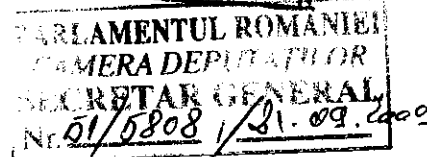
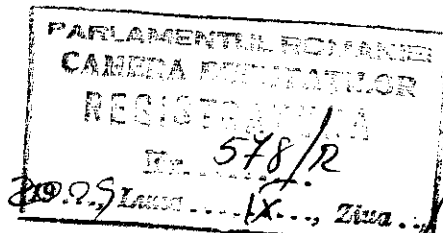


21.09.2007.

Sep. Secretariat teh.
A. B. P.

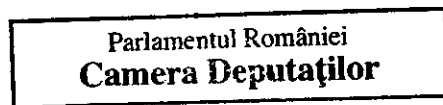



Parlamentul României
Camera Deputaților



Comisia parlamentară de anchetă pentru verificarea modului în care a fost atribuit de către Ministerul Mediului contractul privind „Campania de promovare a Programului Operațional Sectorial Mediu, Lot II – Difuzare/Publicare” la data de 28 aprilie 2009, prin negociere fără anunț de participare

București, 18 septembrie 2009
Nr.46/3/70



B.P. Nr. 856 din 21.09.2009

Către,

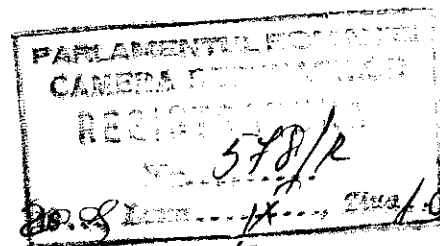
BIROUL PERMANENT AL
CAMEREI DEPUTAȚILOR

Vă transmitem, alăturat, Raportul Comisiei parlamentare de anchetă pentru verificarea modului în care a fost atribuit de către Ministerul Mediului contractul privind „Campania de promovare a Programului Operațional Sectorial Mediu, Lot II – Difuzare/Publicare” la data de 28 aprilie 2009, prin negociere fără anunț de participare, adoptat în ședința Comisiei din 16 septembrie 2009.

PREȘEDINTE

MIRCEA DUȘA





Parlamentul României

Camera Deputaților

Comisia parlamentară de anchetă pentru verificarea modului în care a fost atribuit de către Ministerul Mediului contractul privind „Campania de promovare a Programului Operațional Sectorial Mediu, Lot II – Difuzare/Publicare” la data de 28 aprilie 2009, prin negociere fără anunț de participare

R A P O R T U L

Comisiei parlamentare de anchetă pentru verificarea modului în care a fost atribuit de către Ministerul Mediului contractul privind „Campania de promovare a Programului Operațional Sectorial Mediu, Lot II – Difuzare/Publicare” la data de 28 aprilie 2009, prin negociere fără anunț de participare

I. Constituirea și obiectivele Comisiei de anchetă

a. Constituire

In conformitate cu prevederile art.73, art.76, art.77 și art.78 din Regulamentul Camerei Deputaților, republicat, la solicitarea membrilor grupurilor parlamentare ale Partidului Democrat Liberal și Partidului Național Liberal, înregistrată la Biroul Permanent cu nr.623 din 23.06.2009, s-a înființat Comisia parlamentară de anchetă pentru verificarea modului în care a fost atribuit de către Ministerul Mediului contractul privind „Campania de promovare a Programului Operațional Sectorial Mediu, Lot II – Difuzare/Publicare” la data de 28 aprilie 2009, prin negociere fără anunț de participare, prin Hotărârea Camerei Deputaților nr.30 din 24 iunie 2009, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr.448 din 30 iunie 2009, cu următoarea componență:

- | | |
|-------------------|--------------------------|
| 1. Președinte | Dușa Mircea - PSD+PC |
| 2. Vicepreședinte | Barbu Sulfina - PD-L |
| 3. Vicepreședinte | Tușa Adriana Diana - PNL |
| 4. Secretar | Korodi Attila - UDMR |
| 5. Membru | Avram Marian - PD-L |
| 6. Membru | Călian Petru - PD-L |

7. Membru	Călin Ion - PSD+PC
8. Membru	Dumitrică George Ionuț - PNL
9. Membru	Grosaru Mircea - Minoritați
10. Membru	Ialomițianu Gheorghe - PD-L
11. Membru	Iorguș Zăfir - PD-L
12. Membru	Munteanu Ioan - PSD+PC, înlocuit cu domnul deputat Martin Eduard Stelian - PSD+PC
13. Membru	Pieptea Cornel - PNL
14. Membru	Rățoi Neculai - PSD+PC
15. Membru	Țîlvăr Angel - PSD+PC

b. Obiective

Potrivit art.1 din H.C.D. nr.30 din 24 iunie 2009, Comisia parlamentară de anchetă are ca scop efectuarea unui control parlamentar asupra modului în care a fost atribuit de către Ministerul Mediului contractul privind „Campania de promovare a Programului Operațional Sectorial Mediu, Lot II – Difuzare/Publicare” la data de 28 aprilie 2009, prin negociere fără anunț de participare, cu următoarele obiective:

a) verificarea legalității alegerii procedurii de negociere cu o singură firmă, fără publicarea prealabilă a unui anunț de participare;

b) încadrarea legală a obiectului contractului, respectiv a valorii finale a acestuia de 2.040.990,11 lei.

Termen depunere raport 14.08.2009.

Având în vedere elementele noi aduse la cunoștința membrilor Comisiei de către Garda Financiară și Consiliul Concurenței, în ședința din data de 11 august 2009, care reprezentau obiectul unor activități de control aflate în desfășurare, precum și necesitatea analizării rapoartelor aferente, în vederea formulării concluziilor și a unui punct de vedere unitar, Comisia parlamentară de anchetă a solicitat Biroului Permanent al Camerei Deputaților, amânarea depunerii raportului acesteia, cu 35 de zile, în conformitate cu prevederile art.77 din Regulamentul Camerei Deputaților.

În conformitate cu prevederile art.76 alin.(2) din Constituția României, republicată, Camera Deputaților **a adoptat Hotărârea nr.39** din 8 septembrie 2009, **privind prelungirea termenului** pentru depunerea raportului de către Comisia

parlamentară de anchetă pentru verificarea modului în care a fost atribuit de către Ministerul Mediului contractul privind „Campania de promovare a Programului Operațional Sectorial Mediu, Lot II – Difuzare/Publicare” la data de 28 aprilie 2009, prin negociere fără anunț de participare, **până la data de 18 septembrie 2009.**

II. Lista documentelor depuse la Comisia de anchetă

Nr. Crt.	Denumire documente	Nr. înregistrare și data primirii	Observații
1.	Acte premergătoare semnării contractului (anexa nr.1)	46/3/6 din 6.07.09	Dosarul cuprinde 262 file
2.	Istoricul proiectului „Campania de promovare a Programului Operațional Sectorial Mediu, Lot II – Difuzare/Publicare” (anexa nr.2)	46/3/9 din 6.07.09	Dosarul cuprinde 6 file
3.	Documente relevante procesului de atribuire, prin licitație deschisă, a contractului de servicii de publicitate media „Campania de promovare a Programului Operațional Sectorial Mediu, Lot II – Difuzare/Publicare” (anexa nr.3)	46/3/21 din 7.07.09	Dosarul cuprinde 194 file
4.	Oferta financiară și tehnică ARS, Plan de Comunicare și atribuții ROF (anexa nr.4)	46/3/24 din 9.07.09	Dosarul cuprinde 125 file
5.	Promovarea axei prioritare 3 POS Mediu – Modernizarea sistemelor de încălzire urbană în localitățile cele mai afectate de poluare (anexa nr.5)	46/3/25 din 9.07.09	Dosarul cuprinde 199 file
6.	Documente de plată „Campania de promovare a Programului Operațional Sectorial Mediu, Lot II – Difuzare/Publicare” (anexa nr.6)	46/3/26 din 9.07.09	Dosarul cuprinde 178 file
7.	Ordinul nr.1.792 din 24 decembrie 2002 pentru aprobarea Normelor metodologice privind angajarea, lichidarea, ordonanțarea și plata cheltuielilor instituțiilor publice, precum și organizarea, evidența și raportarea angajamentelor bugetare și legale (anexa nr.7)	46/3/27 din 9.07.09	7 file
8.	Răspunsurile la întrebările solicitate de membrii Comisiei de anchetă, în urma audierilor funcționarilor publici din cadrul Autorității de Management pentru Programul Operațional Sectorial „Mediu” din data de 9 iulie 2009 (anexa nr.8)	46/3/33 din 16.07.09	Dosarul cuprinde 108 file
9.	Raportul de control nr.RC438/8613/23.07.2009 întocmit de către ANRMAP (idem pct.10)	46/3/37 din 28.07.09	Dosarul cuprinde 50 file

10.	Documente prezentate și depuse de ANRMAP (anexa nr.9)	46/3/38 din 28.07.09	Dosarul curpinde 58 file
11.	Procesul verbal încheiat cu ocazia controlului efectuat de Garda Financiară la SC ARS ADVERTISING S.A. (anexa nr.10)	46/3/39 din 03.08.2009	9 file
12.	Protocolul nr. 8964/MG-13,08,2008 privind cooperarea instituțională dintre Autoritatea Națională pentru Reglementarea și Monitorizarea Achizițiilor Publice, Ministerul Economiei și Finanțelor - Unitatea pentru Coordonarea și Verificarea Achizițiilor Publice și Ministerul Mediului și Dezvoltării Durabile - Autoritatea de Management pentru Programul Operațional Sectorial de Mediu 2007-2013 (anexa nr.11)	46/3/43 din 5.08.09	11 file
13.	Raspuns ANRMAP- Precizări (anexa nr.12)	46/3/45 din 10.08.2009	2 file
14.	Răspuns Garda Financiară (anexa nr.13)	46/3/52 din 16.09.2009	1 filă
15.	Răspuns Consiliul Concurenței (anexa nr.14)	46/3/61 din 04.09.2009	6 file
16.	Răspuns Ministerul Mediului - DGMIS - Date privind stadiul derulării contractelor 3631/AK/28.20.08 - Campanie de promovare a POS Mediu Lot II - Difuzare și 2959/NN/28.04.2009 - Campanie de promovare a POS Mediu Lot II - Contract suplimentar de servicii publicitare media. (anexa nr.15)	46/3/65 din 09.09.2009	21 file
17.	Raspuns - Autoritatea de Audit de pe lângă Curtea de Conturi la solicitarea adresată de membrii Comisiei parlamentare de anchetă (anexa nr.16)	46/3/66 din 14.09.2009	1 filă
18.	Răspuns Ministerul mediului - DGMIS - Informații solicitate de membrii Comisiei parlamentare de anchetă (anexa nr.17)	46/3/67 din 15.09.2009	13 file
19.	Raspuns SC Best Advertising & Consult S.R.L. (anexa nr.18)	46/3/68 din 16.09.2009	1 filă
20.	Raspuns Consiliul Concurenței (anexa nr.19)	46/3/69 din 11.09.2009	1 filă

III. Defășurarea lucrărilor Comisiei

a. Programul de lucru:

Comisia parlamentară de anchetă și-a desfășurat lucrările după următorul program:

- în cursul sesiunii ordinare:

- Marți, 30 iunie 2009 – ședință comisie
- în cursul vacanței parlamentare:
 - Miercuri, 8 iulie 2009 – ședință comisie
 - Joi, 9 iulie 2009 – ședință comisie
 - 10 – 27 iulie 2009 – analizare documente
 - Marți, 28 iulie 2009 – ședință comisie
 - 29 iulie – 10 august 2009 – centralizare documente, întocmire puncte de vedere raportori
 - Marți, 11 august 2009 – ședință comisie
 - 29 iulie – 10 august 2009 – analizare documente, întocmire proiect de raport
- în cursul sesiunii ordinare:
 - Luni, 7 septembrie 2009 – ședință comisie
 - Miercuri, 16 septembrie 2009 – ședință comisie

În ședința din 8 iulie 2009, Comisia parlamentară de anchetă, în urma dezbaterilor, a adoptat cu unanimitate de voturi, Regulamentul de organizare și funcționare, stabilirea responsabililor pe domenii de specialitate, precum și programul de lucru.

b. Responsabili pe domenii de specialitate

- Domeniul juridic
 - Domnul deputat Călian Petru
 - Domnul deputat Grosaru Mircea
- Domeniul financiar
 - Domnul deputat Ialomîțianu Gheorghe
- Domeniul achiziții
 - Domnul deputat Pieptea Cornel
 - Domnul deputat Avram Marian
- Domeniul publicitate
 - Domnul deputat Tîlvăr Angel
 - Domnul deputat Dumitrică George Ionuț

c. Audieri persoane fizice și juridice:

- Miercuri, 8 iulie 2009
 - domnul Nicolae Nemirschi, ministru, Ministerul Mediului
 - doamna Virginia Ștefănică, secretar general, Ministerul Mediului

- Joi, 9 iulie 2009

- domnul Silviu Stoica, director general, Direcția Generală pentru Managementul Instrumentelor Structurale, Ministerul Mediului
- doamna Iulia Baz, președinte Comisia de licitații
- doamna Doina Crina Iliescu, director plăți, Direcția Generală pentru Managementul Instrumentelor Structurale, Ministerul Mediului
- domnul Ion Mitu, consilier juridic, Direcția Fonduri Structurale, Ministerul Mediului
- doamna Cristina Ionelia Mihăilescu, consilier juridic, Compartimentul juridic Instrumente Structurale, Ministerul Mediului
- doamna Cornelia Nagy, director general, Unitatea pentru Coordonarea și Verificarea Achizițiilor Publice – UCVAP

- Marți, 28 iulie 2009

- domnul Ștefănescu Gabriel Marian, administrator al S.C. ARS ADVERTISING S.A.
- doamna Cristina Trăilă, președinte, Autoritatea Națională pentru Reglementarea și Monitorizarea Achizițiilor Publice

- Marți, 11 august 2009

- domnul Nicolae Nemirschi, ministru, Ministerul Mediului

- Luni, 7 septembrie 2009

- doamna Cristina Trăilă, președinte, Autoritatea Națională pentru Reglementarea și Monitorizarea Achizițiilor Publice
- domnul Ștefănescu Gabriel Marian, administrator al S.C. ARS ADVERTISING S.A.
- doamna Cornelia Nagy, director general, Unitatea pentru Coordonarea și Verificarea Achizițiilor Publice – UCVAP
- domnul Alexandru Ursache – observator, Unitatea pentru Coordonarea și Verificarea Achizițiilor Publice – UCVAP
- domnul Silviu Stoica, director general, Direcția Generală pentru Managementul Instrumentelor Structurale, Ministerul Mediului
- domnul Străchinescu Marian, director general, S.C. Best Advertising & Consult S.R.L.
- domnul Septimiu Cherecheșiu, administrator, S.C. Best Advertising & Consult S.R.L.
- domnul Bogdan M. Chirițoiu, președinte, Consiliul Concurenței

d. Nu s-a prezentat la audiere:

- doamna Cristina Ionelia Mihăilescu, consilier juridic, Compartimentul juridic Instrumente Structurale, Ministerul Mediului

Toate audierile sunt consemnate în stenogramele ședințelor și se află pe site-ul Camerei Deputaților, la adresa: <http://www.cdep.ro/co/sedinte.lista?tip=108&an=2009>.

IV. Istoricul proiectului Campania de promovare a Programului Operațional Sectorial Mediu, Lot II – Difuzare/Publicare

Programul Operațional Sectorial (POS) Mediu reprezintă documentul de programare a Fondurilor Structurale și de Coeziune, care stabilește strategia de alocare a fondurilor europene în vederea dezvoltării sectorului de mediu din România, în perioada 2007-2013.

POS Mediu a fost elaborat de către Ministerul Mediului (MM), în calitate de Autoritate de Management (AM) pentru acest program și în coordonarea Ministerului Finanțelor, în calitate sa de coordonator al procesului de pregătire a României pentru accesarea Fondurilor Structurale și de Coeziune pentru perioada 2007-2013.

POS Mediu este unul dintre cele mai importante programe operaționale din punct de vedere al alocării financiare și reprezintă cea mai importantă sursă de finanțare pentru sectorul de mediu. Programul este finanțat din Fondul European de Dezvoltare Regională (FEDR) și Fondul de Coeziune (FC) - cu o valoare de aproximativ 4,5 miliarde Euro, la care se adaugă cofinanțarea națională de aproximativ 1 miliard Euro.

Obiectivul global al POS Mediu vizează îmbunătățirea standardului de viață al populației și standardelor de mediu, contribuind substanțial la îndeplinirea angajamentelor de aderare a României la UE cu privire la protecția mediului.

Totodată, se are în vedere reducerea decalajului existent între Uniunea Europeană și România, cu privire la infrastructura de mediu, atât din punct de vedere cantitativ, cât și calitativ, ce ar trebui să se concretizeze în servicii publice eficiente, cu luarea în considerare a principiului dezvoltării durabile și a principiului "poluatorul plătește".

Autoritatea de Management POS Mediu (AM POS Mediu) a elaborat un Plan de Comunicare care a fost aprobat de Comisia Europeană în data de 4 iunie 2008, bugetul alocat acestuia fiind de 30.000.000 Euro.

Prin Campania de promovare a POS Mediu se urmărește crearea premiselor pentru o absorbție mare a fondurilor europene disponibile pentru România, anii 2008 și 2009 fiind deosebit de importanți pentru procesul de pregătire a proiectelor, în vederea

accesării rapide a fondurilor europene. De asemenea, în ceea ce privește publicul larg, Autoritatea de Management are obligația de a asigura vizibilitatea Programului Operațional gestionat, în rândul cetățenilor statului membru, accentul fiind pus pe beneficiile aduse de aderarea României la UE, prin realizarea investițiilor prioritare de mediu în România.

În baza acestui Plan de Comunicare, la nivelul Ministerului Mediului a fost aprobat Planul de achiziții care a inclus și proceduri de atribuire pentru contractele necesare atingerii obiectivelor propuse.

Obiectivele specifice Campaniei de promovare POS Mediu sunt:

- creșterea gradului de conștientizare a publicului cu privire la POS Mediu și rezultatele sale; creșterea gradului de încredere a publicului cu privire la transparența și corectitudinea acordării finanțărilor prin POS Mediu;
- informarea asupra rolului Autorității de Management și al Uniunii Europene;
- informarea potențialilor beneficiari cu privire la oportunitățile de finanțare oferite de POS Mediu;
- informarea potențialilor beneficiari asupra regulilor care trebuie urmate pentru a accesa fonduri prin POS Mediu și a obligațiilor care le revin privind măsurile de informare și publicitate pentru proiectele finanțate;
- promovarea pentru publicul general a impactului (mai ales la nivel local) asistenței prin POS Mediu.

Campania de promovare POS Mediu este prevăzută a se încheia în septembrie 2009, astfel încât, prin acțiunile programate în Planul de Comunicare pentru anul 2010, să poată fi promovate exemplele de succes (proiectele promovate a fi implementate).

Având în vedere că, la momentul elaborării Planului de achiziții, pentru Axa Prioritară 3, nu existau elementele definitorii necesare dezvoltării unor măsuri eficiente de promovare, care să asigure impactul necesar, s-a luat decizia ca promovarea POS Mediu să se facă în două etape distincte.

Prima etapă a fost dedicată Axelor Prioritare 1, 2, 4 și 5 pentru care existau elementele necesare în momentul elaborării proiectului. A doua etapă a fost prevăzută pentru a include promovarea Axei Prioritare 3 pentru care nu existau, în acel moment, definite elementele necesare și o fază dedicată întregului program în vederea asigurării

unității demersului publicitar la nivelul întregului program operațional eliminând în acest fel posibilitatea distorsionării mesajului și identității programului.

Prima etapă a demarat printr-o procedură de licitație deschisă pe patru loturi:

1. Creație
2. Difuzare
3. Organizare evenimente
4. Cercetare/evaluare impact

Această procedură s-a finalizat prin încheierea a patru contracte. Activitățile prevăzute în acestea sunt în strânsă interdependență, fapt reflectat în caietul de sarcini. Data de finalizare a primei etape este septembrie 2009.

Pentru cea de a doua etapă a promovării POS Mediu, Planul de achiziții pentru anul 2009, draft-ul din ianuarie 2009, care nu a putut fi aprobat datorită lipsei Legii bugetului, prevede două proceduri de achiziții:

1. promovarea Axei Prioritare 3 din POS Mediu – creație – prevăzută a fi atribuită prin cerere de ofertă;
2. campanie de promovare POS Mediu Lotul II – difuzare/publicare (Axa Prioritară 3 și recapitulare întreg program) – prevăzută a fi atribuită prin licitație deschisă.

Având în vedere faptul că lotul patru din prima etapă are ca rezultat final evaluarea impactului obținut în urma campaniei de promovare pentru întreg POS, data de finalizare a etapei doi nu trebuia să depășească luna august 2009.

Ca urmare, s-a decis ca în Planul de achiziții pe anul 2009 elaborat pe baza draft-ului de Plan din ianuarie 2009, aprobat de ordonatorul principal de credite în data de 11.03.2009, să fie inclusă etapa a doua și să fie schimbat tipul de procedură de achiziție, luând în considerare prevederile legislației naționale și comunitare după cum urmează:

Extinderea serviciilor de difuzare media aferente etapei a doua s-a făcut în baza art.122 lit.i) din Ordonanța de urgență a Guvernului nr.34/2006, cu modificările și completările ulterioare, și prevederile art.31 alin.(4), lit.a), din Directiva Parlamentului European și a Consiliului nr.18/2004/CE privind coordonarea procedurilor de atribuire a contractelor de lucrări, de furnizare și de servicii și cu respectarea tuturor prevederilor menționate în lege pentru aplicarea procedurii de negociere fără publicarea prealabilă a unui anunț de participare.

Astfel, valoarea contractului a fost suplimentată cu aproximativ 45% din valoarea inițială.

Contractul suplimentar a fost semnat la data de 28.04.2009

Unitatea pentru Coordonarea și Verificarea Achizițiilor Publice din cadrul Ministerului Finanțelor a fost înștiințată asupra demarării procedurii de achiziție. Ca urmare, UCVAP a emis decizia de verificare, desemnând un reprezentant, cu caracter de observator, la procedura de negociere fără publicare prealabilă a unui anunț de participare, organizată pentru atribuirea contractului de servicii Campania de promovare a Programului Operațional Sectorial Mediu, Lot II – Difuzare/Publicare. Reprezentantul UCVAP a întocmit un raport de activitate transmis Autorității de Management pentru POS Mediu prin adresa nr.158905/160338 din 08.05.2009 în care se specifică că, pe parcursul verificărilor procedurale nu s-au emis note intermediare și nu a fost emis aviz consultativ.

Totodată, Autoritatea pentru Reglementarea și Monitorizarea Achizițiilor Publice la solicitarea nr.5077/NN/24.06.2009 a Ministerului Mediului a demarat în data de 29 iunie 2009 procedura de supraveghere și verificare a modului de atribuire a contractului suplimentar de servicii de publicitate media nr.2959/NN/28.04.2009 încheiat între Ministerul Mediului și S.C. ARS ADVERTISING S.A., întocmind un raport de control nr. RC/438/8613/10038/27.07.2009 în care s-a dispus sancționarea autorității contractante cu un avertisment scris și trei amenzi contravenționale în valoare totală de 140.000 lei.

V. Documente prezentate de Unitate pentru Coordonarea și Verificarea Achizițiilor Publice (UCVAP) și Autoritatea Națională pentru Reglementarea și Monitorizarea Achizițiilor Publice (ANRMAP)

a. Raport de activitate UCVAP

În conformitate cu prevederile Ordonanței de Urgență a Guvernului nr.30/2006 privind funcția de verificare a aspectelor procedurale aferente procesului de atribuire a contractelor de achiziție publică, s-a procedat, pe baza Deciziei de verificare nr. 163689/09.07.2008, înregistrată la Ministerul Mediului și Dezvoltării Durabile cu nr. 99642/14.07.2008, la verificarea aspectelor procedurale privind procedura de licitație

deschisă, contract de servicii având ca obiect „Campania de promovare a Programului Operațional Sectorial de Mediu”, în perioada 9.07.2008 – 28.10.2008.

«Pe parcursul verificării aspectelor procedurale, observatorii desemnați au urmărit, în principal, următoarele elemente cheie:

- a) respectarea regulilor și principiilor care stau la baza atribuirii contractelor de achiziție publică;
- b) modul în care s-a aplicat și s-a respectat procedura de achiziție;
- c) acuratețea documentelor supuse verificării;
- d) modul în care comisia de evaluare a respectat criteriile de calificare ale ofertantului, precum și criteriul de atribuire a contractului de achiziție publică;
- e) semnarea de către autoritatea contractantă a contractului de achiziție publică de servicii cu ofertantul a cărui ofertă a fost declarată ca fiind câștigătoare.»

UCVAP a consemnat în conținutul Raportului de activitate nr.163687/170616/07.11.2008 la pct.2.6., Observațiile privind modul de finalizare a procedurii de atribuire, astfel:

«Ministerul Mediului și Dezvoltării Durabile a transmis ofertanților comunicările nr.99979/23.09.2008, nr.99977/23.09.2008, nr.99978/23.09.2008, privind rezultatul procedurii de achiziție publică în care se precizează pentru fiecare ofertă respinsă motivele concrete care au stat la baza deciziei de respingere.

Autoritatea contractantă a înștiințat observatorii desemnați despre faptul că procedura de achiziție publică pentru atribuirea contractului aferent proiectului „Campanie de promovare a Programului Operațional Sectorial de Mediu” este suspendată, ca urmare a contestațiilor depuse de S.C. MERCURY 360 COMUNICATIONS S.R.L. nr. 1227-1229/02.10.2008, înregistrate la C.N.S.C. sub nr.24525/02.10.2008, 24527/02.10.2008 și 24519/02.10.2008 prin care aceasta solicită „anularea deciziei de atribuire pentru loturile 1, 2 și 3”, precum și reevaluarea ofertelor depuse pentru cele trei loturi.

Prin Deciziile nr.4691/C9/4511/10.10.2008, nr.4692/C9/4513/10.10.2008 și nr.4693/C9/4514/10.10.2008, Consiliul Național de Soluționare a Contestațiilor ia act de renunțarea la contestațiile formulate de S.C. MERCURY 360 COMUNICATIONS S.R.L.

Prin adresa nr.100150/17.10.2008 autoritatea contractantă a comunicat observatorilor desemnați faptul că procedura de achiziție publică va continua prin semnarea contractelor cu ofertanții ale căror oferte au fost declarate câștigătoare

Autoritatea contractantă a înștiințat cu adresa nr.100236/03.11.2008, observatorii desemnați despre faptul că a avut loc semnarea contractelor cu ofertanții ale căror oferte au fost declarate câștigătoare și a pus la dispoziția acestora câte o copie după contractele semnate și înregistrate.

Din verificarea acestor contracte s-a constatat că au fost respectate elementele principale rezultate din derularea acestei proceduri și a documentației de atribuire, astfel:

- contractul înregistrat cu nr.3466/AR/15.10.2008 încheiat între autoritatea contractantă pe de o parte și S.C. MERCURY 360 COMMUNICATIONS S.R.L pe de altă parte la prețul propus în oferta financiară declarată, pentru lotul 4.

- contractul înregistrat cu nr.3630/AR/28.10.2008 încheiat între autoritatea contractantă pe de o parte și LDK CONSULTANTS ENGINEERS AND PLANNERS S.R.L. pe de altă parte la prețul propus în oferta financiară declarată, pentru lotul 2.

- contractul înregistrat cu nr.3631/AR/28.10.2008 încheiat între autoritatea contractantă pe de o parte și ARS ADVERTISING S.A. pe de altă parte la prețul propus în oferta financiară declarată, pentru lotul 1.

- contractul înregistrat cu nr. 3632/AR/28.10.2008 încheiat între autoritatea contractantă pe de o parte și LDK CONSULTANTS ENGINEERS AND PLANNERS S.R.L. pe de altă parte la prețul propus în oferta financiară declarată, pentru lotul 3.

Activitatea de verificare a observatorilor desemnați s-a finalizat la data semnării contractelor, prin întocmirea prezentului Raport de activitate, conform prevederilor art.14 alin.(1) din H.G. nr. 942/2006, modificat și completat prin H.G. nr.1083/2007.»

Totodată, la pct.3 din Raport, au fost consemnate următoarele concluzii și recomandări:

«Nu au fost ridicate înscrisuri sau alte documente cu excepția celor puse la dispoziție de autoritate contractantă.

Nu a fost emis aviz consultativ și nu s-au aplicat sancțiuni contravenționale conform prevederilor art.10 din O.U.G. nr.30/2006 privind funcția de verificare a

aspectelor procedurale aferente procesului de atribuire a contractelor de achiziție publică.

Caietul de sarcini a fost analizat numai din punct de vedere al conținutului, vizându-se eliminarea elementelor care să aibă ca efect introducerea unor obstacole nejustificate de natură să reducă concurența.

În temeiul art.13 alin.(3) din H.G. nr.942/2006 pe parcursul derulării procedurii de atribuire a contractului de achiziție publică supus verificării, observatorii desemnați au solicitat Președintelui Comisiei de evaluare documente și informații cu privire la stadiul procedurii de atribuire. La toate aceste solicitări Comisia de evaluare a răspuns în termenul de trei zile solicitat în adresele de solicitare de informații.

Documentele care au fost puse la dispoziția observatorilor desemnați pe perioada derulării procedurii de atribuire a contractelor de servicii în speță, au fost transmise în copie certificate prin sintagma „conform cu originalul”.

Observatorii desemnați nu sunt răspunzători pentru situația în care constatările înscrise în prezentul raport se dovedesc a fi eronate ca urmare a furnizării de către autoritatea contractantă a unor informații și documente incorecte și / sau incomplete.

Responsabilitatea pentru deciziile adoptate pe parcursul procesului de atribuire a contractelor de achiziție publică revine autorității contractante.

Facem precizarea că toate informațiile și documentele menționate în prezentul raport de activitate au fost puse la dispoziție de autoritatea contractantă. De asemenea, constatările cuprinse în prezentul raport de activitate sunt rezultatul verificării aspectelor procedurale aferente procesului de atribuire a contractului de achiziție publică.

Prezentul Raport de activitate s-a întocmit în 2 (doua) exemplare și se înregistrează la autoritatea contractantă și la Unitatea pentru Coordonarea și Verificarea Achizițiilor Publice.»

b. Raport de control ANRMAP

Prin adresa nr.5077/NN/24.06.2009, Ministerul Mediului a solicitat Autorității Naționale pentru Reglementarea și Monitorizarea Achizițiilor Publice (ANRMAP) să dispună efectuarea unei verificări a modului de atribuire a contractului suplimentar de

servicii de publicitate media nr.2959/NN/28.04.2009, încheiat între Ministerul Mediului și S.C. ARS Advertising S.A., având în vedere exercitarea funcției de supraveghere a achizițiilor publice a ANRMAP, conform prevederilor art.3 din Regulamentul privind supravegherea modului de atribuire a contractelor de achiziție publică, a contractelor de lucrări publice și a contractelor de concesiune de servicii, aprobat prin Ordinul nr.113 din 11 aprilie 2008 emis în baza Ordonanței de urgență a Guvernului nr.74/2005 privind înființarea Autorității Naționale pentru Reglementarea și Monitorizarea Achizițiilor Publice, aprobată cu modificări prin Legea nr.111/2006 și Hotărârii Guvernului nr.525/2007 privind organizarea și funcționarea Autorității Naționale pentru Reglementarea și Monitorizarea Achizițiilor Publice.

Prin adresa nr.8672/25.06.2009, ANRMAP a transmis Ministerului Mediului comunicarea privind începerea procedurii de supraveghere, începând cu data de 29 iunie 2009.

Concluziile și propunerile formulate de ANRMAP, ca urmare a finalizării procedurii de supraveghere a modului de atribuire a contractelor de achiziție publică, sunt consemnate în Raportul de control nr.RC 438/8613/10038/27.07.2009, la pct.IV, după cum urmează:

«IV. Concluzii și propuneri

Echipa de control a constatat că:

a) Referitor la procedura de licitație deschisă având ca obiect achiziția serviciilor privind „Campania de promovare a Programului Operațional Sectorial Mediu ”, derulată în anul 2008.

Prin aplicarea unor factori de evaluare care nu reflectă avantaje de natură economică în beneficiul instituției și a căror pondere în punctajul total este vădit disproporționată în raport cu avantajele economice cuantificate, la finalul evaluării, oferta cu prețul cel mai ridicat a fost declarată câștigătoare. Autoritatea contractantă a încălcat principiul utilizării eficiente a fondurilor publice. Fapta constituie contravenție potrivit art. 293 lit. k) din O.U.G. nr. 34/2006 și se sancționează, conform art. 294, alin. (2) din același act normativ cu amendă de la 35.000 lei la 70.000 lei. Echipa de control a sancționat autoritatea contractantă cu amendă în cuantum 35.000 lei, prin Procesul verbal de constatare a contravențiilor seria AR, nr. 01451, înregistrat la Ministerul Mediului cu nr. 5972/NN/20.07.2009.

b) Cu privire la procedura de negociere fără publicarea prealabilă a unui anunț de participare având ca obiect achiziția serviciilor privind „Campania de promovare a Programului Operațional Sectorial Mediu, Lot II - Difuzare/Publicare”

Autoritatea contractantă a aplicat procedura de negociere fără publicarea prealabilă a unui anunț de participare fără a se încadra în circumstanțele specifice prevăzute de art.122, din O.U.G. nr.34/2006. Fapta constituie contravenție potrivit prevederilor art.293 lit. c) din O.U.G. nr.34/2006 și se sancționează în conformitate cu prevederile art.294 alin.(2). Echipa de control a sancționat autoritatea contractantă cu amendă în cuantum de 70.000 lei, prin Procesul-verbal de constatare a contravențiilor seria AR, nr.01451, înregistrat la Ministerul Mediului cu nr.5972/NN/20.07.2009.

c) Referitor la achiziția directă - Promovarea Axei Prioritare 3 din POS Mediu - Modernizarea sistemelor de încălzire urbană în localitățile cele mai afectate de poluare:

Prin utilizarea unor metode de calcul care au condus la o subevaluare a valorii estimate a contractului de servicii de Promovare a Axei Prioritare 3 din POS Mediu - Modernizarea sistemelor de încălzire urbană în localitățile cele mai afectate de poluare, în scopul evitării aplicării procedurii de licitație deschisă, autoritatea contractantă a încălcat prevederile art.23 din O.U.G. nr.34/2006. Fapta constituie contravenție potrivit art.293, lit. a) și se sancționează cu amendă de la 35.000 lei la 70.000 lei, în conformitate cu prevederile art.294, alin.(2). Echipa de control a sancționat autoritatea contractantă cu amendă în cuantum 35.000 lei, prin Procesul-verbal de constatare a contravențiilor seria AR, nr.01451, înregistrat la Ministerul Mediului cu nr.5972/NN/20.07.2009.

d) Procedurile de achiziție derulate pentru atribuirea celorlalte contracte, enumerate la punctul II din prezentul raport, care au constituit obiectul prezentei acțiuni de verificare, au fost finalizate cu respectarea prevederilor legale din domeniul achizițiilor publice.

Având în vedere aspectele prezentate la punctul III din prezentul raport, propunem transmiterea unui exemplar din prezentul raport către Curtea de Conturi a României, în vederea verificării modului de alocare și utilizare a fondurilor publice de către autoritatea contractantă pentru realizarea promovării Axelor Prioritare 1, 2, 3, 4 și 5 a Programul Operațional Mediu.

„Notă - Prezentul raport este întocmit pe baza documentelor puse la dispoziție de autoritatea contractantă. Menționăm că echipa de control a A.N.R.M.A.P. nu-și asumă

răspunderea pentru situația în care autoritatea contractantă furnizează informații și documente incorecte, incomplete sau false.”»

VI. Prezentarea constatărilor responsabililor pe domenii de specialitate

a. din punct de vedere juridic și al achizițiilor publice

1. Conform art.20 din O.U.G. nr.34/2006 «Autoritatea contractantă are obligația de a atribui contractul de achiziție publică prin aplicarea procedurilor de licitație deschisă sau licitație restrânsă »

a) Aplicarea articolului 122, lit.i) din O.U.G. nr.34/2006, așa cum rezultă din documentele puse la dispoziție de către AUTORITATEA CONTRACTANTA, este nefundamentată din următoarele considerente :

- nu a fost făcută dovada că necesitatea prestării serviciilor suplimentare, care au constituit obiectul achizițiilor prin negociere directă fără publicarea prealabilă a unui anunț de participare s-a datorat unor circumstanțe imprevizibile ;

- nu a demonstrat că serviciile suplimentare sunt necesare pentru îndeplinirea contractului în cauză ;

- nu a demonstrat în ce măsură o schimbare a prestatorului de servicii ar fi condus la imposibilitatea asigurării unității campaniei și la distorsionări ale mesajului și identității Programului pe care spoturile anterioare au conturat-o.

b) Aplicarea articolului 122, lit.b) din O.U.G. nr.34/2006, așa cum ar rezulta din documentele puse la dispoziție de către AUTORITATEA CONTRACTANTA, este nefundamentată din următoarele considerente :

- Autoritatea contractantă nu a solicitat operatorului economic să păstreze același mix media atunci când a atribuit contractul de servicii de difuzare prin procedura de negociere fără publicarea prealabilă a unui anunț de participare.

c) Aplicarea articolului 122, lit.i) din O.U.G. nr.34/2006, așa cum rezultă din documentele puse la dispoziție de către AUTORITATEA CONTRACTANTA este nefundamentată din următoarele considerente:

- nu au fost îndeplinite cele trei condiții cumulative prevăzute de lege :

- 1) Existența unui eveniment neprevăzut ;

2) Evenimentul neprevăzut nu trebuie să se datoreze sub nicio formă unei acțiuni sau inacțiuni a autorității contractante ;

3) Perioadele de aplicare a licitației deschise, a licitației restrânse, a negocierii cu publicarea prealabilă a unui anunț de participare sau a cererii de oferte nu pot fi respectate din motive de extremă urgență, dar nu se fac referiri la posibilitatea aplicării procedurilor prin licitație restrânsă și simplificată.

2. Referitor la organizarea și desfășurarea procedurii de atribuire a contractului "Campanie de promovare a Programului Operațional Sectorial Mediu, Lot II - Difuzare/Publicare" specificăm următoarele aspecte :

Conform invitației de participare nr.9344/SS/09.04.2009 către S.C. ARS ADVERTISING S.A. rezultă faptul că "în elaborarea ofertei se vor păstra condițiile din contractul inițial" fără să fie precizat criteriul de atribuire .

De asemenea, din invitația de participare și din caietul de sarcini nu rezultă care aspecte ale ofertei (tehnice sau financiare) vor constitui obiectul negocierii.

Tinând cont de faptul că, deși criteriul de atribuire precizat în anunțul de atribuire nr.62269/03.06.2009 este "prețul cel mai scăzut", autoritatea contractanta **nu a negociat** prețul propunerii financiare, întrucât ofertantul a păstrat aceleași prețuri din oferta depusă în vederea atribuirii contractului inițial.

De asemenea, din procesul-verbal de negociere rezultă faptul că ofertantul a acceptat divizarea suplimentară a 12 spoturi TV pe posturi regionale, a 54 de inserții pe anumite posturi de radio și difuzarea suplimentară a 5 anunțuri în publicații certificate BRAT.

Chiar dacă această prevedere a fost acceptată de către ofertant, ea nu se mai regăsește ca prevedere contractuală expresă în contractul suplimentar, ci doar în procesul verbal de negociere finală nr.93583/IB /27.04.2009.

În urma finalizării acestor documente a fost semnat și atribuit un CONTRACT SUPPLEMENTAR nr.2959/28.04.2009, contract nou, încheiat cu încălcarea prevederilor O.U.G. nr.34/2006, art.2, art.20, art.122 lit.b), c), i).—

Luând în considerare aspectele menționate mai sus, în special prevederile O.U.G. nr.34/2006, considerăm faptul că conducătorul autorității contractante și-a îndeplinit în mod defectuos atribuțiile de serviciu, fără responsabilitate în gestionarea banului

public, precum și a fondurilor europene, fapte care pot duce la aplicarea de "corecții financiare" din partea Uniunii Europene.

b. din punct de vedere financiar

Contractul suplimentar de servicii de publicitate media, nr.2959/28.04.2009 are ca obiectiv principal asigurarea prestării serviciilor suplimentare constând în difuzarea tuturor materialelor publicitare realizate în cadrul proiectului. Promovarea Axei Prioritare 3 din POS Mediu - Modernizarea sistemelor de încălzire urbană în localitățile cele mai afectate de poluare.

Valoarea contractului este 1.715.117,74 lei, respectiv 468.611,40 euro, la care se adaugă taxa pe valoarea adăugată în valoare de 325.872,37 lei, reprezentând 89.036,17 Euro, valoarea totală a contractului fiind de 2.040.990 lei, reprezentând 557.647,5 Euro.

Valoarea acestui contract s-a stabilit având la bază **regula de trei simplă**, așa cum reiese din adresa nr.93488/15.04.2009 din partea Ministerului Mediului către Ministerul Finanțelor. Astfel, "la calculul valorii estimate a contractului s-a pornit de la valoarea contractului inițial, aproximativ 3.507.700 lei, pentru o perioadă de difuzare de 4 luni, ținând cont de proporționalitatea în timp de difuzare a fiecărei Axe, estimându-se valoarea contractului suplimentar de 1.750.000 lei, pentru o perioadă de 2 luni de difuzare.

Aceleași sisteme de calcul s-au utilizat și pentru estimarea numărului de difuzări. Astfel, în aceeași adresă se precizează că, "ținând cont de faptul că, în contractul inițial (...) și numărul de difuzări este de 670 pentru toate cele 4 Axe, s-a estimat că (...) pentru Axa Prioritară 3 se așteaptă a fi oferat un minim de 300 de difuzări TV (...)".

Rezultă că nu s-a efectuat nici o fundamentare din partea beneficiarului, nici ca număr de difuzări, nici ca prețuri pentru publicitate media. Metoda de trei simplă nu este prevăzută în legislația în vigoare pentru achiziții, utilizarea acestei metode arată superficialitatea Ministerului Mediului în stabilirea valorii contractului.

Din documentele prezentate Comisiei de anchetă de către Ministerul Mediului, rezultă că nu au avut loc negocieri privind valoarea contractului. Astfel, din invitația de participare nr.933444/09.04.2009 a Ministerului Mediului, transmisă către S.C. ARS

ADVERTISING S.A., se precizează că "în elaborarea ofertei se vor păstra condițiile contractului inițial", adică inclusiv prețurile.

Deși, în contractul nr.2959/28.04.2009 s-au solicitat difuzări pe posturi TV și radio regionale și publicarea în ziare regionale, s-au folosit aceleași prețuri utilizate în contractul inițial pentru difuzări TV și radio pe posturi naționale. Același lucru s-a întâmplat și în cazul prețurilor utilizate pentru publicare în ziare regionale, adică în ofertă s-au utilizat prețurile pentru publicațiile naționale. Se știe că prețurile pentru publicitate din 2008, în comparație cu 2009, au scăzut foarte mult în perioada februarie-martie 2009. Totodată, precizăm că prețurile utilizate de posturile TV, radio și publicațiile de la nivel național sunt mult mai mari decât prețurile practicate de posturile TV și radio de la nivel regional.

Mai mult, Ministerul Mediului a oferit cu 5.000 lei mai mult față de oferta inițială a SC.ARS ADVERTISING S.A., potrivit adresei nr.93508/15.04.2009.

Din toate documentele prezentate Comisiei de ancheta, rezultă că în cazul contractului 2959/28.04.2009, nu s-a efectuat nicio negociere între Ministerul Mediului și S.C. ARS ADVERTISING S.A..

Singura preocupare a Comisiei de negociere privind stabilirea valorii contractului a fost necesitatea încadrării în art.122 lit.i) din O.U.G. nr. 34/2006, care prevede că valoarea contractelor care vor fi atribuite și actelor adiționale care vor fi încheiate pentru lucrări și sau servicii suplimentare ori adiționale nu trebuie să depășească 50% din valoarea contractului inițial.

Reprezentantul SC.ARS ADVERTISING SA, întrebat de Comisia de anchetă despre prețurile utilizate pentru stabilirea valorii contractului a justificat că difuzarea materialelor publicitare s-a realizat prin posturile TV și radio naționale deși în oferta prezentată erau prevăzute posturile TV și radio regionale.

Mai mult decât atât, și pentru difuzarea în publicațiile regionale s-au utilizat aceleași prețuri ca și în cazul publicațiilor naționale.

Comisia de anchetă a solicitat reprezentantului S.C. ARS ADVERTISING S.A., informații despre prețurile utilizate la încheierea contractelor cu firmele de difuzare a materialelor publicitare refuzând să pună la dispoziția Comisiei aceste date.

Nici din datele oferite de Ministerul Mediului nu rezultă modul cum S.C. ARS ADVERTISING S.A. a fundamentat valoarea ofertei, lucru necesar dacă ar fi avut loc negocierea dintre această firmă și Ministerul Mediului.

Stiind că sunt utilizate fonduri europene și sume din bugetul de stat în cazul acestui contract se impunea ca reprezentanții Ministerului Mediului să dovedească buna credință privind utilizarea banilor publici.

Din lipsa de fundamentare a valorii contractului nr.2959/28.04.2009 rezultă că Ministerul Mediului nu poate demonstra încadrarea în prevederile art.122 lit. i) din O.U.G. nr.34/2006. Neîncadrarea în prevederile art.122 lit.i) din O.U.G. nr.34/2006 a fost stabilită și în urma controlului ANRMAP, sancționând contravențional Ministerul Mediului.

ANRMAP susține că Ministerul Mediului avea posibilitatea să organizeze licitație restrânsă încadrându-se în termenele prevăzute în Programul POS.

Din documentele prezentate de Ministerul Mediului, aferente altor contracte de publicitate încheiate, rezultă că acestea au fost atribuite prin licitație sau selecție de ofertă, iar firmele care au câștigat au fost acelea care au oferit valorile cele mai mici.

Observăm că, UCVAP nu se poate pronunța asupra temeiniciei elementelor prezentate de Ministerul Mediului privind nerespectarea art.122 lit.i) din O.U.G. nr.34/2006.

Considerăm că Ministerul Mediului ar fi avut posibilitatea să organizeze licitație restânsă prin procedură simplificată.

Se impune verificarea din partea Curții de Conturi pentru a se constata modul cum au fost utilizate fondurile europene și sumele din bugetul statului. Totodată, se impune verificarea, din partea Gărzii Financiare, a S.C. ARS ADVERTISING S.A. privind modul de derulare a contractelor cu firmele de publicitate pentru constatarea eventualelor pagube produse bugetului și a ilegalităților privind utilizarea fondurilor europene .

Din Nota de constatare încheiată de Garda Financiera la S.C. ARS ADVERTISING S.A. cu privire la derularea contractelor de publicitate media având ca beneficiar Ministerul Mediului rezultă următoarele:

- pentru derularea contractelor nr.3631/28.10.2008 și nr.2959/28.04.2009 S.C. ARS ADVERTISING S.A. a încheiat contract de intermediere cu S.C. BEST

ADVERTISING & CONSULT S.R.L. și nu cu firmele care dețin posturile TV, radio și publicații, determinând creșterea costurilor de difuzare și implicit valoarea celor două contracte încheiate cu Ministerul Mediului;

- diferența de valoare dintre contractul nr.3631/28.10.2008 încheiat între Ministerul Mediului și S.C. ARS ADVERTISING S.A. și contractul încheiat cu S.C. BEST ADVERTISING & CONSULT S.R.L. având ca și client Ministerul Mediului este de **770.890,2** lei (3.507.690,2 lei - 2.736.600,0 lei valori fără TVA), sumă foarte mare pentru intermediere;

- diferența de valoare dintre contractul nr.2959/28.04.2009 încheiat între Ministerul Mediului și S.C. ARS ADVERTISING S.A. și contractul încheiat între SC. BEST ADVERTISING & CONSULT S.R.L. având ca și client Ministerul Mediului este de **377.325,91** lei (1.715.117,74 lei - 1.337.791,83 lei valori fără TVA), sumă foarte mare pentru intermediere.

De exemplu, Ministerul Mediului, prin încheierea contractelor cu S.C. ARS ADVERTISING S.A. a încărcat costurile cu difuzarea materialelor de publicitate cu 22%. Se pune întrebarea cât a reprezentat diferența de valoare dintre contractele încheiate de S.C. BEST ADVERTISING & CONSULT S.R.L. cu firmele care au efectuat difuzarea materialelor de publicitate. La aceasta întrebare poate să răspundă Garda Financiară prin extinderea controlului la S.C. BEST ADVERTISING & CONSULT S.R.L.

Ministerul Mediului în calitate de beneficiar avea obligația, potrivit O.U.G. nr.34/2006 art.188, să solicite informații S.C. ARS ADVERTISING S.A. cu privire la proporția contractelor încheiate de aceasta cu subcontractanții și specializarea acestora.

În Legea Finanțelor Publice nr.500/2002, la art.22 se precizează obligația ordonatorului de credite să asigure buna gestiune financiară privind utilizarea banilor publici și anume eficiența utilizării acestor bani.

Administratorul S.C. BEST ADVERTISING & CONSULT S.R.L. a declarat că a primit comanda de la S.C. ARS ADVERTISING S.A. pentru difuzarea materialelor, având calitatea de intermediar. Totodată, a mai declarat că niciun post de televiziune sau radio nu vinde direct către beneficiar, și că nu a participat la licitație ca să nu concureze S.C. ARS ADVERTISING S.A. (conform stenogramei ședinței din 7 septembrie 2009).

c. din punct de vedere al publicității

În conformitate cu prevederile H.G. nr. 497/2004 privind stabilirea cadrului instituțional pentru coordonarea, implementarea și gestionarea instrumentelor structurale, modificată prin H.G. nr. 1179/2004 și H.G. nr. 128/2006, Ministerul Mediului este desemnat Autoritate de Management pentru Programul Operațional Sectorial de Mediu (POS Mediu).

În contextul aderării României la Uniunea Europeană, POS Mediu, aprobat de Comisia Europeană la data de 11 iulie 2007, reprezintă un document de programare care contribuie la implementarea strategiilor naționale și sectoriale de mediu, în acord cu Planul Național de Dezvoltare 2007-2013 și Cadrul Național Strategic de Referință.

Prin POS Mediu au fost stabilite 6 Axe Prioritare, în conformitate cu Prioritatea 3 - „Protecția și îmbunătățirea calității mediului” din Planul Național de Dezvoltare 2007-2013, respectiv:

- Axa Prioritară 1: extinderea și modernizarea sistemelor de apă și apă uzată;
- Axa Prioritară 2: dezvoltarea sistemelor de management integrat al deșeurilor și reabilitarea sit-urilor istorice contaminate;
- Axa Prioritară 3: reducerea poluării provenite de la sistemele de încălzire urbană în localitățile cele mai afectate;
- Axa Prioritară 4: implementarea sistemelor de management pentru protecția naturii;
- Axa Prioritară 5: implementarea infrastructurii adecvate de prevenirea riscurilor naturale în zonele cele mai expuse la risc;
- Axa Prioritară 6: asistență tehnică, întărirea capacității instituționale și măsuri de informare și de publicitate.

Suma totală alocată în cadrul POS Mediu este de 5,6 miliarde euro, din care 4,5 miliarde reprezintă contribuție europeană.

Atât Regulamentul CE nr. 1083/2006, cât și Regulamentul CE nr. 1828/2006, adoptate la nivel european, impun în sarcina Statelor Membre care beneficiază de fonduri europene obligația asigurării unei promovări corespunzătoare a Programelor Operaționale, în vederea asigurării transparenței acestora și respectiv a unei buni informări a grupurilor țintă vizate de acestea.

În acest sens, în Regulamentul CE nr. 1083/2006 se prevede că:

- „Autoritatea de Management va asigura conformitatea cu cerințele de informare și publicitate prevăzute în art. 69” (art. 60 lit. j);
- Autoritatea de Management va trimite Comisiei pentru prima dată în 2008 și până la 30 iunie, în fiecare an, un raport anual, iar până la 31 martie 2017 un raport final de implementare a programului operațional; rapoartele vor include și o secțiune privind măsurile întreprinse în vederea informării și publicității programului operațional (art. 67 alin.(1) și (2));
- „Autoritatea de Management va furniza informații privind operațiunile și programele cofinanțate. Informațiile se vor adresa cetățenilor UE și beneficiarilor în scopul evidențierii rolului Comunității Europene și asigurării transparenței asistenței financiare din fonduri europene (art. 69 alin.(1))”.

De asemenea, în Regulamentul CE nr. 1828/2006, este stipulat că:

- “În conformitate cu planul de comunicare, Autoritatea de Management se va asigura că programul operațional este diseminat la scară largă, inclusiv detaliile contribuțiilor financiare din partea Fondurilor în cauză, și că respectivul program este disponibil pentru toți cei interesați. În plus, va asigura diseminarea la scară cât mai largă a informațiilor privind oportunitățile de finanțare oferite de asistența asociată din partea Comunității și a Statului membru prin programul operațional,” (art.5 - Măsuri de informare pentru potențialii beneficiari);
- „Autoritatea de Management va asigura implementarea măsurilor de informare și publicitate în conformitate cu planul de comunicare și orientarea lor către o acoperire mass-media cât mai largă, utilizând diferite forme și metode de comunicare la nivelul teritorial adecvat.”

(art.7 - Responsabilitățile autorității de management legate de măsurile de informare și publicitate pentru public).

Autoritatea de Management POS Mediu a elaborat Planul de Comunicare, care a fost aprobat de Comisia Europeană în data de 4 iunie 2008, bugetul alocat acestuia fiind de 30 de milioane de Euro.

Prin Campania de promovare a POS Mediu se urmărește crearea premiselor pentru o absorbție cât mai mare a fondurilor europene disponibile pentru România, anii

2008 și 2009 fiind deosebit de importanți pentru procesul de pregătire a proiectelor, în vederea asigurării accesării rapide a fondurilor europene.

De asemenea, în ceea ce privește publicul larg, Autoritatea de Management are obligația de a asigura vizibilitatea Programului Operațional gestionat, în rândul cetățenilor statului membru, accentul fiind pus pe beneficiile aduse de aderarea României la UE, prin realizarea investițiilor prioritare de mediu în România. O bună cunoaștere și înțelegere a obiectivelor POS Mediu va asigura atât un standard de viață ridicat al populației cât și evitarea plății penalităților aplicate de Comisia Europeană pentru nerealizarea în termen a angajamentelor de mediu asumate de România prin Tratatul de Aderare.

Pe baza Planului de Comunicare, la nivelul Ministerului Mediului, în Programul anual al achizițiilor publice pe anul 2008, respectiv pe anul 2009 au fost incluse, în vederea contractării, acțiunile necesare atingerii obiectivelor propuse prin Planul de Comunicare.

Astfel, în cadrul Programului anual de achiziții a fost inclusă Campania de promovare POS Mediu (Campania), cu rol important în crearea premiselor pentru o mai bună absorbție a fondurilor europene disponibile pentru România, accentul fiind pus pe beneficiile aduse de aderarea României la Uniunea Europeană, inclusiv prin realizarea investițiilor prioritare de mediu.

Obiectivele specifice ale Campaniei, conform Planului de Comunicare, sunt următoarele:

- ✓ creșterea gradului de conștientizare a publicului cu privire la POS Mediu și rezultatele acestuia, inclusiv cu privire la transparența și corectitudinea acordării finanțărilor prin intermediul acestuia, precum și informarea asupra rolului AM POS Mediu;
- ✓ informarea potențialilor beneficiari cu privire la oportunitățile de finanțare prin POS Mediu;
- ✓ informarea potențialilor beneficiari cu privire la regulile care trebuie respectate pentru accesarea de fonduri prin POS Mediu, inclusiv asupra obligațiilor care le revin pentru proiectele finanțate prin acest program;
- ✓ informarea publicului (mai ales la nivel local) cu privire la impactul asistentei acordate prin POS Mediu.

Campania de promovare a POS Mediu a fost concepută de către AM POS Mediu pentru derularea acelorași tipuri de activități pentru toate axele prioritare ale programului, astfel încât această Campanie să aibă un caracter unitar, prin asigurarea unității demersului publicitar la nivelul întregului program operațional, eliminând astfel posibilitatea distorsionării mesajului și identității programului.

De aceea, documentația de atribuire privind derularea Campaniei a avut în vedere următoarele tipuri de activități principale: creația, difuzarea, organizarea de evenimente și cercetarea/evaluarea impactului.

Astfel, în perioada de pregătire a documentației de atribuire a contractului de achiziție publică aferent Campaniei, s-a constatat că numai pentru axele prioritare 1, 2, 4 și 5 au existat elementele definitorii care să permită întocmirea Caietului de sarcini cu toate cerințele și activitățile specifice Campaniei (creația, difuzarea, organizarea de evenimente și cercetarea/evaluarea impactului), în timp ce pentru Axa Prioritară 3 nu se cunoșteau beneficiarii proiectelor care vor fi finanțate prin această axă.

În susținerea acestui fapt, arătăm următoarele :

Dat fiind specificul proiectelor finanțate din POS Mediu pe Axele Prioritare 1, 2, 3 și 5, care sunt proiecte cu o valoare mai mare de 25 milioane de Euro, fiind definite de către Regulamentele Consiliului ca proiecte majore, pregătirea acestora se efectuează în baza unor proiecte contractate de Ministerul Mediului și finanțate din Măsura ISPA, Programul PHARE sau împrumut de la BIRD.

Astfel, pregătirea proiectelor finanțate din Axa Prioritară 3 s-a efectuat prin Proiectul PHARE CES 2006/018-147.04.03/08.03 de asistență tehnică pentru pregătirea portofoliului de proiecte – termoficare.

Prin acest contract s-au identificat autoritățile locale potențiale eligibile pe această axă, s-a făcut selecția și prioritizarea acestora, stabilindu-se astfel proiectele ce vor fi finanțate prin această axă. Contractul a fost încheiat de Oficiul de Plăți și Contractare PHARE din cadrul Ministerului Finanțelor Publice, cu foarte mare întârziere, respectiv în data de 30 noiembrie 2008, ultima zi în care mai puteau fi încheiate contracte finanțate din programul PHARE 2006, deși Direcția Generală pentru Managementul Instrumentelor Structurale a transmis din timp Caietul de Sarcini aferent acestui proiect, respectiv în data de 20.02.2008. Semnarea acestui contract a stat sub semnul incertitudinii, până în ziua semnării, putând exista riscul necontractării

dacă s-ar fi depus contestații, având în vedere faptul că termenul limită de depunere a contestațiilor a fost cu o zi înainte de data semnării contractului.

Conform Graficului de implementare a proiectului, Raportul de selecție a beneficiarilor trebuia predat de Consultant la data de 16.02.2009 și era estimat ca aprobarea acestuia să fie dată în jur de 01.03.2009. Aceste termene nu s-au respectat, întrucât :

- criteriile de selecție și raportul de justificare a acestora au fost aprobate în data de 19.02.2009 ;
- versiunea 1 a Raportului privind identificarea/selectarea și prioritizarea proiectelor a fost predată la data de 25.02.2009;
- ca urmare a modificărilor solicitate de JASPERS (ultimile în data de 31.03.2009), a deciziei din data de 04.03.2009 a Consiliului Local Suceava, de privatizare a sistemului de încălzire urbană și a solicitării Primăriei Arad de luare în considerare a candidaturii municipiului Arad (17.03.2009), Raportul privind identificarea/selectarea și prioritizarea proiectelor a fost modificat, versiunea finală fiind transmisă la data de 31.03.2009.

Pentru identificarea investițiilor în acest domeniu s-au colectat informații de la 22 municipii/orașe care au în proprietate infrastructura aferentă producției, transportului și distribuției energiei termice pentru populație; în urma procesului de selecție și prioritizare au fost selectate proiecte ce vor fi finanțate prin Axa Prioritară 3 pentru municipalitățile Oradea, Râmnicu-Vâlcea/Govora, Reșița, Focșani, Botoșani, Iași, Timișoara și Bacău.

Acest proces s-a finalizat în data de 1 aprilie 2009, prin aprobarea de către Direcția Generală pentru Managementul Instrumentelor Structurale, a Raportului privind identificarea/selectarea și prioritizarea proiectelor.

Așadar, numai după această dată se poate spune că se cunoșteau beneficiarii proiectelor ce vor fi finanțate prin Axa Prioritară 3.

Autoritatea de Management pentru POS Mediu a decis derularea proiectului Campanie de promovare a POS Mediu în două etape distincte.

Prima etapă a constat în întocmirea documentației privind atribuirea proiectului Campanie de promovare POS Mediu prin licitație deschisă, având ca obiectiv general promovarea POS Mediu, iar ca obiective specifice creația pentru Axele Prioritare 1, 2, 4

și 5, crearea unei strategii de brand, identitatea vizuală, difuzare de spoturi radio-TV, panotaj și anunțuri în presa scrisă, organizarea de evenimente și cercetare/monitorizare/evaluare impact Campanie POS, cu termen final luna septembrie 2009 ;

Procedura de atribuire, prin licitație publică a proiectului Campania de promovare POS Mediu s-a derulat astfel :

1. Anunț de participare publicat în SEAP cu nr. 57300/02.07.2009

2. Deschiderea ofertelor în data de 18.08.2008, ora 14.00

3. Perioada de evaluare :

- Lot I „Creație” 18.08.2008 – 23.09.2008
- Lot II „Difuzare” 18.08.2008 – 23.09.2008
- Lot III “Organizare evenimente” 18.08.2008 – 24.09.2008
- Lot IV “Cercetare” 18.08.2009 – 25.09.2008

4. Perioada de soluționare contestații:

- Lot I „Creație” 02.10.2008 (data contestației)– 10.10.2008 (data deciziei CNSC ca urmare a retragerii contestației)
- Lot II „Difuzare” 02.10.2008(data contestației) – 10.10.2008 (data deciziei CNSC ca urmare a retragerii contestației)
- Lot III “Organizare evenimente” 02.10.2008 (data contestației) – 10.10.2008(data deciziei CNSC ca urmare a retragerii contestației)

5. Data semnării contractelor:

- Lot I „Creație” - 28.10.2008
- Lot II „Difuzare” - 28.10.2008
- Lot III “Organizare evenimente”- 28.10.2008
- Lot IV “Cercetare” - 15.10.2008

Activitățile prevăzute în aceste contracte sunt în strânsă interdependență, conform cerințelor din caietul de sarcini.

Cea de a doua etapă a promovării POS Mediu a constat în:

- achiziția publică a activităților privind creația și difuzarea pe Axa Prioritară 3;
- activități de difuzare/recapitulare a întregului Program Operațional, activități a căror desfășurare trebuia finalizată până la sfârșitul lunii iulie 2009, astfel încât până la

sfârșitul lunii septembrie să se poată derula activitățile privind cercetarea/monitorizarea/evaluarea impactului campaniei prevăzute în Lotul IV.

În Programul anual de achiziții pentru anul 2009, întocmit în luna ianuarie 2009, nesemnat de ordonatorul principal de credite din lipsa bugetului, "Creația" Axei Prioritare 3 era prevăzută a se atribui prin cerere de ofertă, iar Campania de promovare – Axa Prioritară 3 și recapitularea Programului, prin licitație deschisă.

Potrivit prevederilor Legii nr. 500/2002 privind finanțele publice, ordonatorii de credite au obligația de a angaja și de a utiliza creditele bugetare numai în limita prevederilor și destinațiilor aprobate prin bugetul instituției respective. În aceste condiții, lipsa bugetului nu a permis demararea de către Ministerul Mediului-Autoritatea de Management pentru POS Mediu a procedurilor privind achizițiile publice aferente anului 2009.

Legea bugetului de stat pe anul 2009 a fost aprobată prin Legea nr. 18/2009 și publicată în Monitorul Oficial nr. 122 din 27 februarie 2009.

Programul anual al achizițiilor pe anul 2009 în baza căruia AM POS Mediu a demarat primele proceduri de achiziții publice aferente anului 2009 a fost aprobat în data de 11.03.2009.

Conform aprobărilor Direcției Generale pentru Managementul Instrumentelor Structurale, lista completă a beneficiarilor ce vor primi finanțare prin Axa Prioritară 3 s-a definitivat în data de 01.04.2009, dată de la care se putea lua în considerare demararea procedurilor privind achiziția publică a creației și difuzării pe Axa Prioritară 3 și recapitularea campaniei pentru întreg Programul Operațional.

Pentru a se încadra în graficul de desfășurare a activităților Campaniei prevăzut în caietul de sarcini, precum și în termenul stabilit prin contractual aferent Lotului IV prevăzut în contractul inițial pentru cercetare/monitorizare/evaluare impact Campania POS Mediu, cu termen final luna septembrie 2009, AM POS Mediu a analizat în detaliu legislația privind achizițiile publice și a considerat că prevederile art 122, lit.i) sunt pe deplin aplicabile situației mai sus-prezentate, întrucât:

Prin această achiziție publică "este necesară achiziționarea unor lucrări sau servicii suplimentare/adicionale, care nu au fost incluse în contractul inițial, dar care datorită unor circumstanțe imprevizibile au devenit necesare pentru îndeplinirea contractului în cauză".

Astfel, activitățile suplimentare față de contractul inițial sunt :

- Difuzarea spoturilor audio și video specifice Axei Prioritare 3;
- Publicarea în presa scrisă a informațiilor privind promovarea Axei Prioritare 3;
- Realizarea panourilor publicitare și afișarea acestora;
- Realizarea unei recapitulări a promovării întregului Program Operațional prin transmiterea la TV și radio și publicarea în presa scrisă a unei serii complete de spoturi și anunțuri pentru toate axele prioritare din Program, în ultimele două săptămâni ale duratei de implementare a contractului suplimentar.

Circumstanțele imprevizibile care au dus la alegerea acestei proceduri prevăzute de O.U.G. nr. 34/2006 sunt, conform Ministerului Mediului:

- contractarea cu întârziere, respectiv 30 noiembrie 2008, a proiectului PHARE CES prin care urmau să se stabilească beneficiarii Axei Prioritare 3;
- bugetul de stat pe anul 2009 nu a fost aprobat decât la finalul lunii februarie 2009;
- rezultatele proiectului PHARE, care stabileau lista proiectelor finanțate prin Axa Prioritară 3 au fost disponibile abia în data de 1 aprilie 2009, față de termenul inițial din februarie 2009; amânarea semnării contractului a condus implicit la amânarea momentului la care rezultatul proiectului a fost disponibil; acest fapt, coroborat cu împrejurarea că dialogul cu autoritățile locale a fost unul extrem de complex, incluzând o amplă corespondență de clarificari, iar unii dintre potențialii beneficiari (spre exemplu Municipiul Suceava) au întârziat să comunice un răspuns cert în privința participării în cadrul programului), a făcut ca finalizarea listei de proiecte finanțate prin Axa Prioritară 3 să aibă loc abia la începutul lunii aprilie 2009, așa cum am aratat anterior. Datorită acestor circumstanțe imprevizibile, cu efect imediat asupra localizării temporale a desfășurării procedurii de atribuire a devenit imposibilă aplicarea unei proceduri de atribuire prin licitație deschisă așa cum era inițial prevăzut .

În situația în care toate elementele definitorii ale Axei Prioritare 3 ar fi fost disponibile conform cu graficul inițial de abordare a campaniei de promovare a POS Mediu, respectiv sfârșitul anului 2008, cel târziu începutul anului 2009, aplicarea unei licitații deschise ar fi fost posibilă, implementările celor două contracte (difuzare faza 1 și difuzare faza 2) fiind echilibrate.

Întârzierea în obținerea datelor și, respectiv lansarea unei licitații deschise după data de 01.04.2009, care ar fi putut fi finalizată cel mai devreme în patru luni, respectiv în luna august, ar fi condus la o fragmentare în transmiterea mesajelor de promovare aferente axelor prioritare POS Mediu, ceea ce ar fi determinat pierderea percepției de ansamblu a publicului asupra Programului, datorată disocierii între spoturile anterioare și spoturile aferente Axei Prioritare 3, putând chiar induce ideea falsă că ar fi vorba de un alt Program. Astfel, nu ar fi fost asigurată continuitatea campaniei cu menținerea caracterului unitar al acesteia, principiul unitarității fiind afectat.

De asemenea, se impunea respectarea cumulativă a următoarelor condiții :

a) Atribuirea să fie făcută contractantului inițial

Prin continuarea campaniei cu același contractor a fost respectat principiul unității campaniei deja derulate, asigurarea aceleiași mix media pentru o optimă vizibilitate a campaniei, dar și continuitatea campaniei demarate, evitând pauzele de difuzare ce ar fi apărut în cazul în care ar fi fost lansată procedură de atribuire prin licitație deschisă și care ar fi condus la diminuarea impactului campaniei de informare și publicitate în rândul publicului țintă.

b) Lucrările sau serviciile suplimentare/adicionale nu pot fi, din punct de vedere tehnic și economic, separate de contractul inițial fără apariția unor inconveniente majore pentru autoritatea contractantă sau, deși separabile de contractul inițial, sunt strict necesare în vederea îndeplinirii acestuia.

Prin acest contract, se continuă, de fapt activitățile din contractul inițial, deci aceste activități sunt inseparabile.

Dacă ele nu s-ar fi contractat ca niște servicii suplimentare, ar fi putut apărea inconveniente majore în promovarea Programului, cum ar fi:

- neatingerea obiectivului general al proiectului constând în promovarea, publicitatea POS Mediu și asigurarea transparenței și vizibilității acestui program;
- suplimentarea fondurilor necesare pentru un nou contract de monitorizare a impactului campaniei de promovare POS, fonduri ce ar fi putut fi asigurate numai de la bugetul de stat, întrucât aceasta cheltuială

suplimentară nu ar fi fost eligibilă pe POS, fondurile fiind deja alocate prin contractul semnat în acest sens, în prima etapă.

Caracterul unitar al campaniei de promovare a POS Mediu este dat de elementele definitorii ale întregului Program.

În vederea înregistrării unui impact semnificativ al unei campanii de promovare, o condiție de bază o reprezintă respectarea principiului unitarității acesteia, informația trebuie să fie clară, concretă, corectă, coerentă, completă, concisă și direcționată pe tot parcursul derulării acesteia.

Promovarea Programului, a axelor prioritare, trebuie să aibă la bază o singură identitate vizuală. Totodată, trebuie asigurat un mesaj comun pentru întreaga campanie de promovare, să se asigure aceeași abordare, cu adresabilitate către același public, să păstreze același mix de canale, respectiv să aibă continuitate, mesajele trebuie să fie transmise concomitent, fără pauze mari, iar tranziția să fie lină, în vederea obținerii unui impact optim asupra gradului de conștientizare a publicului.

Informarea completă și coerentă a publicului țintă este unul dintre principiile de bază ale comunicării. Pentru a asigura respectarea acestuia și realizarea unei comunicări eficiente, precum și o imagine completă asupra tuturor domeniilor care primesc finanțare europeană (conform cerințelor Uniunii Europene, Regulamentul nr.1828/2006), în vederea păstrării caracterului unitar, informarea și publicitatea pentru toate Axele Prioritare POS Mediu, trebuia să se facă dacă nu simultan, atunci cel puțin fără pauze mari, astfel încât tranziția să fie lină. O fragmentare în transmiterea mesajelor de promovare aferente Axelor Prioritare POS Mediu duce la pierderea percepției de ansamblu a publicului asupra Programului, datorată disocierii între spoturile anterioare și spoturile dedicate Axei Prioritare 3, putând chiar induce ideea falsă că ar fi vorba de un alt Program. Astfel, nu ar fi fost asigurată continuitatea campaniei cu menținerea caracterului unitar al acesteia, principiul unitarității fiind afectat.

În plus, Lotul IV (cercetare/evaluare-impact campanie) prevede măsurarea impactului activităților de informare și publicitate pentru întreg POS Mediu, precum și a gradului de cunoaștere al acestuia în întregime sa în rândul publicului, al beneficiarilor.

Numai prin includerea Axei Prioritare 3 în activitățile de comunicare înainte de desfășurarea componentei de cercetare post-campanie duce la obținerea unor rezultate complete cu privire la vizibilitatea POS Mediu și impactul campaniei de promovare.

În cazul în care autoritatea contractantă și-ar fi asumat riscul întârzierii datorate termenelor prevăzute pentru o licitație deschisă, AM ar fi trebuit să identifice fondurile necesare atribuirii unui nou contract de monitorizare a impactului campaniei de promovare POS, la finalul unei informări complete a publicului țintă.

c) Valoarea cumulată a contractelor care vor fi atribuite și a actelor adiționale care vor fi încheiate pentru lucrări și/sau servicii suplimentare ori adiționale nu depășește 50% din valoarea contractului inițial.

Prin încheierea acestui contract suplimentar, valoarea contractului a fost suplimentată cu aprox.45% din valoarea inițială, deci a fost respectată și această prevedere.

Prin încheierea unui contract de servicii suplimentare, în loc de act adițional la contractul inițial, autoritatea contractantă considera ca a respectat nu numai unul dintre principiile de bază ale achizițiilor publice, transparența, ci în plus, a urmărit întocmai respectarea prevederilor legislației în vigoare prin înștiințarea UCVAP asupra acestei proceduri, ținând cont de opinia și recomandările acestui organism înființat pentru controlul ex-ante al achizițiilor publice, inclusiv, publicarea anunțului de atribuire în SEAP.

Prin semnarea contractului cu același operator s-a asigurat nu doar reducerea duratei procedurii pentru achiziția publică, ci și menținerea acelorași prețuri unitare în lei la cursul din etapa inițială, fapt ce a condus la beneficii majore pentru autoritatea contractantă în sensul utilizării eficiente a fondurilor.

Cursul de referință leu/euro în noul contract este de 3,66 față de 4,2 la data atribuirii. Păstrarea prețurilor unitare în lei a fost o condiție impusă prin documentația de atribuire aferentă procedurii de negociere desfășurată, deși, conform legislației în vigoare, operatorul economic nu este obligat în acest sens. Totodată, operatorul s-a angajat să asigure un mix media optim, care s-a dorit a fi păstrat în continuare, pentru a nu distorsiona caracterul unitar al Campaniei.

În prețul contractului au fost oferite bonusuri:

- 12 difuzări TV în plus față de cele 326 ofertate, pentru stațiile locale ale stațiilor Realitatea TV, Pro TV și Antena 1 Iași și Timișoara;
- 54 de difuzări pentru stațiile locale din Iași, Bacău, Botoșani, Timișoara, Oradea, Vâlcea, Reșița și Focșani ale următoarelor posturi de radio: Kiss FM, Radio 21, PRO TV
- 1 panou suplimentar (componenta outdoor)
- Decorarea gratuită a suporturilor pentru panouri.
- AC nu va suporta costurile pentru montare-demontare și întreținerea panourilor.
- 5 anunțuri suplimentare care să fie publicate în ziarele: Monitorul de Vrancea, Ziarul de Bacău, Crișana, Curierul de Râmnic și Jurnalul de Caraș, din localitățile aferente locațiilor CET-urilor care vor fi reabilitate/modernizate prin proiectele finanțate din POS Mediu.

Referitor la contractul de creație a spoturilor aferent promovării Axei Prioritare 3, din audierile și materialele prezentate Comisiei s-au desprins următoarele:

La momentul elaborării Planului de achiziții pentru anul 2009, Autoritatea Contractantă a realizat estimarea valorii pe baza unor repere generale, respectiv informațiile obținute din cercetările de piață pentru acest tip de servicii, durata previzionată a proiectului, costuri legate de îndeplinirea contractului, posibilitatea apariției unor costuri ocazionale, fără a avea detaliile caietului de sarcini, care să conducă la o încadrare precisă din punct de vedere valoric a acestui contract.

Ulterior, Autoritatea Contractantă a avut obligația potrivit legii de a elabora caietul de sarcini, astfel încât, la momentul inițierii procedurii, să fie determinată valoarea contractului, potrivit art. 26 din O.U.G. nr. 34/2006. *„Valoarea estimată a contractului de achiziție publică trebuie să fie determinată înainte de inițierea procedurii de atribuire a contractului respectiv. Această valoare trebuie să fie valabilă la momentul transmiterii spre publicare a anunțului de participare sau, în cazul în care procedura de atribuire nu presupune publicarea unui astfel de anunț, la momentul transmiterii invitației de participare”.*

Această determinare a constatat în ajustarea valorii inițial estimate. Fundamentarea acestei decizii este justificată de faptul că toate conceptele create în cadrul contractului finalizat “Campanie de promovare a POS Mediu – Lot I Creație”, au

fost puse la dispoziția operatorilor economici, iar activitatea principală a prezentului contract s-a limitat doar la adaptarea conceptului existent la specificul Axei Prioritare 3 din POS Mediu. Astfel, au fost puse la dispoziție conceptul creativ al campaniei și identitatea vizuală a Programului, story-board-urile aferente reclamelor anterioare, textul spotului radio, formatul machetelor de presă și al panourilor, fondul sonor utilizat, numele actorilor implicați în realizarea materialelor promoționale pentru Axele Prioritare 1, 2, 4 și 5, ceea ce a condus în mod automat la ajustarea valorii estimate inițial și la păstrarea caracterului unitar.

În ceea ce privește activitatea Unității de Coordonare și Verificare a Achizițiilor Publice din cadrul Ministerului Finanțelor s-au reținut următoarele :

Pornind de la atribuțiile principale ale UCVAP, și anume:

- urmărește și verifică respectarea legislației în domeniu ;
- analizează documentația întocmită de autoritate ;
- participă la ședința de deschidere și la ședințele de evaluare prin urmărirea modului de lucru al comisiei, fără ca observatorii să fie membri în comisiei ;
- întocmește note intermediare ori de câte ori se constată neconformități ;
- elaborează avizele consultative care sunt rezumat al notelor și urmărește semnarea contractului, respectiv dacă s-a semnat cu ofertantul declarat câștigător și la valoarea pe care acesta a oferat-o.

În procedura de verificare, observatorii răspund de constatările înscrise în notele intermediare și în raportul de activitate, iar autoritatea contractantă are responsabilitatea deciziilor adoptate pe parcursul procesului de atribuire.

Conform art.20 alin.(2) din O.U.G. nr.34/2006, autoritatea contractantă are dreptul de a aplica procedurile de la articolul 18, dar numai în circumstanțele legale prevăzute de lege, respectiv la art.122 litera i).

Observatorii UCVAP au participat la această procedură de achiziție derulată de Ministerul Mediului și au întocmit raportul de activitate care se încheie după oricare procedură, indiferent dacă se încheie printr-un contract de achiziție publică sau prin anularea procedurii.

Directorul general a subliniat faptul că au fost îndeplinite regulile de inițiere ale procedurii, conform art. 6 din H.G. nr. 925/2006, după cum urmează:

- includerea procedurii în Programul anual de achiziții – poziția 8.1,

- identificarea fondurilor disponibile în Bugetul de venituri și cheltuieli al instituției – titlul 56.20 – Asistență tehnică în cadrul programelor operaționale, în bugetul inițial, precum și în bugetul rectificat conform O.U.G. nr. 34/2009.

- autoritatea contractantă a întocmit documentația de atribuire și declarația de conformitate conform Ordinului nr. 2181/2007 al ministrului finanțelor publice prin care își asumă legalitatea inițierii procedurii;

- regulile de publicitate s-au respectat prin:

- transmiterea invitației de participare către operator în data de 9.04.2009 ;
- înștiințarea UCVAP în data de 9.04.2009, obligație stabilită de prevederile art. 5 din O.U.G. nr. 30/2006 ;
- stabilirea datei de depunere a ofertelor și începerea negocierilor 15.04.2009 .

- autoritatea contractantă a întocmit nota justificativă pentru selectarea procedurii de negociere fără publicare a unui anunț, în urma analizei acesteia, observatorul solicitând clarificări suplimentare pentru care autoritatea contractantă a transmis răspunsurile aferente, iar observatorul le-a considerat satisfăcătoare pentru justificarea procedurii de negociere, apreciind:

- circumstanțele de încadrare a procedurii de negociere prevăzute la articolul 122 litera i) din O.U.G. nr.34/2006 sunt îndeplinite, respectiv atribuirea se face contractorului inițial ;
- serviciile noi nu pot fi separate de contractul inițial, iar valoarea noilor servicii nu depășește 50% din valoarea contractului inițial.

- observatorul desemnat a mai solicitat prin adresa nr.1416 din 13.04.09 detalierea notei justificative privind alegerea procedurii și respectiv detalierea notei justificative privind valoarea estimată, și autoritatea contractantă a răspuns în termenul de trei zile, cu adresa nr.93488/SS din 15.04.2009.

Conform raportului de activitate întocmit de observator aceste condiții au fost îndeplinite.

Comisia de negociere a fost numită conform O.U.G. nr.34/2006 și a fost aprobată de către ordonatorul principal de credite.

S-au derulat două ședințe de negociere, respectiv în data de 15.04.2009, ale cărei concluzii au fost consemnate în procesul-verbal de negociere nr.93525 din

27.04.2009, prin care s-au solicitat mărirea cantităților inițiale, iar în 27.04.2009 altă ședință de negociere, ale cărei concluzii au fost consemnate în procesul-verbal de negociere nr.93583 din 27.04.2009.

S-a întocmit și aprobat raportul procedurii 93.584 din 27.04.2009, semnat și aprobat de către toate persoanele responsabile.

Contractul a fost semnat cu ofertantul câștigător, respectiv ARS Advertising SA, pentru valoarea de 1.715.117 lei, la care se adaugă TVA, sumă egală cu valoarea ofertată inițial, dar pentru cantități majorate, respectiv încă 12 spoturi TV, 54 de inserții radio și 5 anunțuri media, conform raportului procedurii.

Observatorul desemnat a constatat acuratețea documentelor supuse verificării, toate notele justificative, documentația, procesul verbal de deschidere, procesele-verbale de negociere și raportul procedurii fiind semnate de reprezentanții legali ai autorității contractante.

Nu s-au emis note intermediare, deci nici aviz consultativ, observatorul neconstatând neconformități la această procedură.

Având în vedere că pe parcursul desfășurării lucrărilor comisiei de anchetă au apărut elemente noi care au necesitat clarificări din partea instituțiilor competente, respectiv Garda Financiară, Consiliul Concurenței, Autoritatea de Audit de pe lângă Curtea de Conturi a României, în ședința din data de 11 august 2009, Comisia a solicitat informațiile necesare pentru definitivarea raportului.

Tinând cont că termenul de depunere al raportului Comisiei parlamentare de anchetă era stabilit pentru 14 august 2009 și că la acea dată instituțiile mai sus menționate aveau în derulare activități de control referitoare la contractele ce fac obiectul anchetei parlamentare, s-a solicitat Biroului Permanent al Camerei Deputaților amânarea termenului de depunere a raportului, cu 35 de zile, respectiv până la data de 18 septembrie 2009.

Ca urmare a demersurilor întreprinse de Comisia parlamentară de anchetă la instituțiile mai sus menționate, au fost formulate următoarele răspunsuri:

1. Garda Financiară a informat Comisia prin adresa nr.604626 din data de 15.09.2009, ca urmare a adresei nr.46/3/52 din 11 august 2009, referitor la controlul efectuat la S.C. BEST ADVERTISING & CONSULT S.R.L., că Direcția Națională Anticorupție a comunicat, prin adresa nr.604551 din data de 28.08.2009, că în cauză se efectuează acte premergătoare începerii urmăririi penale și a solicitat ca documentele rezultate în urma verificărilor efectuate în legătură cu derularea contractului încheiat de Ministerul Mediului cu S.C. ARS ADVERTISING S.A. să nu fie puse la dispoziția altor organisme și instituții ale statului.

2. Autoritatea de Audit de pe lângă Curtea de Conturi a informat, prin adresa nr.40917/AP din data de 14.09.2009, că în cadrul controlului efectuat în perioada 25.02.2009 – 30.06.2009 la Ministerul Mediului, în eșantionul selectat nu a fost cuprins contractul de achiziție publică nr.2959/28.04.2009 "Campania de promovare a POS Mediu, Lot II – Difuzare/Publicare" și ca urmare raportul în cauză nu conține elemente care să clarifice modul de atribuire a acestui contract, urmând ca verificările să fie finalizate în jurul datei de 24.09.2009.

3. Consiliul Concurenței a informat Comisia parlamentară de anchetă, prin adresa nr.872 din 11.09.2009, ca urmare a discuțiilor purtate în ședința din 7 septembrie 2009, că a primit un set de documente de la ANRMAP în data de 10.09.2009, urmând a se pronunța în legătură cu posibila încălcare a art.5 lit.f) din Legea Concurenței nr.21/1996, republicată, și în acest sens va urma procedura specifică stabilită de legislația în domeniul concurenței.

VII. Propuneri ale Comisiei parlamentare de anchetă

În urma audierilor, verificarea documentelor puse la dispoziție, a rapoartelor prezentate de organele abilitate ale statului, precum și a rapoartele elaborate de raportorii desemnați, Comisia parlamentară de anchetă **cere** instituțiilor abilitate ale statului, respectiv:

- Curtea de Conturi
- Autoritatea de Audit de pe lângă Curtea de Conturi

- Ministerul Finanțelor Publice
- Autoritatea Națională pentru Reglementarea și Monitorizarea Achizițiilor Publice
- Consiliul Concurenței
- Garda Financiară
- Oficiul Național de Prevenire și Combatere a Spălării Banilor

să întreprindă acțiuni de verificare și control care să **lămurească următoarele aspecte:**

1. Legalitatea atribuirii contractului „Campanie de promovare a Programului Operațional Sectorial de Mediu, Lot II – Difuzare/Publicare”, prin prisma asigurării climatului concurențial și al transparenței privind achizițiile publice.

2. Eficiența cheltuirii banilor publici și legalitatea angajării și efectuării plăților aferente.

3. Dacă a existat o înțelegere de tip monopolist pe piața de publicitate media între societățile comerciale ARS ADVERTISING S.A. și BEST ADVERTISING & CONSULT S.R.L., care să contravină prevederilor Legii concurenței nr.21/1996, republicată.

4. Legalitatea relației comerciale între S.C. ARS ADVERTISING S.A. și S.C. BEST ADVERTISING & CONSULT S.R.L. în vederea executării prevederilor contractelor nr.3631/28.10.2008 și nr.2959/28.04.2009 cu beneficiarul Ministerul Mediului (dacă au existat subcontractanți și legalitatea subcontractării serviciilor).

5. Eficiența Campaniei de promovare a Programului Operațional Sectorial de Mediu, Lot II – Difuzare/Publicare.

Comisia parlamentară de anchetă a constatat suprapuneri ale atribuțiilor autorităților publice în ceea ce privește domeniul verificării achizițiilor publice, drept pentru care recomandă Camerei Deputaților constituirea unui grup de lucru care să

analizeze și să modifice legislația în vigoare referitoare la delimitarea competențelor acestora.

- | | | |
|-------------------|-------------------------------|------------|
| 1. Președinte | Dușa Mircea | PSD+PC |
| 2. Vicepreședinți | Barbu Sulfina | PD-L |
| 3. | Tușa Adriana Diana | PNL |
| 4. Secretari | Korodi Attila | UDMR |
| 5. Membri | Avram Marian | PD-L |
| 6. | Călian Petru | PD-L |
| 7. | Călin Ion | PSD+PC |
| 8. | Dumitrică George Ionuț | PNL |
| 9. | Grosaru Mircea | Minoritati |
| 10. | Ialomițianu Gheorghe | PD-L |
| 11. | Iorguș Zanfir | PD-L |
| 12. | Munteanu Ioan | PSD+PC |
| 13. | Pieptea Cornel | PNL |
| 14. | Rățoi Neculai | PSD+PC |
| 15. | Țilvăr Angel | PSD+PC |

Anexele nr.1 – 19 fac parte integrantă din prezentul Raport.