 01.01.2019 – 31.05.2019 si intervalul orar 08:00-24:00, target National 18+, conform datelor raportate de Asociatia Romana pentru Masurarea Audientelor / Kantar Media), respectiv marjele de rating ce depasesc 1,50% Rtg. pentru posturile cu profil de stiri si marja de rating ce depaseste 0,80% Rtg. pentru postul cu profil generalist, factor pentru care se acorda maxim 15 puncte.

a) Pentru oferta cu cea mai mare audienta medie cumulata mentionata la punctul 1 din tabelul de mai sus, se acorda 15 puncte.

b) Pentru oferta cu o audienta medie cumulata mentionata la punctul 1 in tabelul de mai sus mai mica decat cea prevazuta la lit. a), punctajul se acorda astfel:

$P1(n) = [P1 (TV stiri 1) + P1 (TV stiri 2) + P1 (TV generalist)](N) / [P1 (TV stiri 1) + P1 (TV stiri 2) + P1 (TV generalist)](MAXIMA) \times 15$   
puncte

unde

$P1 (TV stiri 1) = \text{Audienta medie \%Rtg. post TV stiri 1} - 1,50\% \text{ Rtg.}$

$P1 (TV stiri 2) = \text{Audienta medie \%Rtg. post TV stiri 2} - 1,50\% \text{ Rtg.}$

$P1 (TV generalist) = \text{Audienta medie \%Rtg. post TV generalist} - 0,80\% \text{ Rtg.}$

### II.2.11) Informatii privind optiunile

Optiuni: Nu

### II.2.13) Informatii despre fondurile Uniunii Europene

Achizitia se refera la un proiect si/sau program finantat din fonduri ale Uniunii Europene: Nu

Tip finantare: Alte fonduri

### II.2.14) Informatii suplimentare

-

## Sectiunea IV: Procedura

---

### IV.1) Descriere

#### IV.1.1) Tipul procedurii

Licitatie deschisa

#### IV.1.3) Informatii privind un acord-cadru sau un sistem dinamic de achizitii

#### IV.1.6) Informatii despre licitatie electronica

Se va organiza o licitatie electronica: Nu

#### IV.1.8) Informatii despre Acordul privind achizitiile publice (AAP)

Achizitia intra sub incidenta Acordului privind achizitiile publice: Da

### IV.2) Informatii administrative

#### IV.2.1) Publicarea anterioara privind aceasta procedura

Numarul anuntului in JOUE: 2019/S 152-374932

#### IV.2.8) Informatii privind incetarea sistemului dinamic de achizitii

Anuntul implica incetarea sistemului dinamic de achizitii publicat in anuntul de participare de mai sus: Nu

#### IV.2.9) Informatii privind incetarea unei invitatii la o procedura concurentiala de ofertare sub forma unui anunt orientativ periodic

Entitatea contractanta nu va atribui niciun alt contract pe baza anuntului orientativ periodic mentionat mai sus: Nu

## Sectiunea V: Atribuirea contractului

---

Se atribuie un contract/un lot: Da

### V.1) Informatii privind neatribuirea

Loturi anulate:

**2. Servicii de publicitate – LOTUL 2 - Campanii de publicitate Outdoor**

Data anularii: 06.11.2019

Motivul anularii: Abateri grave de la prevederile legislative afecteaza procedura de atribuire sau este imposibila incheierea contractului, Întrucât Autoritatea Contractantă se află în situația prevăzută la art. 212, alin. (1), litera c) din Legea nr. 98/2016, prin prezenta vă informăm că lotul nr. 2 aferent procedurii mai sus menționată se anulează, intrucat s-au constatat incalcare ale prevederilor legale, respectiv s-au constatat erori, iar autoritatea contractantă se află în imposibilitatea de a adopta măsuri corective fără ca aceasta să conducă la încălcarea principiilor prevăzute la art. 2 alin. (2) din L98/2016

## V.2) Atribuirea contractului

### Servicii de publicitate - campanii de publicitate TV, Radio si Online

#### V.2.1) Numarul si data incheierii contractului

140 / 23.10.2019

#### V.2.2) Informatii privind ofertele

Numarul de oferte primite: 2

Numarul de oferte primite de la IMM-uri: 2

Numarul de oferte primite de la ofertanti din alte state membre ale UE: 0

Numarul de oferte primite de la ofertanti din state care nu sunt membre ale UE: 0

Numarul de oferte primite prin mijloace electronice: 2

Contractul a fost atribuit unui grup de operatori economici: Nu

#### V.2.3) Numele si adresa contractantului

**ALL MEDIA COMPANY S.R.L.**

Cod de identificare fiscala: 14341415; Adresa: Strada Calea 13 Septembrie, Nr. 191, Sector: 5; Localitatea: Bucuresti; Cod NUTS: RO321 Bucuresti; Cod postal: ; Tara: Romania; Telefon: +40 212226972; Fax: +40 212226082; E-mail: office@allmediacompany.ro;

Adresa internet: (URL) -Contractul este un IMM Da

#### V.2.4) Informatii privind valoarea contractului/lotului

Valoarea totala estimata initiala a contractului/lotului: 3495605,76

Valoarea totala a contractului/lotului: 3376560

Moneda: RON

#### V.2.5) Informatii privind subcontractarea

Este probabil sa se recurga la subcontractarea contractului: Nu

## Sectiunea VI: Informatii complementare

---

### VI.3) Informatii suplimentare

1) În cazul în care două sau mai multe oferte sunt clasate pe primul loc, cu punctaje egale, departajarea se va face având în vedere punctajul obținut la factorii de evaluare în ordinea descrescătoare a ponderilor acestora, precum și în funcție de importanța acordată de către autoritatea contractantă factorilor de evaluare, respectiv:

LOTUL NR. 1:

1.Audienta medie\* cumulata a celor 3 posturi TV propuse, respectiv marjele de rating ce depasesc 1,50% Rtg. pentru posturile cu profil de stiri si marja de rating ce depaseste 0,80% Rtg. pentru postul cu profil generalist

(\*pentru fiecare post TV: % Rating mediu, pentru perioada 01.01.2019 – 31.05.2019 si intervalul orar 08:00-24:00, target National 18+, conform datelor raportate de Asociatia Romana pentru Masurarea Audientelor / Kantar Media)

2.Numarul total de difuzari TV, cumulat pentru cele 3 posturi TV, asigurat per campanie

3.Audienta medie zilnica\* cumulata a celor 3 posturi de radio propuse

(\*pentru fiecare post de radio: audienta medie zilnica la nivel national exprimata in numar ascultatori, in total populatie, conform Studiului de Audienta Radio – Valul de Primavara 2019 publicat de Asociatia pentru Radio Audienta)

4.Numarul total de difuzari radio, cumulat pentru cele 3 posturi radio, asigurat per campanie

5.Audienta\* cumulata a celor 10 site-uri propuse

(traficul total lunar mediu exprimat in numar total afisari inregistrat in luna mai 2019, conform datelor Studiului de Audienta si Trafic Internet – SATI)

LOTUL NR. 2:

1.Numarul total de panouri stradale, asigurat pentru utilizare in cadrul campaniilor de publicitate, cumulat pentru cele 3 campanii.

În situația în care egalitatea se menține, autoritatea contractantă are dreptul să solicite noi propuneri financiare, și oferta câștigătoare va fi

desemnată cea cu propunerea financiară cea mai mică. Noua propunere financiară nu va influența în niciun caz propunerea tehnică, aceasta rămânând neschimbată. Dacă și în această situație persista egalitatea, se va solicita ofertanților prezentarea, în SEAP, a unei noi oferte, până la departajare. 2) Elemente de confidențialitate: Ofertantul va elabora oferta în conformitate cu prevederile documentației de atribuire și va indica, motivat, în cuprinsul acesteia, care informații din propunerea tehnică și/sau propunerea financiară sunt confidențiale, clasificate sau sunt protejate de un drept de proprietate intelectuală conform legislației aplicabile 3) AC are dreptul să solicite în original orice document cu regim special a cărui valabilitate este condiționată de prezentarea în această formă. 4) Documentația de atribuire se poate obține accesând SICAP ([www.sicap-prod.e-licitatie.ro](http://www.sicap-prod.e-licitatie.ro)), prin descărcarea fișierelor electronice din cadrul secțiunii "Documente atașate ce compun Documentația de atribuire" din anunțul de participare; 5) orice clarificare transmisă de autoritatea contractantă din inițiativa proprie sau la solicitarea operatorilor economici interesați a depune o ofertă, poate fi obținută pe site-ul <https://sicap-prod.e-licitatie.ro/pub>; 6) toate fișierele semnate electronic încărcate în SICAP pot fi deschise cu aplicația shellSAFE Verify. Aplicația shellSAFE Verify este gratuită și poate fi descărcată de pe site-ul certSIGN, utilizând link-ul următor: <http://www.certsign.ro/certsign/produse/sigurantadocumentelor/shellsafe-verify>

#### VI.4) Proceduri de contestare

##### VI.4.1) Organismul de soluționare a contestațiilor

###### Consiliul Național de Soluționare a Contestațiilor

Adresa: Str. Stavropoleos nr. 6, sector 3; Localitatea: București; Cod postal: 030084; Țară: România; Telefon: +40 213104641; Fax: +40 213104642 / +40 218900745; E-mail: office@cncsc.ro; Adresa internet: (URL) http://www.cncsc.ro;

##### VI.4.2) Organismul competent pentru procedurile de mediere

-

##### VI.4.3) Procedura de contestare

Precizări privind termenul (termenele) pentru procedurile de contestare: -

##### VI.4.4) Serviciul de la care se pot obține informații privind procedura de contestare

-

##### VI.4.5) Numărul deciziei emise de CNSC aferentă procedurii în baza căreia s-a atribuit contractul/acordul cadru

-

##### VI.4.6) Numărul hotărârii instanței aferentă procedurii în baza căreia s-a atribuit contractul/acordul cadru

-

##### VI.4.7) Procedura verificată ANAP

Nu

##### VI.5) Data expedierii prezentului anunț

21.11.2019