

**Chequia – Servicios de publicidad y de marketing – Nákup mediálního prostoru - OOH**

OJ S 202/2024 16/10/2024

Anuncio de adjudicación de contrato o concesión. Régimen normal

Servicios

---

**1. Comprador****1.1. Comprador**

Denominación oficial: VŠEOBECNÁ ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA ČESKÉ REPUBLIKY

Correo electrónico: [ivana.uhrova@vzp.cz](mailto:ivana.uhrova@vzp.cz)

Naturaleza jurídica del comprador: Organismo de Derecho público bajo el control de una autoridad estatal

Actividad del poder adjudicador: Salud

---

**2. Procedimiento****2.1. Procedimiento**

Título: Nákup mediálního prostoru - OOH

Descripción: 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).

Identificador del procedimiento: 6a92f548-80f0-495c-8a15-2ec481ef4119

Anuncio anterior: 555475-2023

Identificador interno: 2300499

Tipo de procedimiento: Abierto

**2.1.1. Finalidad**

Naturaleza del contrato: Servicios

Clasificación principal (cpv): 79340000 Servicios de publicidad y de marketing

Clasificación adicional (cpv): 79341000 Servicios de publicidad, 79341100 Servicios de consultoría en publicidad, 79342000 Servicios de marketing

**2.1.2. Lugar de ejecución**

País: Chequia

En cualquier parte de un país dado

**2.1.3. Valor**

Valor estimado, IVA excluido: 20 000 000,00 CZK

**2.1.4. Información general**

Base jurídica:

Directiva 2014/24/UE

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. Lote: LOT-0001**

Título: Nákup mediálního prostoru - OOH

Descripción: 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).

Identificador interno: 2300499

**5.1.1. Finalidad**

Naturaleza del contrato: Servicios

Clasificación principal (cpv): 79340000 Servicios de publicidad y de marketing

Clasificación adicional (cpv): 79341000 Servicios de publicidad, 79342000

Servicios de marketing, 79341100 Servicios de consultoría en publicidad

**5.1.2. Lugar de ejecución**

País: Chequia

En cualquier parte de un país dado

**5.1.3. Duración estimada**

Fecha de inicio: 05/04/2024

Fecha de finalización de la duración: 05/04/2026

**5.1.5. Valor**

Valor estimado, IVA excluido: 20 000 000,00 CZK

Valor máximo del acuerdo marco: 20 000 000,00 CZK

**5.1.6. Información general**

Proyecto de contratación pública no financiado con fondos de la UE

La contratación pública está cubierta por el Acuerdo sobre Contratación Pública (ACP): sí

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

**5.1.7. Contratación estratégica**

Objetivo de la contratación estratégica: Cumplimiento de objetivos sociales

Descripción: 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).

Objetivo social promovido: Accesibilidad para todos

**5.1.10. Criterios de adjudicación**

Criterio:

Tipo: Precio

Nombre: Celková cena v Kč bez DPH

Descripción: 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)

Categoría del criterio de adjudicación de peso: Ponderación (porcentaje, exacto)

Criterio de adjudicación: número: 60

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: Závazný způsob vyhodnocení zásahu

Descripción: 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 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.

Categoría del criterio de adjudicación de peso: Ponderación (porcentaje, exacto)

Criterio de adjudicación: número: 30

Criterio:

Tipo: Calidad

Nombre: Lokality s průkazným uvedením frekvence zásahu za měsíc

Descripción: 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)

Categoría del criterio de adjudicación de peso: Ponderación (porcentaje, exacto)

Criterio de adjudicación: número: 10

Descripción del método que debe utilizarse si la ponderación no puede expresarse mediante criterios: 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. Técnicas

Acuerdo marco: Acuerdo marco sin convocatoria de nueva licitación

Información sobre el sistema dinámico de adquisición: Ningún sistema dinámico de adquisición

Subasta electrónica: no

#### 5.1.16. Información adicional, mediación y recurso

Organización encargada de los procedimientos de recurso: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

Información sobre los plazos de revisión: 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 zázaku 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 zázaku 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 zázaku plnění koncesní smlouvy je navrhovatel povinen složit kauci ve výši 200 000 Kč.

Organización que proporciona más información sobre los procedimientos de recurso: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

## 6. Resultados

---

Valor de todos los contratos adjudicados en este aviso: 2 414 080,00 CZK

### 6.1. Resultados: identificador de lotes: LOT-0001

Estado de selección del ganador: Se ha escogido al menos un ganador.

#### 6.1.2. Información de los ganadores

##### Ganador:

Denominación oficial: BigMedia, spol. s r.o.

Subcontratistas del ganador:

Denominación oficial: RAILREKLAM, spol. s r.o., MetroZoom s.r.o., outdoor akzent s.r.o.

##### Oferta:

Identificador de la oferta: 2300499/1

Identificador del lote o el grupo de lotes: LOT-0001

La oferta se ha posicionado: no

Clasificación en la lista de ganadores: 1

Valor de la concesión:

La oferta es una variante: no

Subcontratación: Sí

Se conoce el valor de la subcontratación: no

Se conoce el porcentaje de subcontratación: no

Descripción: 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

Información del contrato:

Identificador del contrato: 04/OMKK/2024

Título: Rámcová dohoda o nákupu mediálního prostoru - OOH

Fecha de elección del ganador: 16/02/2024

Fecha de celebración del contrato: 29/08/2024

El contrato se adjudica dentro de un acuerdo marco: no

#### 6.1.4. Información estadística:

Resumen de las solicitudes de revisión recibidas por el comprador

Número de reclamantes: 0

Ofertas o solicitudes de participación recibidas:

Tipo de presentaciones recibidas: Solicitudes de participación

Número de ofertas o solicitudes de participación recibidas: 0

Tipo de presentaciones recibidas: Ofertas presentadas electrónicamente

Número de ofertas o solicitudes de participación recibidas: 2

Tipo de presentaciones recibidas: Ofertas de licitadores registrados fuera del Espacio Económico Europeo

Número de ofertas o solicitudes de participación recibidas: 0

Tipo de presentaciones recibidas: Ofertas de licitadores registrados en otros países del Espacio Económico Europeo distintos del país del comprador

Número de ofertas o solicitudes de participación recibidas: 0

Tipo de presentaciones recibidas: Ofertas de licitadores que son microempresas, pequeñas o medianas empresas

Número de ofertas o solicitudes de participación recibidas: 0

Tipo de presentaciones recibidas: Ofertas verificadas e inadmisibles

Número de ofertas o solicitudes de participación recibidas: 0

Tipo de presentaciones recibidas: Ofertas verificadas e inadmisibles a causa de un precio o coste anormalmente bajo

Número de ofertas o solicitudes de participación recibidas: 0

Tipo de presentaciones recibidas: Ofertas

Número de ofertas o solicitudes de participación recibidas: 0

## 8. Organizaciones

---

### 8.1. ORG-0001

Denominación oficial: VŠEOBECNÁ ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA ČESKÉ REPUBLIKY

Número de registro: 41197518

Dirección postal: Orlická 2020

Localidad: Praha

Código postal: 13000

País: Chequia

Correo electrónico: [ivana.uhrova@vzp.cz](mailto:ivana.uhrova@vzp.cz)

Teléfono: +420 952220292

Perfil de comprador: <https://www.tenderarena.cz/profily/vzp>

**Funciones de esta organización:**

Comprador

### 8.1. ORG-0002

Denominación oficial: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

Número de registro: 65349423

Dirección postal: třída Kpt. Jaroše 1926/7

Localidad: Brno

Código postal: 60200

Subdivisión del país (NUTS): Jihomoravský kraj (CZ064)

País: Chequia

Correo electrónico: [posta@uohs.cz](mailto:posta@uohs.cz)

Teléfono: +420 542167111

Dirección de internet: <https://uohs.gov.cz>

#### **Funciones de esta organización:**

Organización encargada de los procedimientos de recurso

Organización que proporciona más información sobre los procedimientos de recurso

### 8.1. ORG-0003

Denominación oficial: BigMedia, spol. s r.o.

Tamaño del operador económico: Gran empresa

Número de registro: 26479451

Dirección postal: Na strži 2097/63

Localidad: Praha - Krč

Código postal: 14000

Subdivisión del país (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

País: Chequia

Correo electrónico: [INFO@BIGMEDIA.CZ](mailto:INFO@BIGMEDIA.CZ)

Teléfono: +420 246085192

#### **Funciones de esta organización:**

Licitador

**Ganador de estos lotes:** LOT-0001

### 8.1. ORG-0007

Denominación oficial: outdoor akzent s.r.o.

Tamaño del operador económico: Microempresa, pequeña empresa o mediana empresa

Número de registro: 00545911

Dirección postal: Na strži 2097/63

Localidad: Praha - Krč

Código postal: 14000

Subdivisión del país (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

País: Chequia

Correo electrónico: [info@outdoor-akzent.cz](mailto:info@outdoor-akzent.cz)

Teléfono: +420 221475110

#### **Funciones de esta organización:**

Subcontratista

### 8.1. ORG-0008

Denominación oficial: RAILREKLAM, spol. s r.o.

Tamaño del operador económico: Microempresa, pequeña empresa o mediana empresa

Número de registro: 17047234

Dirección postal: Na strži 2097/63

Localidad: Praha - Krč



Código postal: 14000

Subdivisión del país (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

País: Chequia

Correo electrónico: [info@railreklam.cz](mailto:info@railreklam.cz)

Teléfono: +420 221709111

**Funciones de esta organización:**

Subcontratista

**8.1. ORG-0009**

Denominación oficial: MetroZoom s.r.o.

Tamaño del operador económico: Microempresa, pequeña empresa o mediana empresa

Número de registro: 08291501

Dirección postal: Na strži 2097/63

Localidad: Praha - Krč

Código postal: 14000

Subdivisión del país (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

País: Chequia

Correo electrónico: [info@metrozoom.cz](mailto:info@metrozoom.cz)

Teléfono: +420 800300111

**Funciones de esta organización:**

Subcontratista

Información del anuncio

---

Identificador/versión del anuncio: dc47feea-9aa3-4577-bfb3-db7ede40bfb1 - 01

Tipo de formulario: Resultados

Tipo de anuncio: Anuncio de adjudicación de contrato o concesión. Régimen normal

Subtipo de anuncio: 29

Fecha de envío del anuncio: 14/10/2024 15:13:54 (UTC+2)

Lenguas en las que este anuncio está disponible oficialmente: checo

Número de publicación del anuncio: 624975-2024

Número de la edición del DO S: 202/2024

Fecha de publicación: 16/10/2024