

## 143557-2026 - Rezultat

România – Servicii de publicitate – Servicii de publicitate

OJ S 42/2026 02/03/2026

Anunț de atribuire a contractului sau a concesiunii - regim standard

Servicii

### 1. Cumpărător

---

#### 1.1. Cumpărător

Denumire oficială: COMPANIA NATIONALA LOTERIA ROMÂNĂ S.A.

E-mail: [achizitii publice@loto.ro](mailto:achizitii publice@loto.ro)

Forma juridică a achizitorului: Organism de drept public

Activitatea autorității contractante: Recreere, cultură și religie

### 2. Procedură

---

#### 2.1. Procedură

Titlu: Servicii de publicitate

Descriere: 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 cu 11 zile 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.

Identificatorul procedurii: 864a1f5a-cb54-41a6-8cec-3d4aad06c92d

Identificator intern: 12397185202414

Tip de procedură: Deschisă

Procedura este accelerată: nu

##### 2.1.1. Scop

Natura contractului: Servicii

Clasificarea principală (cpv): 79341000 Servicii de publicitate

##### 2.1.2. Locul de executare

Subdiviziunea țării (NUTS): București (RO321)

Țara: România

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

##### 2.1.4. Informații generale

**Temei juridic:**

Directiva 2014/24/UE

### 5. Lot

---

#### 5.1. Lot: LOT-0001

Titlu: Servicii de publicitate - Campanii de publicitate TV

Descriere: Numar si durata campanii de publicitate: 8 campanii TV, cu o durata de 6 zile fiecare Desfasurarea campaniilor de publicitate TV va avea loc cel mai tarziu pana la data de

31.12.2025. 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 agreeate 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 8 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 agreeate 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 01.09.2024 – 30.09.2024 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 8 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 8 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

Identificator intern: 1

#### **5.1.1. Scop**

Natura contractului: Servicii

Clasificarea principală (cpv): 79341000 Servicii de publicitate

#### **5.1.2. Locul de executare**

Subdiviziunea țării (NUTS): București (RO321)

Țara: România

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

### 5.1.3. Durata estimată

Durată: 12 Luni

### 5.1.4. Reînnoire

Numărul maxim de reînnoiri: 0

### 5.1.6. Informații generale

Proiect de achiziții publice nefinanțat din fonduri UE

Achiziția face obiectul Acordului privind achizițiile publice (AAP): nu

### 5.1.10. Criterii de atribuire

#### Criteriu:

Tip: Preț

Denumire: Pretul ofertei

Descriere: 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:  $P(n) = (\text{Pret minim ofertat} / \text{Pret } n) \times \text{punctaj maxim alocat}$ .

Categorie a criteriului de atribuire greutate: Ponderare (procentaj, valoare exactă)

Număr legat de criteriul de atribuire: 40

#### Criteriu:

Tip: Calitate

Denumire: Audienta medie\* cumulata a celor 4 posturi TV propuse

Descriere: a) Pentru oferta cu cea mai mare audienta medie cumulata\* se acorda 30 puncte. \*

Cea mai mare audiență medie cumulată ce depășește pragul minim solicitat = [ A (post TV 1)

+ A (post TV 2) + A (post TV 3) + A (post TV 4) ] (Maximă) b) Pentru oferta cu o audiență

medie cumulată mai mică decât cea prevăzută la lit. a) punctajul se acordă astfel:  $P1(n) = [ A$

(post TV 1) + A (post TV 2) + A (post TV 3) + A (post TV 4) ] (n) / [ A (post TV 1) + A (post TV

2) + A (post TV 3) + A (post TV 4) ] (Maximă) x 30 puncte Unde: A (post TV 1) = Audienta

medie %Rtg. post TV 1 – 0,10% Rtg. A (post TV 2) = Audienta medie %Rtg. post TV 2 –

0,10% Rtg. A (post TV 3) = Audienta medie %Rtg. post TV 3 – 0,10% Rtg. A (post TV 4) =

Audienta medie %Rtg. post TV 4 – 0,10% Rtg. Audienta medie avuta in vedere: % Rating

mediu, pentru perioada 01.09.2024 – 30.09.2024 si intervalul orar 23:00–24:00, target 18+

National G, conform datelor raportate de Asociatia Romana pentru Masurarea Audientelor /

Kantar Media

Categorie a criteriului de atribuire greutate: Ponderare (procentaj, valoare exactă)

Număr legat de criteriul de atribuire: 30

#### Criteriu:

Tip: Calitate

Denumire: Indicatorul determinat de numărul suplimentar de difuzări

Descriere: a) Pentru oferta care asigura cel mai mare indicator se acorda 30 puncte. Cel mai mare indicator determinat de numarul suplimentar de difuzari ce depaseste nivelul minim

solicitat per post TV, in corelatie cu audienta medie a postului TV, cumulata pentru cele 4

posturi de televiziune, asigurat per campanie = [ S (post TV 1) + S (post TV 2) + S (post TV 3)

+ S (post TV 4) ] (Maxim) b) Pentru oferta care asigura un nivel al indicatorului mai mic decat

cel de la punctul a) punctajul se acorda astfel:  $P2(n) = [ S$  (post TV 1) + S (post TV 2) + S

(post TV 3) + S (post TV 4) ] (n) / [ S (post TV 1) + S (post TV 2) + S (post TV 3) + S (post TV

4) ] (Maxim) x 30 puncte Unde: S (post TV 1) = (Numar total difuzari asigurat pe post TV 1 per campanie – 114) x Audienta medie\* post TV 1 S (post TV 2) = (Numar total difuzari asigurat pe post TV 2 per campanie – 114) x Audienta medie\* post TV 2 S (post TV 3) = (Numar total difuzari asigurat pe post TV 3 per campanie – 114) x Audienta medie\* post TV 3 S (post TV 4) = (Numar total difuzari asigurat pe post TV 4 per campanie – 114) x Audienta medie\* post TV 4 \*Audienta medie avuta in vedere: % Rating mediu, pentru perioada 01.09.2024 – 30.09.2024 si intervalul orar 23:00–24:00, target 18+ National G, conform datelor raportate de Asociatia Romana pentru Masurarea Audientelor / Kantar Media

Categorie a criteriului de atribuire greutate: Ponderare (procentaj, valoare exactă)

Număr legat de criteriul de atribuire: 30

#### **5.1.15. Aspecte tehnice**

##### **Acord-cadru:**

Niciun acord-cadru

##### **Informații despre sistemul dinamic de achiziții:**

Nu există un sistem dinamic de achiziție

#### **5.1.16. Informații suplimentare, mediere și căi de atac**

Organizația responsabilă cu căile de atac: Consiliul National de Solutionare a Contestatiilor

Organizația care furnizează informații suplimentare cu privire la procedura de achiziții:

COMPANIA NATIONALA LOTERIA ROMÂNĂ S.A.

Organizația care furnizează mai multe informații cu privire la căile de atac: Serviciul Achiziții Publice

#### **5.1. Lot: LOT-0002**

Titlu: Servicii de publicitate - Campanii de publicitate Outdoor

Descriere: Numar si durata: 2 campanii, fiecare avand durata de expunere de 1 luna, cu desfasurare cel mai tarziu pana la data de 31.12.2025. 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 15 mp (minim 5m x 3m sau echivalent), 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).

Identificator intern: 2

#### **5.1.1. Scop**

Natura contractului: Servicii

Clasificarea principală (cpv): 79341000 Servicii de publicitate

#### **5.1.2. Locul de executare**

Subdiviziunea țării (NUTS): București (RO321)

Țara: România

Informații suplimentare: A. Panouri stradale Locatii: - (minim) 6 panouri in Municipiul Bucuresti (cate 1 panou in fiecare sector) si - (minim) 41 panouri in toate celelalte judete B. Ecrane tip led de exterior - Localizare suporturi: in unitati administrativ-teritoriale de tip municipiu sau oras, cu o populatie dupa domiciliu mai mare de 15.000 de locuitori - 20 ecrane tip led in Municipiul Bucuresti - 15 ecrane tip led in municipii/orase avand o populatie de peste 200.000 locuitori fiecare - 10 ecrane tip led in municipii/orase avand o populatie intre 100.000-200.000

locuitori fiecare - 20 ecrane tip led in municipii/orase avand o populatie intre 50.000-100.000  
locuitori fiecare - 5 ecrane tip led in municipii/orase avand o populatie intre 15.000-50.000  
locuitori fiecare

### 5.1.3. Durata estimată

Durată: 12 Luni

### 5.1.4. Reînnoire

Numărul maxim de reînnoiri: 0

### 5.1.6. Informații generale

Proiect de achiziții publice nefinanțat din fonduri UE

Achiziția face obiectul Acordului privind achizițiile publice (AAP): nu

### 5.1.10. Criterii de atribuire

#### Criteriu:

Tip: Preț

Denumire: Pretul ofertei

Descriere: 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:  $P(n) = (\text{Pret minim ofertat} / \text{Pret } n) \times \text{punctaj maxim alocat}$ .

Categorie a criteriului de atribuire greutate: Ponderare (procentaj, valoare exactă)

Număr legat de criteriul de atribuire: 40

#### Criteriu:

Tip: Calitate

Denumire: Suprafata totala suplimentara minim asigurata pentru expunerea materialelor publicitare pe panourile stradale

Descriere: a) Pentru oferta care asigura cea mai mare suprafata totala de expunere pe panourile stradale suplimentara fata de nivelul minim ce rezulta din cerintele minime din caietul de sarcini (respectiv marja ce depaseste 1.098,96 mp per campanie, cumulat pentru cele 2 campanii de publicitate) se acorda 30 puncte. Cea mai mare suprafata totala de expunere pe panourile stradale suplimentara cerintelor minime, cumulat pentru cele 2 campanii de publicitate =  $[ S (\text{panouri stradale } C1) + S (\text{panouri stradale } C2) ] (\text{Maxima})$   
Pentru oferta care asigura o suprafata totala de expunere suplimentara pe panourile stradale (respectiv marja ce depaseste 1.098,96 mp per campanie, cumulat pentru cele 2 campanii de publicitate) mai mica decat cea de la punctul a) punctajul se acorda astfel:  $P1(n) = [ S (\text{panouri stradale } C1) + S (\text{panouri stradale } C2) ] (n) / [ S (\text{panouri stradale } C1) + S (\text{panouri stradale } C2) ] (\text{Maxima}) \times 30 \text{ puncte}$  Unde: S (panouri stradale C1) = Suprafata totala in mp minim asigurata pe panouri stradale in Campania 1 – 1.098,96 mp S (panouri stradale C2) = Suprafata totala in mp minim asigurata pe panouri stradale in Campania 2 – 1.098,96 mp  
Categorie a criteriului de atribuire greutate: Ponderare (procentaj, valoare exactă)

Număr legat de criteriul de atribuire: 30

#### Criteriu:

Tip: Calitate

Denumire: Numarul suplimentar de difuzari pe cele 70 ecrane led pe zi de campanie in intervalul orar 08:00-24:00

Descriere: a) Pentru oferta care asigura cel mai mare numar suplimentar de difuzari pe cele 70 ecrane led pe zi de campanie in intervalul orar 08:00-24:00 ce depaseste nivelul minim solicitat (respectiv numarul de difuzari ce depaseste 11.200 difuzari pe zi de campanie in intervalul orar 08:00-24:00 pe toate cele 70 ecrane led), se acorda 30 puncte. Cel mai mare numar suplimentar de difuzari ce depaseste nivelul minim solicitat pe cele 70 ecrane led pe zi

de campanie in intervalul orar 08:00-24:00 = [ N ] (Maxim) b) Pentru oferta care asigura un numar suplimentar de difuzari pe cele 70 ecrane led pe zi de campanie in intervalul orar 08:00-24:00 ce depaseste nivelul minim solicitat, mai mic decat cel de la punctul a), punctajul se acorda astfel:  $P2(n) = [N](n) / [N](Maxim) \times 30$  puncte Unde: N = Numar total de difuzari (asigurat pe cele 70 ecrane led pe zi de campanie in intervalul orar 08:00-24:00) – 11.200  
Categorie a criteriului de atribuire greutate: Ponderare (procentaj, valoare exactă)  
Număr legat de criteriul de atribuire: 30

#### 5.1.15. Aspecte tehnice

##### Acord-cadru:

Niciun acord-cadru

##### Informații despre sistemul dinamic de achiziții:

Nu există un sistem dinamic de achiziție

#### 5.1.16. Informații suplimentare, mediere și căi de atac

Organizația responsabilă cu căile de atac: Consiliul National de Solutionare a Contestatiilor

Organizația care furnizează informații suplimentare cu privire la procedura de achiziții:

COMPANIA NATIONALA LOTERIA ROMÂNĂ S.A.

Organizația care furnizează mai multe informații cu privire la căile de atac: Serviciul Achiziții Publice

## 6. Rezultate

---

Valoarea tuturor contractelor atribuite în această notificare: 3 605 100,00 RON

### 6.1. Rezultate: identificator lot: LOT-0001

Statutul selecției câștigătorului: A fost selecționat cel puțin un câștigător.

#### 6.1.2. Informații despre câștigători

##### Câștigător:

Denumire oficială: ALL MEDIA COMPANY S.R.L.

##### Ofertă:

Identificatorul ofertei: REF\_OF: CAN1163452/LOT-0001/CIF: 14341415

Identificatorul lotului sau al grupului de loturi: LOT-0001

Valoarea licitației: 2 400 000,00 RON

Oferta a fost poziționată în clasament: da

Locul pe lista câștigătorilor: 1

Subcontractare: Nu

##### Informații referitoare la contract:

Identificatorul contractului: 166

Data încheierii contractului: 19/03/2025

#### 6.1.4. Informații statistice

##### Oferte/ cereri de participare primite:

Tip de oferte primite: Oferte

Număr de oferte/cereri de participare primite: 3

Tip de oferte primite: Oferte de la ofertanți cu dimensiuni micro, mici sau mijlocii

Număr de oferte/cereri de participare primite: 3

Tip de oferte primite: Oferte depuse de ofertanți înregistrați în alte țări din Spațiul Economic European decât țara cumpărătorului

Număr de oferte/cereri de participare primite: 0

Tip de oferte primite: Oferte depuse de ofertanți înregistrați în țări din afara Spațiului Economic European

Număr de oferte/cereri de participare primite: 0

Tip de oferte primite: Oferte depuse pe cale electronică

Număr de oferte/cereri de participare primite: 3

**Gama de oferte:**

Valoarea celei mai mici oferte admisibile: 1 200 000,00 RON

Valoarea celei mai mari oferte admisibile: 2 988 000,00 RON

**6.1. Rezultate: identificator lot: LOT-0002**

Statutul selecției câștigătorului: A fost selecționat cel puțin un câștigător.

**6.1.2. Informații despre câștigători**

**Câștigător:**

Denumire oficială: ALL MEDIA COMPANY S.R.L.

**Ofertă:**

Identificatorul ofertei: REF\_OF: CAN1163452/LOT-0002/CIF: 14341415

Identificatorul lotului sau al grupului de loturi: LOT-0002

Valoarea licitației: 1 205 100,00 RON

Oferta a fost poziționată în clasament: da

Locul pe lista câștigătorilor: 1

Subcontractare: Nu

**Informații referitoare la contract:**

Identificatorul contractului: 166

Data încheierii contractului: 19/03/2025

**6.1.4. Informații statistice**

**Oferte/ cereri de participare primite:**

Tip de oferte primite: Oferte

Număr de oferte/cereri de participare primite: 2

Tip de oferte primite: Oferte de la ofertanți cu dimensiuni micro, mici sau mijlocii

Număr de oferte/cereri de participare primite: 2

Tip de oferte primite: Oferte depuse de ofertanți înregistrați în alte țări din Spațiul Economic European decât țara cumpărătorului

Număr de oferte/cereri de participare primite: 0

Tip de oferte primite: Oferte depuse de ofertanți înregistrați în țări din afara Spațiului Economic European

Număr de oferte/cereri de participare primite: 0

Tip de oferte primite: Oferte depuse pe cale electronică

Număr de oferte/cereri de participare primite: 2

**Gama de oferte:**

Valoarea celei mai mici oferte admisibile: 1 205 100,00 RON

Valoarea celei mai mari oferte admisibile: 1 205 100,00 RON

## 8. Organizații

---

**8.1. ORG-0004**

Denumire oficială: COMPANIA NATIONALA LOTERIA ROMÂNĂ S.A.

Număr de înregistrare: RO12397185

Adresă poștală: Strada: Poenaru Bordea, col., nr. 20

Localitate: Bucuresti

Cod poștal: 040094  
Subdiviziunea țării (NUTS): București (RO321)  
Țara: România  
Punct de contact: Sebastian Gherlagiu  
E-mail: [achizitii publice@loto.ro](mailto:achizitii publice@loto.ro)  
Telefon: +40 372137215  
Adresa de internet: <https://www.loto.ro>  
Profilul achizitorului: <https://www.e-licitatie.ro>

**Rolurile acestei organizații:**

Cumpărător

Organizația care furnizează informații suplimentare cu privire la procedura de achiziții

**8.1. ORG-0002**

Denumire oficială: Consiliul National de Solutionare a Contestatiilor  
Număr de înregistrare: 20329980  
Adresă poștală: Str. Stavropoleos nr. 6, sector 3  
Localitate: Bucuresti  
Cod poștal: 030084  
Subdiviziunea țării (NUTS): București (RO321)  
Țara: România  
E-mail: [office@cnsr.ro](mailto:office@cnsr.ro)  
Telefon: +40 213104641  
Fax: +40 213104642  
Adresa de internet: <http://www.cnsr.ro>

**Rolurile acestei organizații:**

Organizația responsabilă cu căile de atac

**8.1. ORG-0005**

Denumire oficială: Serviciul Achiziții Publice  
Număr de înregistrare: RO12397185\_3  
Adresă poștală: str. Poenaru Bordea nr.20  
Localitate: Bucuresti  
Cod poștal: 040094  
Subdiviziunea țării (NUTS): București (RO321)  
Țara: România  
E-mail: [sebastian.gherlagiu@loto.ro](mailto:sebastian.gherlagiu@loto.ro)  
Telefon: 0372137303  
Adresa de internet: <https://www.loto.ro>

**Rolurile acestei organizații:**

Organizația care furnizează mai multe informații cu privire la căile de atac

**8.1. ORG-0001**

Denumire oficială: Operator SEAP  
Număr de înregistrare: RO42283735  
Adresă poștală: Strada: Italiana, nr. 22, Sector: -, Judet: Bucuresti, Localitate: Bucuresti, Cod postal: -  
Localitate: Bucuresti  
Cod poștal: 020976  
Subdiviziunea țării (NUTS): București (RO321)  
Țara: România  
Punct de contact: Roxana Popescu

E-mail: [contact.autoritati@e-licitatie.ro](mailto:contact.autoritati@e-licitatie.ro)

Telefon: +40 213032997

Adresa de internet: <https://www.adr.gov.ro/>

**Rolurile acestei organizații:**

TED eSender

**8.1. ORG-9000**

Denumire oficială: ALL MEDIA COMPANY S.R.L.

Dimensiunea operatorului economic: Medie

Număr de înregistrare: 14341415

Adresă poștală: Strada Calea 13 Septembrie, Nr. 191, Sector: 5

Localitate: Bucuresti

Cod poștal: 0

Subdiviziunea țării (NUTS): București (RO321)

Țara: România

E-mail: [office@allmediacompany.ro](mailto:office@allmediacompany.ro)

Telefon: +40 212226972

Fax: +40 212226082

**Rolurile acestei organizații:**

Ofertant

**Câștigătorul acestor loturi: LOT-0001, LOT-0002**

## Informații privind anunțul

---

Identificatorul/versiunea anunțului: ebc59c8e-d003-46d8-a64f-5068768695a2 - 01

Tip de formular: Rezultat

Tip de anunț: Anunț de atribuire a contractului sau a concesiunii - regim standard

Subtipul anunțului: 29

Data notificării expedierii: 27/02/2026 15:54:57 (UTC+02:00) ora Europei de Est, ora de vară a Europei Centrale

Data de expediere a anunțului eSender: 27/02/2026 14:01:48 (UTC+02:00) ora Europei de Est, ora de vară a Europei Centrale

Limbile în care acest anunț este disponibil oficial: română

Numărul de publicare al anunțului: 143557-2026

Numărul ediției JO S: 42/2026

Data publicării: 02/03/2026