

## Česko – Reklamní a marketingové služby – Nákup mediálního prostoru - OOH

OJ S 202/2024 16/10/2024

Oznámení o výsledku zadávacího nebo koncesního řízení – standardní režim

Služby

## 1. Kupující

## 1.1. Kupující

Oficiální název: VŠEOBECNÁ ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA ČESKÉ REPUBLIKY

E-mail: [ivana.uhrova@vzp.cz](mailto:ivana.uhrova@vzp.cz)

Právní forma kupujícího: Veřejnoprávní subjekt ovládaný ústředním orgánem státní správy

Činnost veřejného zadavatele: Zdravotnictví

## 2. Řízení

## 2.1. Řízení

Název: Nákup mediálního prostoru - OOH

Popis: Předmětem plnění veřejné zakázky je nákup mediálního prostoru v nosičích reklamy – OOH, v jehož rámci budou zadavateli rovněž poskytovány marketingové služby týkající se plánování mediálních reklamních kampaní, nákupu mediálního reklamního prostoru, monitoringu mediálních aktivit konkurence, tj. služeb nezbytných pro realizaci marketingových kampaní v souladu s konkrétními požadavky zadavatele. Mediální prostor OOH je forma reklamy, která působí mimo domov cílové skupiny a zahrnuje outdoorovou reklamu (venkovní - billboardy, bigboardy, velkoplošné digitální zobrazovače, CLV v ulicích) a indoorovou reklamu (vnitřní - CLV ve vestibulech nádraží a metra).

Identifikátor řízení: 6a92f548-80f0-495c-8a15-2ec481ef4119

Předchozí oznámení: 555475-2023

Interní identifikátor: 2300499

Typ řízení: Otevřené

## 2.1.1. Účel

Charakter smlouvy: Služby

Hlavní klasifikace (cpv): 79340000 Reklamní a marketingové služby

Další klasifikace (cpv): 79341000 Reklamní služby, 79341100 Reklamní poradenství, 79342000 Marketingové služby

## 2.1.2. Místo plnění

Země: Česko

Kdekoli v dané zemi

## 2.1.3. Hodnota

Odhadovaná hodnota bez DPH: 20 000 000,00 CZK

## 2.1.4. Obecné informace

Právní základ:

Směrnice 2014/24/EU

32014L0024 - Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2014/24/EU ze dne 26. února 2014 o zadávání veřejných zakázek a o zrušení směrnice 2004/18/ES

134/2016 Sb. - Zákon o zadávání veřejných zakázek

### 5.1. Část: LOT-0001

Název: Nákup mediálního prostoru - OOH

Popis: Předmětem plnění veřejné zakázky je nákup mediálního prostoru v nosičích reklamy – OOH, v jehož rámci budou zadavateli rovněž poskytovány marketingové služby týkající se plánování mediálních reklamních kampaní, nákupu mediálního reklamního prostoru, monitoringu mediálních aktivit konkurence, tj. služeb nezbytných pro realizaci marketingových kampaní v souladu s konkrétními požadavky zadavatele. Mediální prostor OOH je forma reklamy, která působí mimo domov cílové skupiny a zahrnuje outdoorovou reklamu (venkovní - billboardy, bigboardy, velkoplošné digitální zobrazovače, CLV v ulicích) a indoorovou reklamu (vnitřní - CLV ve vestibulech nádraží a metra).

Interní identifikátor: 2300499

#### 5.1.1. Účel

Charakter smlouvy: Služby

Hlavní klasifikace (cpv): 79340000 Reklamní a marketingové služby

Další klasifikace (cpv): 79341000 Reklamní služby, 79342000 Marketingové služby, 79341100 Reklamní poradenství

#### 5.1.2. Místo plnění

Země: Česko

Kdekoli v dané zemi

#### 5.1.3. Odhadovaná doba trvání

Datum zahájení: 05/04/2024

Datum konce trvání: 05/04/2026

#### 5.1.5. Hodnota

Odhadovaná hodnota bez DPH: 20 000 000,00 CZK

Maximální hodnota rámcové dohody: 20 000 000,00 CZK

#### 5.1.6. Obecné informace

Projekt veřejných zakázek, který není financován z prostředků EU

Na zakázku se vztahuje Dohoda o vládních zakázkách: ano

Další informace: Čerpání plnění na základě smlouvy: 3.Q 2024: 2414080,- Kč bez DPH.

#### 5.1.7. Strategické zadávání zakázek

Cíl strategického zadávání zakázek: Plnění sociálních cílů

Popis: Zadavatel v rámci podpory malých a středních podniků zavádí DNS pro zařazení dalších účastníků do veřejné zakázky. Zadavatel v rámci podpory malých a středních podniků poskytuje v zadávací dokumentaci dodavatelům přehledné vzory požadovaných dokumentů, aby co nejvíce snížil administrativní zátěž dodavatelů při tvorbě nabídky. Zadavatel připouští zajišťovat plnění veřejné zakázky i prostřednictvím poddodavatele(ů).

Prosazovaný sociální cíl: Přístupnost pro všechny

#### 5.1.10. Kritéria pro zadání

Kritérium:

Typ: Cena

Jméno/název: Celková cena v Kč bez DPH

Popis: V rámci tohoto kritéria hodnocení bude hodnocena celková nabídková cena zpracovaná dle čl. 10 zadávací dokumentace, v členění dle tabulky uvedené v Příloze č. 1 zadávací dokumentace – Tabulka pro účely hodnocení – Nákup mediálního prostoru - OOH. Jako nejvýhodnější bude v tomto kritériu hodnocení hodnocena nabídka účastníka s nejnižší celkovou nabídkovou cenou v Kč bez DPH (buňka „F20“ Přílohy č. 3); tento účastník získá za toto kritérium hodnocení 60 bodů. Nabídky dalších účastníků (s celkovou nabídkovou cenou vyšší) budou hodnoceny dle níže uvedeného vzorce: Kritérium hodnocení A =  $100 \times (\text{Hodnota nejnižší nabídkové ceny}) / (\text{Posuzovaná nabídková cena}) \times 0,6$  (váha kritéria A)  
Váha (procenta, přesně): 60

Kritérium:

Typ: Kvalita

Jméno/název: Závazný způsob vyhodnocení zásahu

Popis: Za tímto účelem musí každá hodnocená nabídka povinně obsahovat Závazný způsob vyhodnocení zásahu (kritérium B) obsahující průkaznost způsobu validace dat (subkritérium a), robustnost vzorku konzumentů reklamy (subkritérium b), evaluační mechanismus pro výpočet frekvence provozu (subkritérium c), kvalitu umístění (subkritérium d) a aktuálnost dat (subkritérium e). Závazný způsob vyhodnocení zásahu pro plnění, které je předmětem veřejné zakázky, uvede účastník (podrobněji viz níže). Tento Závazný způsob vyhodnocení zásahu bude přílohou Rámcové dohody jako její příloha č. 3 a musí být v souladu s HDZD a v souladu s Přílohou č. 11 HDZD – Komunikační strategie VZP. Závazný způsob vyhodnocení zásahu bude povinnou součástí nabídky. Zadavatel bude v případě pochybností oprávněn vyžádat si potvrzení údajů uvedených účastníkem v nabídce u účastníkem uvedeného zdroje a přihlédnout k poskytnutým údajům v rámci hodnocení. Nejlépe bude hodnocena nabídka toho účastníka zadávacího řízení, jehož Závazný způsob vyhodnocení zásahu nejlepším způsobem naplní následující zadavatelem požadované atributy s příslušnou vahou těchto subkritérií: Exaktnost a průkaznost způsobu validace. Účastník předloží a popíše metodu, způsob a parametry měření. Jedná se o stanovení základních mediálních ukazatelů, kterými jsou Reach, Frekvence a Imprese. Jejich prostřednictvím budou data prezentována. Zadavatel upozorňuje, že v případě, že v nabídce účastníka nebudou výše uvedené základní mediální ukazatele uvedeny, nebude zadavatel toto subkritérium (tj. subkritérium B odst. a)) hodnotit nulovým počtem bodů, ale zadavatel to bude v souladu se ZZVZ považovat za nesplnění podmínek účasti, což bude důvodem pro vyloučení účastníka ze zadávacího řízení. Další mediální ukazatele (např. GRP, TRP, CPT apod.) jsou považovány za přínos. Klíčová je rovněž míra detailu, z níž bude možné identifikovat základní míru stratifikace konzumentů zásahu (sociální, ekonomické, věkové, genderové, lokální, zájmové rozvrstvení). Hlubší rozvrstvení v rámci uvedených kategorií (např. větší množství věkových kohort, větší množství zájmových, ekonomických a lokálních skupin) bude považováno za přínos. Nejlépe budou hodnoceny nabídky s prokazatelným způsobem validace dat o dosaženém zásahu, nejvyšším počtem základních mediálních ukazatelů a nejvyšší mírou základní stratifikace konzumentů zásahu. Zadavatel v hodnocení rovněž zohlední k dalším mediálním ukazatelům nabízeným dodavatelem a hlubšímu rozvrstvení základních stratifikačních kategorií. – váha subkritéria 8 %  
Robustnost vzorku konzumentů. Účastník předloží objemový vzorek konzumentů pro typické období kampaně v trvání 28 dnů, jejichž prostřednictvím bude ověřovat reklamní zásah. Nejlépe budou hodnoceny nabídky s prokazatelně nejrobustnějším validovaným vzorkem konzumentů reklamy. – váha subkritéria 5 %  
Evaluační mechanismus pro výpočet frekvence provozu. Účastník předloží seznam a analýzu zdrojů, z nichž čerpá data o frekvenci provozu. Součástí bude rovněž doklad o ověřitelnosti dat u jejich zdroje. Nejlépe budou hodnoceny nabídky s nejvěrohodnějším evaluačním potenciálem, tj. s ověřitelným a věrohodným zdrojem

dat.- váha subkritéria 3 % Kvalita umístění. Účastník ve své nabídce předloží umístění OOH v místech s nejvyšším zachyceným pohybem vzorku konzumentů a ověřitelným způsobem své údaje doloží. Za ověřitelný způsob budou považována data s uvedením konkrétních zdrojů. Nejlépe budou hodnoceny nabídky s umístěním v místech nejvyššího prokazatelného pohybu konzumentů reklamního sdělení.- váha subkritéria 6 % Aktuálnost dat. Účastník v nabídce uvede, v jakém časovém horizontu je schopen ověřovat a dokládat poskytovaná data. Nejlépe budou hodnoceny nabídky s nejaktuálnějším možným výstupem v měsících a tím nejrychlejší zpětnou vazbou pro zadavatele. – váha subkritéria 8 % Pro hodnocení subkritérií, která nelze vyjádřit číselně, tj. subkritéria hodnocení B odst. a), c) a d), jež hodnotí kvalitu účastníkem nabízeného řešení, bude použita bodovací stupnice v rozsahu 4 – 0. Každé jednotlivé nabídce bude přidělena bodová hodnota, která odráží úspěšnost nabídky v rámci přísl. kritéria. Odborní členové komise budou přidělovat body v rámci dílčího hodnotícího kritéria B jako kolektivní orgán, nikoli každý člen komise zvlášť, přičemž odůvodnění přidělení jednotlivých bodů bude uvedeno v písemné zprávě o hodnocení nabídek. Odborná část komise sestaví pořadí nabídek v každém subkritériu hodnocení B odst. a), c) a d) od nejvhodnější k nejméně vhodné přiřadí nejvhodnější nabídce 4 body. Každé následující nabídce v pořadí přiřadí odborná část komise takové bodové ohodnocení, které vyjadřuje míru splnění subkritéria hodnocení B odst. a), c) a d) ve vztahu k nejvhodnější nabídce. Při posouzení míry naplnění (splnění) kvality nabízeného řešení (plnění), odborná část komise přiřadí jednotlivým nabídkám v každém subkritériu hodnocení B odst. a), c) a d) příslušný počet bodů, který bude odrážet splnění zadání požadavku zadavatele. Komise nebude udělovat půlbody, nebo jiné nižší hodnoty bodů.

Váha (procenta, přesně): 30

Kritérium:

Typ: Kvalita

Jméno/název: Lokality s průkazným uvedením frekvence zásahu za měsíc

Popis: V rámci tohoto kritéria hodnocení bude odborná část komise hodnotit kvalitu konkrétního návrhu lokalit s průkazným uvedením frekvence zásahu. Za tímto účelem musí každá hodnocená nabídka povinně obsahovat „Seznam lokalit s průkazným uvedením frekvence zásahu“ obsahující konkrétní uvedení lokalit pro umístění 80 bigboardů (outdoor), 500 billboardů (outdoor), 200 CLV (outdoor), 50 CLV (indoor) a 20 velkoplošných digitálních zobrazovačů (outdoor) s uvedením průkazné frekvence zásahů pro každé jednotlivé umístění. Tento „Seznam“ musí být v souladu s požadavky čl. 5 HDZD a zároveň v souladu s požadavky na Způsob vyhodnocení zásahu a v souladu s Přílohou č. 11 HDZD – Komunikační strategie VZP ČR. „Seznam“ bude povinnou součástí nabídky. Zadavatel upozorňuje, že v případě, že v nabídce účastníka nebude výše uvedený „Seznam“ předložen nebude zadavatel toto kritérium hodnotit nulovým počtem bodů, ale zadavatel to bude v souladu se ZZVZ považovat za nesplnění podmínek účasti, což bude důvodem pro vyloučení účastníka ze zadávacího řízení. Nejlépe bude hodnocena nabídka toho účastníka zadávacího řízení, jehož návrh bude obsahovat nejvyšší průměrný počet průkazných zásahů na jedno místo za jeden měsíc. Odborná část komise vydělí deklarovaný počet zásahů počtem požadovaných lokalit. Získaná číselná hodnota bude zaokrouhlena na dvě desetinná místa. Po provedeném zaokrouhlení získá nabídka, které byl v rámci kritéria hodnocení C přiřazen největší počet bodů, jako nejvhodnější nabídka 100 (sto) bodů. Takto přidělené body v rámci kritérií hodnocení C budou následně vynásobeny příslušnou vahou daného kritéria hodnocení. Další nabídky získají bodovou hodnotu, která bude vypočtena jako násobek 100, poměru bodů, které získala hodnocená nabídka k bodům, které získala nabídka nejvhodnější (zaokrouhleno na dvě desetinná místa) a vynásobením příslušné váhy daného kritéria hodnocení (viz níže uvedené

vzorce). Přiřazené body při hodnocení nabídek účastníků budou následně přepočteny dle váhy kritéria podle níže uvedeného vzorce: Kritérium hodnocení C =  $100 \times (\text{Hodnota posuzované nabídky}) / (\text{Hodnota nejvhodnější nabídky}) \times 0,10$  (váha kritéria C)

Váha (procenta, přesně): 10

Popis metody, která se použije v případě, že vážení nelze vyjádřit pomocí kritérií: Subkritérium hodnocení B odst.a) =  $100 \times (\text{Hodnota posuzované nabídky}) / (\text{Hodnota nejvhodnější nabídky}) \times 0,08$  (váha kritéria B) Subkritérium hodnocení B odst.c) =  $100 \times (\text{Hodnota posuzované nabídky}) / (\text{Hodnota nejvhodnější nabídky}) \times 0,03$  (váha kritéria B) Subkritérium hodnocení B odst.d) =  $100 \times (\text{Hodnota posuzované nabídky}) / (\text{Hodnota nejvhodnější nabídky}) \times 0,06$  (váha kritéria B) Subkritérium hodnocení B odst.b) =  $100 \times (\text{Posuzovaný vzorek konzumentů}) / (\text{Nejvyšší vzorek konzumentů}) \times 0,05$  (váha kritéria B) Subkritérium hodnocení B odst.e) =  $100 \times (\text{Hodnota nejnižšího počtu měsíců}) / (\text{Posuzovaný počet měsíců}) \times 0,08$  (váha kritéria B) Kritérium hodnocení B =  $100 \times (\text{Hodnota posuzované nabídky}) / (\text{Hodnota nejvhodnější nabídky}) \times 0,30$  (váha kritéria B)

#### 5.1.12. Podmínky zadávání zakázek

Informace o lhůtách pro přezkum: Podmínkou pro podání návrhu k ÚOHS je podání námitek k Zadavateli, které je nutné doručit do 15 dnů ode dne, kdy se stěžovatel dozvěděl o domnělém porušení zákona Zadavatelem, nejpozději však do uzavření smlouvy nebo do chvíle, kdy se soutěž o návrh považuje po výběru návrhu za ukončenou. Námitky proti úkonům oznamovaným v dokumentech, které je Zadavatel povinen podle zákona uveřejnit či odeslat stěžovateli, musí být doručeny Zadavateli do 15 dnů od jejich uveřejnění či doručení stěžovateli. Pokud je v zadávacím řízení stanovena lhůta pro podání žádostí o účast, musí být námitky proti podmínkám vztahujícím se ke kvalifikaci dodavatele doručeny Zadavateli nejpozději do skončení této lhůty. Pokud je v zadávacím řízení stanovena lhůta pro podání nabídek, musí být námitky proti zadávacím podmínkám doručeny Zadavateli nejpozději do skončení této lhůty. Námitky proti obsahu výzvy k podání nabídek v dynamickém nákupním systému nebo při zadávání veřejné zakázky na základě rámcové dohody musí být zadavateli doručeny nejpozději do konce lhůty pro podání nabídek. V soutěži o návrh musí být námitky proti soutěžním podmínkám doručeny nejpozději do konce lhůty pro podání návrhů. Zadavatel může v zadávací dokumentaci nebo soutěžních podmínkách stanovit, že námitky podle § 242 odst. 3 nebo 4 zákona lze podat nejpozději 72 hodin před skončením lhůt podle § 242 odst. 3 nebo 4 zákona. Námitky proti dobrovolnému oznámení o záměru uzavřít smlouvu podle § 212 odst. 2 zákona musí být doručeny Zadavateli do 30 dnů od uveřejnění tohoto oznámení. Zadavatel je povinen námitky vyřídit do 15 dnů. Návrh je nutné doručit ÚOHS i Zadavateli do 10 dnů ode dne, v němž stěžovatel obdržel rozhodnutí, kterým Zadavatel námitky odmítnul nebo do 25 dnů od odeslání námitek, pokud Zadavatel o námitkách nerozhodl. Po uzavření smlouvy na veřejnou zakázku či rámcové dohody lze podat pouze návrh na uložení zákazu plnění smlouvy, a to i bez předchozího podání námitek. Návrh na uložení zákazu plnění smlouvy doručí navrhovatel ÚOHS a ve stejnopisu Zadavateli do 30 dnů ode dne, kdy Zadavatel uveřejnil oznámení o uzavření smlouvy způsobem podle § 212 odst. 2 zákona s uvedením důvodu pro zadání veřejné zakázky bez uveřejnění oznámení o zahájení zadávacího řízení, předběžného oznámení nebo výzvy k podání nabídek ve zjednodušeném podlimitním řízení, nejpozději však do 6 měsíců od uzavření této smlouvy. Návrh na uložení zákazu plnění smlouvy podle § 254 odstavce 1 písm. d) zákona doručí navrhovatel ÚOHS a ve stejnopisu Zadavateli do 30 dnů ode dne, kdy Zadavatel uveřejnil oznámení o uzavření smlouvy na základě rámcové dohody podle § 137 zákona nebo oznámení o uzavření smlouvy v dynamickém nákupním systému podle § 142 zákona, nejpozději však do 6 měsíců od uzavření této smlouvy. Ve lhůtě pro doručení návrhu je navrhovatel povinen složit na účet ÚOHS kauci ve výši 1 % z nabídkové ceny navrhovatele za celou dobu plnění veřejné zakázky

nebo za dobu prvních čtyř let plnění v případě smluv na dobu neurčitou, nejméně však ve výši 50 000 Kč, nejvýše ve výši 10 000 000 Kč. V případě, že navrhovatel nemůže stanovit celkovou nabídkovou cenu, je povinen složit kauci ve výši 100 000 Kč. V případě návrhu na uložení zakazu plnění smlouvy je navrhovatel povinen složit kauci ve výši 200 000 Kč. Jde-li o řízení o přezkoumání postupu pro zadávání koncesí, je navrhovatel povinen ve lhůtě pro doručení návrhu složit na účet ÚOHS kauci ve výši 1 % z předpokládané hodnoty koncese uveřejněné ve Věstníku veřejných zakázek nebo na profilu Zadavatele, nejméně však ve výši 50 000 Kč, nejvýše ve výši 10 000 000 Kč. V případě, že Zadavatel neuveřejní ve Věstníku veřejných zakázek nebo na profilu Zadavatele předpokládanou hodnotu koncese, je navrhovatel povinen složit kauci ve výši 100 000 Kč. V případě návrhu na uložení zakazu plnění koncesní smlouvy je navrhovatel povinen složit kauci ve výši 200 000 Kč.

#### 5.1.15. Techniky

Rámcová dohoda: Rámcová dohoda bez obnovení soutěže

Informace o dynamickém nákupním systému: Žádný dynamický nákupní systém

Elektronická aukce: ne

#### 5.1.16. Další informace, mediace a přezkum

Organizace příslušná pro přezkum: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

Organizace poskytující další informace o podání návrhů na přezkum: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

## 6. Výsledek

---

Hodnota všech smluv udělených v tomto oznámení: 2 414 080,00 CZK

### 6.1. Identifikátor části (výsledek): LOT-0001

Stav výběru vítěze: Byl vybrán alespoň jeden vítěz.

#### 6.1.2. Informace o vítězích

##### Vítěz:

Oficiální název: BigMedia, spol. s r.o.

Subdodavatelé vítěze:

Oficiální název: outdoor akzent s.r.o., RAILREKLAM, spol. s r.o., MetroZoom s.r.o.

##### Nabídka:

Identifikátor nabídky: 2300499/1

Identifikátor části nebo skupiny částí: LOT-0001

Nabídka byla hodnocena: ne

Řazení na seznamu vítězů: 1

Hodnota koncese:

Nabídka je variantou: ne

Subdodávky: Ano

Hodnota subdodávky je známa: ne

Procentní podíl subdodávky je znám: ne

Popis: Poddodavatel č. 1: RAILREKLAM, spol. s r.o. Část veřejné zakázky, kterou bude tento poddodavatel plnit: reklamní prostor na reklamních nosičích typu CityLight vitrína (CLV) na nádražích v České republice a na velkoplošných digitálních zobrazovačích Poddodavatel č. 2: MetroZoom s.r.o. Část veřejné zakázky, kterou bude tento poddodavatel plnit: reklamní prostor na reklamních nosičích typu CityLight vitrína (CLV) ve stanicích metra v Praze

Poddodavatel č. 3: outdoor akzent s.r.o. Část veřejné zakázky, kterou bude tento poddodavatel plnit: realizace instalačních a deinstalačních prací a distribuce reklamních materiálů

Informace o smlouvě:

Identifikační kód smlouvy: 04/OMKK/2024

Název: Rámcová dohoda o nákupu mediálního prostoru - OOH

Datum výběru vítěze: 16/02/2024

Datum uzavření smlouvy: 29/08/2024

Zakázka je zadána na základě rámcové dohody: ne

#### 6.1.4. Statistické informace:

Shrnutí žádostí o přezkum, které kupující obdržel

Počet žadatelů/stěžovatelů: 0

Obdržené nabídky nebo žádosti o účast:

Druh obdržených nabídek: Žádosti o účast

Počet obdržených nabídek nebo žádostí o účast: 0

Druh obdržených nabídek: Nabídky podány elektronicky

Počet obdržených nabídek nebo žádostí o účast: 2

Druh obdržených nabídek: Nabídky od uchazečů registrovaných v zemích mimo Evropský hospodářský prostor

Počet obdržených nabídek nebo žádostí o účast: 0

Druh obdržených nabídek: Nabídky od uchazečů registrovaných v jiných zemích Evropského hospodářského prostoru, než je země kupujícího

Počet obdržených nabídek nebo žádostí o účast: 0

Druh obdržených nabídek: Nabídky od uchazečů – mikropodniků, malých nebo středních podniků

Počet obdržených nabídek nebo žádostí o účast: 0

Druh obdržených nabídek: Nabídky ověřeny a shledány nepřijatelnými

Počet obdržených nabídek nebo žádostí o účast: 0

Druh obdržených nabídek: Nabídky ověřeny a shledány nepřijatelnými z důvodu mimořádně nízké ceny nebo nákladů

Počet obdržených nabídek nebo žádostí o účast: 0

Druh obdržených nabídek: Nabídky

Počet obdržených nabídek nebo žádostí o účast: 0

## 8. Organizace

---

### 8.1. ORG-0001

Oficiální název: VŠEOBECNÁ ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA ČESKÉ REPUBLIKY

Registrační číslo: 41197518

Poštovní adresa: Orlická 2020

Obec: Praha

PSČ: 13000

Země: Česko

E-mail: [ivana.uhrova@vzp.cz](mailto:ivana.uhrova@vzp.cz)

Telefon: +420 952220292

Profil kupujícího: <https://www.tenderarena.cz/profily/vzp>

**Úlohy této organizace:**

Kupující

### 8.1. **ORG-0002**

Oficiální název: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

Registrační číslo: 65349423

Poštovní adresa: třída Kpt. Jaroše 1926/7

Obec: Brno

PSC: 60200

Nižší územní jednotka země (NUTS): Jihomoravský kraj (CZ064)

Země: Česko

E-mail: [posta@uohs.cz](mailto:posta@uohs.cz)

Telefon: +420 542167111

Internetová adresa: <https://uohs.gov.cz>

#### **Úlohy této organizace:**

Organizace příslušná pro přezkum

Organizace poskytující další informace o podání návrhů na přezkum

### 8.1. **ORG-0003**

Oficiální název: BigMedia, spol. s r.o.

Velikost hospodářského subjektu: Velký podnik

Registrační číslo: 26479451

Poštovní adresa: Na strži 2097/63

Obec: Praha - Krč

PSC: 14000

Nižší územní jednotka země (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Země: Česko

E-mail: [INFO@BIGMEDIA.CZ](mailto:INFO@BIGMEDIA.CZ)

Telefon: +420 246085192

#### **Úlohy této organizace:**

Uchazeč

**Vítěz těchto částí:** LOT-0001

### 8.1. **ORG-0007**

Oficiální název: outdoor akzent s.r.o.

Velikost hospodářského subjektu: Mikropodnik, malý podnik nebo střední podnik

Registrační číslo: 00545911

Poštovní adresa: Na strži 2097/63

Obec: Praha - Krč

PSC: 14000

Nižší územní jednotka země (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Země: Česko

E-mail: [info@outdoor-akzent.cz](mailto:info@outdoor-akzent.cz)

Telefon: +420 221475110

#### **Úlohy této organizace:**

Subdodavatel

### 8.1. **ORG-0008**

Oficiální název: RAILREKLAM, spol. s r.o.

Velikost hospodářského subjektu: Mikropodnik, malý podnik nebo střední podnik

Registrační číslo: 17047234

Poštovní adresa: Na strži 2097/63

Obec: Praha - Krč



PSČ: 14000

Nižší územní jednotka země (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Země: Česko

E-mail: [info@railreklam.cz](mailto:info@railreklam.cz)

Telefon: +420 221709111

**Úlohy této organizace:**

Subdodavatel

**8.1. ORG-0009**

Oficiální název: MetroZoom s.r.o.

Velikost hospodářského subjektu: Mikropodnik, malý podnik nebo střední podnik

Registrační číslo: 08291501

Poštovní adresa: Na strži 2097/63

Obec: Praha - Krč

PSČ: 14000

Nižší územní jednotka země (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Země: Česko

E-mail: [info@metrozoom.cz](mailto:info@metrozoom.cz)

Telefon: +420 800300111

**Úlohy této organizace:**

Subdodavatel

11. Oznámení - informace

---

**11.1. Oznámení - informace**

Identifikátor oznámení/verze: dc47feea-9aa3-4577-bfb3-db7ede40bfb1 - 01

Druh formuláře: Výsledek

Typ oznámení: Oznámení o výsledku zadávacího nebo koncesního řízení – standardní režim

Podtyp oznámení: 29

Datum odeslání oznámení: 14/10/2024 15:13:54 (UTC+2)

Jazyky, v nichž je toto oznámení oficiálně k dispozici: čeština

**11.2. Informace o zveřejnění**

Číslo zveřejnění oznámení: 624975-2024

Číslo vydání v řadě S Úř. věst.: 202/2024

Datum zveřejnění: 16/10/2024