

## Servicii de publicitate

Sectiunea I: AUTORITATEA CONTRACTANTA

---

**I.1) Denumire si adrese****COMPANIA NATIONALA LOTERIA ROMÂNĂ S.A.**

Cod de identificare fiscala: RO12397185; Adresa: Strada: Poenaru Bordea, col., nr. 20; Tipul juridic al cumparatorului: Organism de drept public; Localitatea: Bucuresti; Cod NUTS: RO321 Bucuresti; Cod postal: 040094; Tara: Romania; Persoana de contact: Mirabela Bambu; Telefon: +407372137274; Fax: -E-mail: achizitii publice@loto.ro; Adresa internet: (URL) https://www.loto.ro; Adresa web a profilului cumparatorului: https://www.e-licitatie.ro;

**I.2) Achizitie comuna**Contractul implica o achizitie comuna: NuContractul este atribuit de un organism central de achizitie: Nu**I.4) Tipul autoritii contractante**Organism de drept public**I.5) Activitate principala**Recreere, cultura si religieSectiunea II: Obiect

---

**Sectiunea II.1 Obiectul achizitiei****II.1.1) Titlu**Servicii de publicitateNumar referinta: 12097185202523**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 - Campanii de publicitate TV - lot 1, Servicii de publicitate - Campanii de publicitate Outdoor - lot 2

Număr zile până la care se pot solicita clarificări înainte de data limită de depunere a ofertelor este 18 zile.

Autoritatea contractantă va răspunde la clarificări în a 11 zi înaintea termenului limită de depunere a ofertelor.

Autoritatea contractantă va răspunde DOAR la solicitările de clarificări adresate de către operatorii economici până la termenul limită stabilit.

**II.1.6) Informatii privind loturile**Contractul este împartit în loturi: Da**II.1.7) Valoarea totala a achizitiei**Valoare: 4210000Moneda: RON**Sectiunea II.2 Descriere****II.2.1) Titlu**2 Servicii de publicitate - Campanii 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: RO321 București

#### Locul principal de executare:

- A. Panouri stradale conform caiet de sarcini
- B. Ecrane tip led de exterior caiet de sarcini
- A. Panouri stradale conform caiet de sarcini
- B. Ecrane tip led de exterior caiet de sarcini

### II.2.4) Descrierea achizitiei publice

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

Numar si durata: 2 campanii, fiecare avand durata de expunere de 1 luna, cu desfasurare cel mai tarziu pana la data de 31.12.2026.

Cerinte pentru fiecare din cele 2 campanii Outdoor:

- Asigurarea serviciilor de creatie (2 propuneri de creatie), pentru promovarea unor produse loteristice/proiecte ale C.N. Loteria Romana S.A. in cadrul campaniei de publicitate.
- Asigurarea productiei materialelor publicitare ce vor fi expuse/difuzate pe suporturile utilizate in cadrul campaniei (inclusiv efectuare masuratori preliminare, dupa caz), pe baza variantei de creatie agreeate de C.N. Loteria Romana S.A.
- Asigurarea serviciilor de montaj/colantare pentru panourile stradale (inainte de inceperea campaniei de publicitate) si demontaj/decolantare (dupa finalizarea campaniei de publicitate) ale materialelor publicitare pe/ de pe suporturile utilizate in cadrul campaniei.
- Asigurarea serviciilor de expunere/difuzare a materialelor publicitare pe suporturile de promovare, pe toata perioada campaniei, inclusiv monitorizarea expunerii/difuzarii.
- Obtinerea autorizatiilor necesare pentru expunerea/difuzarea materialelor publicitare pe suporturile de promovare, pe toata perioada campaniei de publicitate.
- Achitarea tuturor taxelor (inclusiv a taxei locale de publicitate) aferente expunerii/difuzarii materialelor publicitare pe suporturile de promovare, pe toata perioada campaniei de publicitate.
- Elaborarea unui raport de evaluare a impactului campaniei de publicitate desfasurate si finalizate, monitorizare a expunerilor/difuzarilor si estimarea traficului/persoanelor care au fost expuse la mesajele campaniei de publicitate, inclusiv poze cu suporturile colantate/afisate.

Detalii suporturi de promovare utilizate in cadrul fiecareia din cele 2 campanii:

#### A. Panouri stradale

- Tip suport: panou stradal
- Numar suporturi: minim 88 panouri (x 1 fata colantata/afisata, imprimare policromie), din care:
  - minim 47 panouri in localitati, cu dimensiune panou/material publicitar de minim 3,2 m x 2,4 m (sau echivalent suprafata de minim 7,68 mp), dar nu mai mult de 35 mp/panou/material publicitar.

Locatii:

- (minim) 6 panouri in Municipiul Bucuresti (cate 1 panou in fiecare sector) si
- (minim) 41 panouri in toate celelalte judete, din care:
  - cate (minim) 1 panou in fiecare municipiu resedinta de judet, corespunzator celor 40 de judete exclusiv judetul Ilfov,
  - (minim) 1 panou in judetul Ilfov, cu localizare in orasul/orasele Buftea si/sau Otopeni.

Panouri localizate in zone cu trafic intens si vizibilitate foarte buna atat traficului auto cat si celui pietonal.

- minim 41 panouri in afara localitatilor, cu dimensiune panou/material publicitar in suprafata de minim 18 mp, dar nu mai mult de 35 mp/panou/material publicitar.

Locatii (minim): principalele Autostrazi, Drumuri Europene si Drumuri Nationale din Romania, distribuite uniform (cate (minim) 1 panou in fiecare din cele 41 de judete, exclusiv Municipiul Bucuresti).

Panouri localizate in zone cu trafic intens si vizibilitate foarte buna.

- Expunere 24h/zi pe intreaga perioada a campaniei.

#### B. Ecrane tip led de exterior

- Tip suport: ecran tip led de exterior, cu pozitionare fixa
- Numar suporturi: 70 ecrane tip led, cu dimensiuni ecran in suprafata de minim 10 mp, dar nu mai mult de 35 mp/panou (ecran)/material publicitar.
- Localizare suporturi: in unitati administrativ-teritoriale de tip municipiu sau oras, cu o populatie dupa domiciliu mai mare de 15.000 de locuitori (populatia rezidenta total, conform date Institutul National de Statistica - Recensamantul populatiei si locuintelor din anul 2021, date definitive), repartizate astfel:
  - 20 ecrane tip led in Municipiul Bucuresti, in zone centrale si zone cu trafic intens si vizibilitate foarte buna, distribuite cat mai uniform la nivelul sectoarelor Municipiului Bucuresti,
  - 15 ecrane tip led in municipii/orase avand o populatie de peste 200.000 locuitori fiecare (minim 5 municipii/orase, exclusiv

Municipiul Bucuresti),

- 10 ecrane tip led in municipii/orase avand o populatie intre 100.000-200.000 locuitori fiecare (minim 5 municipii/orase),
- 20 ecrane tip led in municipii/orase avand o populatie intre 50.000-100.000 locuitori fiecare (minim 5 municipii/orase),
- 5 ecrane tip led in municipii/orase avand o populatie intre 15.000-50.000 locuitori fiecare (5 municipii/orase).

Suporturile vor fi selectate de preferinta dintre cele situate in zone centrale si cu vizibilitate foarte buna in municipiile/orasele respective.

Pentru acest tip de suport publicitar se va asigura, pentru fiecare campanie in parte, productia unui spot video (plus 1 eventuala actualizare/versiune a spotului, a carei realizare poate fi solicitata de C.N. Loteria Romana S.A. inclusiv in perioada campaniei de publicitate), cu durata spot de 10 secunde, adaptat pe dimensiunea fiecarui suport publicitar.

Spotul video va fi difuzat pe ecranele tip led cu o frecventa de minim 10 ori pe ora (in medie minim 1 difuzare la cca. 6 minute), in intervalul orar 08:00-24:00, pe intreaga perioada a campaniei de publicitate.

Cele 2 campanii Outdoor vor avea acelasi numar de difuzari per ecran led si per total, in sensul ca vor avea:

- aceeasi frecventa de difuzare spot video pe ora in intervalul orar 08:00-24:00 pe fiecare ecran led utilizat (minimul asigurat conform ofertei), in fiecare zi de campanie,
- acelasi numar de difuzari ale spotului video pe cele 70 de ecrane led pe zi de campanie in intervalul orar 08:00-24:00 (minimul asigurat conform ofertei).

## II.2.5) Criterii de atribuire

Cel mai bun raport calitate – pret

Denumire factor evaluare: Pretul ofertei

Pondere: 40%

Denumire factor evaluare: Suprafata totala suplimentara minim asigurata pentru expunerea materialelor publicitare pe panourile stradale din cadrul ofertei, fata de nivelul minim ce rezulta din cerintele minime din caietul de sarcini, respectiv marja de suprafata totala ce depaseste 1.098,96 mp pentru panourile stradale utilizate in cadrul fiecarei campanii de publicitate, cumulat pentru cele 2 campanii

Pondere: 30%

Denumire factor evaluare: Numarul suplimentar de difuzari pe cele 70 ecrane led pe zi de campanie in intervalul orar 08:00-24:00 ce depaseste nivelul minim\* ce rezulta din cerintele minime din caietul de sarcini

\*minim 11.200 difuzari pe zi de campanie in intervalul orar 08:00-24:00 pe toate cele 70 ecrane led

Pondere: 30%

## 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

## II.2.14) Informatii suplimentare

-

### II.2.1) Titlu

1 Servicii de publicitate - Campanii TV

### 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: RO321 București

**Locul principal de executare:**

Campaniile de publicitate TV se vor asigura prin difuzarea spotului TV pe 4 posturi de televiziune din Romania, cu acoperire nationala. Campaniile de publicitate TV se vor asigura prin difuzarea spotului TV pe 4 posturi de televiziune din Romania, cu acoperire nationala.

## II.2.4) Descrierea achizitiei publice

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

-Numar si durata campaniei de publicitate: 10 campanii TV, cu o durata de 6 zile fiecare

Desfasurarea campaniilor de publicitate TV va avea loc cel mai tarziu pana la data de 31.12.2026.

Cerinte pentru fiecare campanie TV:

- Elaborarea si dezvoltarea propunerilor de concept creativ al campaniei de publicitate pentru promovarea unor produse si/sau actiuni/proiecte ale C.N. Loteria Romana S.A., adresate publicului tinta, cu prezentarea/descrierea propunerii de creatie a materialului TV pentru fiecare concept creativ, conform cerintelor prezentate mai jos.

- Asigurarea productiei materialului/materialelor publicitare ce vor fi utilizate in perioada campaniei, pe baza variantei de creatie aferente agreate de C.N. Loteria Romana S.A., conform celor descrise mai jos, dupa caz:

o 1 spot TV (30 secunde), plus 2 eventuale actualizari/versiuni, conform cerintelor C.N. Loteria Romana S.A.

- Asigurarea serviciilor de media: cumpararea de spatii media, transmiterea materialelor publicitare catre media, difuzarea/expunerea materialelor publicitare in media conform planurilor media stabilite, monitorizarea difuzarilor/expunerilor in media.

- Elaborarea unui raport de evaluare a impactului campaniei de publicitate desfasurate si finalizate, inclusiv raport de monitorizare a difuzarilor pe fiecare post TV.

Cerinte si detalii privind mixul de media (pentru fiecare din cele 10 campanii TV in parte):

- Ofertantul va elabora 2 propuneri de concept creativ al campaniei publicitare, pentru fiecare concept propus fiind prezentata cate o varianta de creatie (descriere) pentru 1 spot TV, plus 2 eventuale actualizari/versiuni.

- Ofertantul va asigura productia unui spot TV cu durata de 30 secunde, pe baza variantei de creatie aferente agreate de C.N. Loteria Romana S.A. (dupa caz, cu posibilitatea de efectuare a 2 eventuale actualizari/versiuni ale spotului, ce pot presupune completari/modificari de grafica si voce fata de spotul principal, cu privire la diferite informatii/ mesaje transmise in cadrul spotului).

Realizarea (productia) spotului TV se va asigura in principiu in format video (grafic/ animatie grafica/ cu imagini din baze de date cu materiale video/imagini) & audio, respectiv fara elemente de filmare/productie TV personalizata.

- Ofertantul va asigura difuzarea spotului TV pe 4 posturi de televiziune din Romania, cu acoperire nationala, cu tematica de stiri si cu o audienta\* medie de minim 0,10% Rtg. (\*audienta medie avuta in vedere: % Rating mediu, pentru perioada 01.01.2025 – 31.11.2025 si intervalul orar 23:00–24:00, target 18+ National G, conform datelor raportate de Asociatia Romana pentru Masurarea Audientelor / Kantar Media).

Ofertantul va urmari selectarea unor posturi TV care sa asigure un optim de vizibilitate si audienta in randul publicului tinta si o cat mai buna valorizare a mesajului.

Pentru fiecare din cele 4 posturi de televiziune in parte se va asigura un numar total de minim 114 difuzari ale spotului TV in intervalul orar 23:00-06:00

Cele 10 campanii TV vor avea acelasi numar de difuzari per post TV propus si per total, in sensul ca:

- Numarul de difuzari asigurat pe un post TV (in structura pe intervale orare si per total) se va mentine identic pe respectivul post TV pe fiecare din cele 10 campanii de publicitate,

- Numarul de difuzari asigurat per post TV (in structura pe intervale orare si per total) va fi identic pe toate cele 4 posturi TV in cadrul campaniei de publicitate.

Nota: mentionarea generica de „6 zile” a duratei fiecarei campanii de publicitate TV se refera la un numar de 6 intervale orare „23:00-06:00” din zile consecutive (cu mentiunea ca din punct de vedere calendaristic, cele 6 intervale orare sunt aferente unui numar de 7 zile calendaristice), astfel:

23:00-00:00 din ziua 1 cu continuitate 00:00-06:00 in ziua 2

23:00-00:00 din ziua 2 cu continuitate 00:00-06:00 in ziua 3

23:00-00:00 din ziua 3 cu continuitate 00:00-06:00 in ziua 4

23:00-00:00 din ziua 4 cu continuitate 00:00-06:00 in ziua 5

23:00-00:00 din ziua 5 cu continuitate 00:00-06:00 in ziua 6

23:00-00:00 din ziua 6 cu continuitate 00:00-06:00 in ziua 7

## II.2.5) Criterii de atribuire

Cel mai bun raport calitate – pret

Denumire factor evaluare: Pretul ofertei

Pondere: 40%

Denumire factor evaluare: Audienta medie\* cumulata a celor 4 posturi TV propuse ce depaseste pragul minim de audienta solicitat, respectiv marjele de rating ce depasesc pragul minim de audienta solicitat pentru fiecare post TV propus

Pondere: 30%

Denumire factor evaluare: Indicatorul determinat de numarul suplimentar de difuzari ce depaseste nivelul minim\* solicitat per post TV, in corelatie cu audienta medie\*\* aferenta postului TV, cumulat pentru cele 4 posturi de televiziune propuse, asigurat per campanie

Pondere: 30%**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**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: Nu**IV.2) Informatii administrative****IV.2.1) Publicarea anterioara privind aceasta procedura**Numarul anuntului in JOUE: 35749-2026**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.2) Atribuirea contractului****SERVICII DE PUBLICITATE CAPMANII OUTDOOR****V.2.1) Numarul si data incheierii contractului**

270 / 04.06.2026

**V.2.2) Informatii privind ofertele**Numarul de oferte primite: 1Numarul de oferte primite de la IMM-uri: 1Numarul de oferte primite de la ofertanti din alte state membre ale UE: 0Numarul de oferte primite de la ofertanti din state care nu sunt membre ale UE: 0Numarul de oferte primite prin mijloace electronice: 1

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 13 Septembrie, Nr. 191, Sector: 5; Tipul juridic al cumparatorului: -Localitatea: Bucuresti; Cod NUTS: RO321 Bucuresti; Cod postal: 050722; 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: 1274995,8

Valoarea totala a contractului/lotului: 1150000

Moneda: RON

### V.2.5) Informatii privind subcontractarea

Este probabil sa se recurga la subcontractarea contractului: Nu

## SERVICII DE PUBLICITATE CAMPANII TV

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

299 / 23.06.2026

### 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 13 Septembrie, Nr. 191, Sector: 5; Tipul juridic al cumparatorului: -Localitatea: Bucuresti; Cod NUTS: RO321 Bucuresti; Cod postal: 050722; 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: 3174000

Valoarea totala a contractului/lotului: 3060000

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.

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 aceasta situație persista egalitatea, se va solicita ofertanților prezentarea, în SEAP, a unei noi oferte, până la departajare

2) Elemente de confidentialitate: 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 SEAP (<https://e-licitatie.ro/>), prin descărcarea fișierelor electronice din cadrul secțiunii "Documente atasate ce compun Documentația de atribuire" din anunțul de participare;

- 5) orice clarificare transmisa de autoritatea contractanta din initiativa proprie sau la solicitarea operatorilor economici interesati a depune o oferta, poate fi obtinuta pe site-ul <https://e-licitatie.ro/>.
- 6) toate fisierele semnate electronic incarcate in SEAP pot fi deschise cu aplicatia shellSAFE Verify. Aplicatia shellSAFE Verify este gratuita si poate fi descarcata de pe site-ul certSIGN, utilizand link-ul urmator:<http://www.certsig.ro/shellsafe-verify>.

#### **VI.4) Proceduri de contestare**

##### **VI.4.1) Organismul de solutionare a contestatiilor**

###### **Consiliul National de Solutionare a Contestatiilor**

Adresa: Str. Stavropoleos nr. 6, sector 3; Tipul juridic al cumparatorului: -Localitatea: Bucuresti; Cod postal: 030084; Tara: Romania;  
Telefon: +40 213104641; Fax: +40 213104642; 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**

###### **Precizari privind termenul (termenele) pentru procedurile de contestare:**

Conform art. 8 din Legea 101/2016 cu modificari si completari ulterioare.

##### **VI.4.4) Serviciul de la care se pot obtine informatii privind procedura de contestare**

###### **COMPANIA NATIONALA LOTERIA ROMÂNĂ S.A.**

Adresa: Strada Poenaru Bordea, col., Nr. 20, Sector: 4; Tipul juridic al cumparatorului: -Localitatea: Bucuresti; Cod postal: 040094;  
Tara: Romania; Telefon: +0372137274; Fax: -E-mail: achizitii publice@loto.ro; Adresa internet: (URL) http://www.loto.ro;

##### **VI.4.5) Numarul deciziei emise de CNCSC aferenta procedurii in baza careia s-a atribuit contractul/acordul cadru**

-

##### **VI.4.6) Numarul hotararii instantei aferenta procedurii in baza careia s-a atribuit contractul/acordul cadru**

-

##### **VI.4.7) Procedura verificata ANAP**

Nu

##### **VI.5) Data expedierii prezentului anunt**

25.06.2026