

624975-2024 - Αποτέλεσμα

Τσεχία – Υπηρεσίες διαφήμισης και μάρκετινγκ – Nákup mediálního prostoru - OOH

OJ S 202/2024 16/10/2024

Γνωστοποίηση ανάθεσης σύμβασης ή ανάθεσης σύμβασης παραχώρησης — τυποποιημένο καθεστώς

Υπηρεσίες

1. Αγοραστής

1.1. Αγοραστής

Επίσημη ονομασία: VŠEOBECNÁ ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA ČESKÉ REPUBLIKY

Email: ivana.uhrova@vzp.cz

Νομική μορφή αγοραστή: Οργανισμός δημοσίου δικαίου που τελεί υπό τον έλεγχο αρχής της κεντρικής κυβέρνησης

Δραστηριότητα της αναθέτουσας αρχής: Υγεία

2. Διαδικασία

2.1. Διαδικασία

Τίτλος: Nákup mediálního prostoru - OOH

Περιγραφή: 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).

Αναγνωριστικό διαδικασίας: 6a92f548-80f0-495c-8a15-2ec481ef4119

Προηγούμενη προκήρυξη/γνωστοποίηση: 555475-2023

Εσωτερικό αναγνωριστικό: 2300499

Είδος διαδικασίας: Ανοικτή

2.1.1. Σκοπός

Χαρακτήρας της σύμβασης: Υπηρεσίες

Κύρια ταξινόμηση (cpv): 79340000 Υπηρεσίες διαφήμισης και μάρκετινγκ

Πρόσθετη ταξινόμηση (cpv): 79341000 Υπηρεσίες διαφήμισης, 79341100 Υπηρεσίες παροχής συμβουλών σε θέματα διαφήμισης, 79342000 Υπηρεσίες μάρκετινγκ

2.1.2. Τόπος εκτέλεσης

Χώρα: Τσεχία

Οπουδήποτε στη συγκεκριμένη χώρα

2.1.3. Αξία

Εκτιμώμενη αξία χωρίς ΦΠΑ: 20 000 000,00 CZK

2.1.4. Γενικές πληροφορίες

Νομική βάση:

Οδηγία 2014/24/EE

5. Παρτίδα

5.1. Παρτίδα: LOT-0001

Τίτλος: Nákup mediálního prostoru - OOH

Περιγραφή: 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).

Εσωτερικό αναγνωριστικό: 2300499

5.1.1. Σκοπός

Χαρακτήρας της σύμβασης: Υπηρεσίες

Κύρια ταξινόμηση (cpv): 79340000 Υπηρεσίες διαφήμισης και μάρκετινγκ

Πρόσθετη ταξινόμηση (cpv): 79341000 Υπηρεσίες διαφήμισης, 79342000 Υπηρεσίες μάρκετινγκ, 79341100 Υπηρεσίες παροχής συμβουλών σε θέματα διαφήμισης

5.1.2. Τόπος εκτέλεσης

Χώρα: Τσεχία

Οπουδήποτε στη συγκεκριμένη χώρα

5.1.3. Εκτιμώμενη διάρκεια

Ημερομηνία έναρξης: 05/04/2024

Ημερομηνία λήξης διάρκειας: 05/04/2026

5.1.5. Αξία

Εκτιμώμενη αξία χωρίς ΦΠΑ: 20 000 000,00 CZK

Μέγιστη αξία της συμφωνίας-πλαίσιου: 20 000 000,00 CZK

5.1.6. Γενικές πληροφορίες

Έργο δημόσιων συμβάσεων που δεν χρηματοδοτείται από τα ταμεία της ΕΕ

Η δημόσια σύμβαση καλύπτεται από τη συμφωνία για τις δημόσιες συμβάσεις (ΣΔΣ): ναι

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

5.1.7. Στρατηγικές δημόσιες συμβάσεις

Στόχος των στρατηγικών δημοσίων συμβάσεων: Εκπλήρωση των κοινωνικών στόχων

Περιγραφή: 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).

Προωθούμενος κοινωνικός στόχος: Προσβασιμότητα για όλους

5.1.10. Κριτήρια ανάθεσης

Κριτήριο:

Είδος: Τιμή

Ονομασία: Celková cena v Kč bez DPH

Περιγραφή: 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)

Κατηγορία του κριτηρίου ανάθεσης βάρος: Στάθμιση (ποσοστό, ακριβές)

Αριθμός κριτηρίου ανάθεσης: 60

Κριτήριο:

Είδος: Ποιότητα

Ονομασία: Závazný způsob vyhodnocení zásahu

Περιγραφή: 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 přihlídnout 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 nejuvěrohodnějším 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 nejuvhodnější k nejméně vhodné přiřadí nejuvhodnější 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 nejuvhodnější 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.

Κατηγορία του κριτηρίου ανάθεσης βάρους: Στάθμιση (ποσοστό, ακριβές)

Αριθμός κριτηρίου ανάθεσης: 30

Κριτήριο:

Είδος: Ποιότητα

Ονομασία: Lokality s průkazným uvedením frekvence zásahu za měsíc

Περιγραφή: 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 nejuvhodnější 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)

Κατηγορία του κριτηρίου ανάθεσης βάρως: Στάθμιση (ποσοστό, ακριβές)

Αριθμός κριτηρίου ανάθεσης: 10

Περιγραφή της μεθόδου που πρέπει να χρησιμοποιείται εάν η στάθμιση δεν μπορεί να εκφραστεί με κριτήρια: 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)

5.1.15. Τεχνικές

Συμφωνία-πλαίσιο:

Συμφωνία-πλαίσιο, χωρίς επανεκκίνηση διαγωνισμού

Πληροφορίες σχετικά με το δυναμικό σύστημα αγορών:

Κανένα δυναμικό σύστημα αγορών

Ηλεκτρονικός πλειστηριασμός: όχι

5.1.16. Περαιτέρω πληροφορίες, διαμεσολάβηση και προσφυγή

Οργανισμός προσφυγής: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

Πληροφορίες σχετικά με τις προθεσμίες επανεξέτασης: 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 zákazu 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 zákazu plnění koncesní smlouvy je navrhovatel povinen složit kauci ve výši 200 000 Kč.

Οργανισμός παροχής περισσότερων πληροφοριών των διαδικασιών προσφυγής: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

6. Αποτελέσματα

Αξία όλων των συμβάσεων που ανατέθηκαν με αυτήν την ειδοποίηση: 2 414 080,00 CZK

6.1. Αποτέλεσμα — αναγνωριστικό παρτίδας: LOT-0001

Κατάσταση επιλογής του νικητή: Επιλέχθηκε τουλάχιστον ένας νικητής/ανάδοχος.

6.1.2. Πληροφορίες σχετικά με τους νικητές

Νικητής:

Επίσημη ονομασία: BigMedia, spol. s r.o.

Υπεργολάβοι του νικητή:

Επίσημη ονομασία: RAILREKLAM, spol. s r.o., MetroZoom s.r.o., outdoor akzent s.r.o.

Προσφορά:

Αναγνωριστικό προσφοράς: 2300499/1

Αναγνωριστικό παρτίδας ή ομάδας παρτίδων: LOT-0001

Η προσφορά κατατάχθηκε: όχι

Κατάταξη στον κατάλογο των νικητών: 1

Η προσφορά αποτελεί παραλλαγή: όχι

Υπεργολαβία: Ναι

Η αξία υπεργολαβίας είναι γνωστή: όχι

Το ποσοστό υπεργολαβίας είναι γνωστό: όχι

Περιγραφή: 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

Πληροφορίες σχετικά με τη σύμβαση:

Αναγνωριστικός κωδικός της σύμβασης: 04/OMKK/2024

Τίτλος: Rámcová dohoda o nákupe mediálního prostoru - OOH

Ημερομηνία επιλογής του νικητή: 16/02/2024

Ημερομηνία σύναψης της σύμβασης: 29/08/2024

Η σύμβαση ανατίθεται στο πλαίσιο συμφωνίας-πλαίσιο: όχι

6.1.4. Στατιστικές πληροφορίες

Σύνοψη των αιτήσεων επανεξέτασης που έλαβε ο αγοραστής:

Αριθμός καταγγελλόντων: 0

Παραληφθείσες προσφορές ή αιτήσεις συμμετοχής:

Τύπος παραληφθεισών προσφορών ή αιτήσεων συμμετοχής: Αιτήσεις συμμετοχής

Αριθμός προσφορών ή αιτήσεων συμμετοχής που παραλήφθηκαν: 0

Τύπος παραληφθεισών προσφορών ή αιτήσεων συμμετοχής: Προσφορές που υποβλήθηκαν
με ηλεκτρονικά μέσα

Αριθμός προσφορών ή αιτήσεων συμμετοχής που παραλήφθηκαν: 2

Τύπος παραληφθεισών προσφορών ή αιτήσεων συμμετοχής: Προσφορές από προσφέροντες
που έχουν καταχωριστεί σε χώρες εκτός του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου

Αριθμός προσφορών ή αιτήσεων συμμετοχής που παραλήφθηκαν: 0

Τύπος παραληφθεισών προσφορών ή αιτήσεων συμμετοχής: Προσφορές από προσφέροντες
που έχουν καταχωριστεί σε χώρες του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου διαφορετικές από τη
χώρα του αγοραστή

Αριθμός προσφορών ή αιτήσεων συμμετοχής που παραλήφθηκαν: 0

Τύπος παραληφθεισών προσφορών ή αιτήσεων συμμετοχής: Προσφορές από πολύ μικρούς,
μικρούς ή μεσαίους προσφέροντες

Αριθμός προσφορών ή αιτήσεων συμμετοχής που παραλήφθηκαν: 0

Τύπος παραληφθεισών προσφορών ή αιτήσεων συμμετοχής: Προσφορές που έχουν ελεγχθεί
και είναι μη αποδεκτές

Αριθμός προσφορών ή αιτήσεων συμμετοχής που παραλήφθηκαν: 0

Τύπος παραληφθεισών προσφορών ή αιτήσεων συμμετοχής: Προσφορές που έχουν ελεγχθεί
και δεν είναι αποδεκτές λόγω αφύσικα χαμηλής τιμής ή κόστους

Αριθμός προσφορών ή αιτήσεων συμμετοχής που παραλήφθηκαν: 0

Τύπος παραληφθεισών προσφορών ή αιτήσεων συμμετοχής: Προσφορές

Αριθμός προσφορών ή αιτήσεων συμμετοχής που παραλήφθηκαν: 0

8. Οργανισμοί

8.1. ORG-0001

Επίσημη ονομασία: VŠEOBECNÁ ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA ČESKÉ REPUBLIKY

Αριθμός καταχώρισης: 41197518

Ταχυδρομική διεύθυνση: Orlická 2020

Πόλη: Praha

Ταχυδρομικός κώδικας: 13000

Χώρα: Τσεχία

Email: ivana.uhrova@vzp.cz

Τηλέφωνο: +420 952220292

Προφίλ αγοραστή: <https://www.tenderarena.cz/profily/vzp>

Ρόλοι αυτού του οργανισμού:

Αγοραστής

8.1. ORG-0002

Επίσημη ονομασία: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

Αριθμός καταχώρισης: 65349423

Ταχυδρομική διεύθυνση: třída Kpt. Jaroše 1926/7

Πόλη: Brno

Ταχυδρομικός κώδικας: 60200

Υποδιαίρεση χώρας (NUTS): Jihomoravský kraj (CZ064)

Χώρα: Τσεχία

Email: posta@uohs.cz

Τηλέφωνο: +420 542167111

Ηλεκτρονική διεύθυνση: <https://uohs.gov.cz>

Ρόλοι αυτού του οργανισμού:

Οργανισμός προσφυγής

Οργανισμός παροχής περισσότερων πληροφοριών των διαδικασιών προσφυγής

8.1. ORG-0003

Επίσημη ονομασία: BigMedia, spol. s r.o.

Μέγεθος του οικονομικού φορέα: Μεγάλος

Αριθμός καταχώρισης: 26479451

Ταχυδρομική διεύθυνση: Na strži 2097/63

Πόλη: Praha - Krč

Ταχυδρομικός κώδικας: 14000

Υποδιαίρεση χώρας (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Χώρα: Τσεχία

Email: INFO@BIGMEDIA.CZ

Τηλέφωνο: +420 246085192

Ρόλοι αυτού του οργανισμού:

Προσφέρων

Νικητής αυτών των παρτίδων: LOT-0001

8.1. ORG-0007

Επίσημη ονομασία: outdoor akzent s.r.o.

Μέγεθος του οικονομικού φορέα: Πολύ μικρός, μικρός ή μεσαίος

Αριθμός καταχώρισης: 00545911

Ταχυδρομική διεύθυνση: Na strži 2097/63

Πόλη: Praha - Krč

Ταχυδρομικός κώδικας: 14000

Υποδιαίρεση χώρας (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Χώρα: Τσεχία

Email: info@outdoor-akzent.cz

Τηλέφωνο: +420 221475110

Ρόλοι αυτού του οργανισμού:

Υπεργολάβος

8.1. ORG-0008

Επίσημη ονομασία: RAILREKLAM, spol. s r.o.

Μέγεθος του οικονομικού φορέα: Πολύ μικρός, μικρός ή μεσαίος

Αριθμός καταχώρισης: 17047234
Ταχυδρομική διεύθυνση: Na strži 2097/63
Πόλη: Praha - Κιτς
Ταχυδρομικός κώδικας: 14000
Υποδιαίρεση χώρας (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)
Χώρα: Τσεχία
Email: info@railreklam.cz
Τηλέφωνο: +420 221709111
Ρόλοι αυτού του οργανισμού:
Υπεργολάβος

8.1. ORG-0009

Επίσημη ονομασία: MetroZoom s.r.o.
Μέγεθος του οικονομικού φορέα: Πολύ μικρός, μικρός ή μεσαίος
Αριθμός καταχώρισης: 08291501
Ταχυδρομική διεύθυνση: Na strži 2097/63
Πόλη: Praha - Κιτς
Ταχυδρομικός κώδικας: 14000
Υποδιαίρεση χώρας (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)
Χώρα: Τσεχία
Email: info@metrozoom.cz
Τηλέφωνο: +420 800300111
Ρόλοι αυτού του οργανισμού:
Υπεργολάβος

Πληροφορίες προκήρυξης

Αναγνωριστικό/έκδοση προκήρυξης: dc47feea-9aa3-4577-bfb3-db7ede40bfb1 - 01
Είδος εντύπου: Αποτέλεσμα
Είδος προκήρυξης: Γνωστοποίηση ανάθεσης σύμβασης ή ανάθεσης σύμβασης παραχώρησης
— τυποποιημένο καθεστώς
Υποείδος προκήρυξης: 29
Ημερομηνία αποστολής της προκήρυξης: 14/10/2024 15:13:54 (UTC+02:00) Ώρα Ανατολικής
Ευρώπης, θερινή ώρα Κεντρικής Ευρώπης
Γλώσσες στις οποίες διατίθεται επίσημα η παρούσα προκήρυξη: τσεχικά
Αριθμός δημοσίευσης της προκήρυξης: 624975-2024
Αριθμός τεύχους EE S: 202/2024
Ημερομηνία δημοσίευσης: 16/10/2024