

Tšehhi – Reklaami- ja turundusteenused – Nákup mediálního prostoru - OOH**OJ S 202/2024 16/10/2024****Lepingu sõlmimise või kontsessiooni andmise teade – üldkord****Teenused****1. Hankija**

1.1. Hankija

Ametlik nimi: VŠEOBECNÁ ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA ČESKÉ REPUBLIKY

E-posti aadress: ivana.uhrova@vzp.cz

Hankija õiguslik vorm: Keskvalitsusastutuse kontrollitav avalik-õiguslik isik

Hankija tegevus: Tervishoid

2. Menetlus

2.1. Menetlus

Pealkiri: Nákup mediálního prostoru - OOH

Kirjeldus: Předmětem plnění veřejné zakázky je nákup mediálního prostoru v nosičích reklamy – OOH, v jehož rámci budou zadavatel 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).

Menetluse tunnus: 6a92f548-80f0-495c-8a15-2ec481ef4119

Eelmine teade: 555475-2023

Sisemine tunnus: 2300499

Menetluse liik: Avatud

2.1.1. Eesmärk

Lepingu olemus: Teenused

Peamine liigitus (cpv): 79340000 Reklaami- ja turundusteenused

Täiendav liigitus (cpv): 79341000 Reklaamiteenused, 79341100 Reklaaminõustamisteenused, 79342000 Turundusteenused

2.1.2. Lepingu täitmise koht

Riik: Tšehhi

Kõikjal asjaomases riigis

2.1.3. Maksumus

Eeldatav maksumus käibemaksuta: 20 000 000,00 CZK

2.1.4. Üldine teave

Õiguslik alus:

Direktiiv 2014/24/EL

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. Osa: LOT-0001

Pealkiri: Nákup mediálního prostoru - OOH

Kirjeldus: 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).

Sisemine tunnus: 2300499

5.1.1. Eesmärk

Lepingu olemus: Teenused

Peamine liigitus (cpv): 79340000 Reklaami- ja turundusteenused

Täiendav liigitus (cpv): 79341000 Reklaamiteenused, 79342000 Turundusteenused, 79341100 Reklaaminõustamisteenused

5.1.2. Lepingu täitmise koht

Riik: Tšehhi

Kõikjal asjaomases riigis

5.1.3. Eeldatav kestus

Alguskuupäev: 05/04/2024

Kestuse lõppkuupäev: 05/04/2026

5.1.5. Maksumus

Eeldatav maksumus käibemaksuta: 20 000 000,00 CZK

Raamlepingu maksimaalne maksumus: 20 000 000,00 CZK

5.1.6. Üldine teave

Hankeprojekt, mida ei rahastata ELi vahenditest

Hanke suhtes kohaldatakse riigihankepingut (GPA): jah

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

5.1.7. Strateegilised hanked

Strateegilise hanke eesmärk: Sotsiaalsete eesmärkide täitmine

Kirjeldus: 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).

Sotsiaalse eesmärgi edendamise: Juurdepääs kõigile

5.1.10. Pakkumuste hindamise kriteeriumid

Kriteerium:

Liik: Hind

Nimi: Celková cena v Kč bez DPH

Kirjeldus: 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 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)

Hindamiskriteeriumi kategooria: Kaal (protsentides, täpne)

Hindamiskriteerium – arv: 60

Kriteerium:

Liik: Kvaliteet

Nimi: Závazný způsob vyhodnocení zásahu

Kirjeldus: 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 nejméně ověřitelným 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 půlbodů, nebo jiné nižší hodnoty bodů.

Hindamiskriteeriumi kategooria: Kaal (protsentides, täpne)

Hindamiskriteerium – arv: 30

Kriteerium:

Liik: Kvaliteet

Nimi: Lokality s průkazným uvedením frekvence zásahu za měsíc

Kirjeldus: 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 x (Hodnota posuzované nabídky) / (Hodnota nejvhodnější nabídky) x 0,10 (váha kritéria C)

Hindamise kaalukriteeriumi kategooria: Kaal (protsentides, täpne)

Hindamiskriteerium – arv: 10

Selle meetodi kirjeldus, mida kasutatakse juhul, kui hindamist ei ole võimalik kriteeriumide abil teostada: Subkriteeriumi hindoceni B odst.a) = $100 \times (\text{Hodnota posuzované nabídky}) / (\text{Hodnota nejhodnější nabídky}) \times 0,08$ (váha kritéria B) Subkriteeriumi hindoceni B odst.c) = $100 \times (\text{Hodnota posuzované nabídky}) / (\text{Hodnota nejhodnější nabídky}) \times 0,03$ (váha kritéria B) Subkriteeriumi hindoceni B odst.d) = $100 \times (\text{Hodnota posuzované nabídky}) / (\text{Hodnota nejhodnější nabídky}) \times 0,06$ (váha kritéria B) Subkriteeriumi hindoceni B odst.b) = $100 \times (\text{Posuzovaný vzorek konzumentů}) / (\text{Nejvyšší vzorek konzumentů}) \times 0,05$ (váha kritéria B) Subkriteeriumi hindoceni B odst.e) = $100 \times (\text{Hodnota nejnižšího počtu měsíců}) / (\text{Posuzovaný počet měsíců}) \times 0,08$ (váha kritéria B) Kriteeriumi hindoceni B = $100 \times (\text{Hodnota posuzované nabídky}) / (\text{Hodnota nejhodnější nabídky}) \times 0,30$ (váha kritéria B)

5.1.15. Vahendid

Raamleping: Raamleping ilmaminikonkursita

Teave dunaamilise hankesüsteemi kohta: Ei kohaldata dunaamilist hankesüsteemi

Elektroniline oksjon: ei

5.1.16. Lisateave, lepitus ja vaidlustus

Vaidlustusorgan: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

Teave vaidlustamise tähtaegade kohta: 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.

Organisatsioon, mis annab lisateavet vaidlustamise kohta: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

6. Tulemused

Kõigi selle teate alusel sõlmitud lepingute maksumus: 2 414 080,00 CZK

6.1. Tulemus – osa tunnus: LOT-0001

Eduka pakkuja valiku staatus: Vähemalt üks edukas pakkuja on välja valitud.

6.1.2. Teave edukate pakkujate kohta

Edukas pakkuja:

Ametlik nimi: BigMedia, spol. s r.o.

Eduka pakkuja alltöövõtjad:

Ametlik nimi: RAILREKLAM, spol. s r.o., MetroZoom s.r.o., outdoor akzent s.r.o.

Pakkumus:

Pakkumuse tunnus: 2300499/1

Osa või osade rühma tunnus: LOT-0001

Pakkumus on pandud paremusjärjestusse: ei

Koht edukate pakkujate nimekirjas: 1

Kontsessiooni maksumus:

Pakkumus on alternatiivne lahendus: ei

Allhanked: Jah

Allhanke maksumus on teada: ei

Allhanke protsendimäär on teada: ei

Kirjeldus: 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

Teave lepingu kohta:

Lepingu tunnus: 04/OMKK/2024

Pealkiri: Rámcová dohoda o nákupu mediálního prostoru - OOH

Eduka pakkuja valimise kuupäev: 16/02/2024

Lepingu sõlmimise kuupäev: 29/08/2024

Lepingu sõlmitakse raamlepingu alusel: ei

6.1.4. Statistiline teave:

Hankijale esitatud vaidlustuste kokkuvõte

Kaebuse esitajate arv: 0

Esitatud pakkumused või osalemistaotlused:

Laekunud taotluste ja pakkumuste liik: Osalemistaotlused

Laekunud pakkumuste või osalemistaotluste arv: 0

Laekunud taotluste ja pakkumuste liik: Elektrooniliselt esitatud pakkumused

Laekunud pakkumuste või osalemistaotluste arv: 2

Laekunud taotluste ja pakkumuste liik: Väljaspool Euroopa Majanduspiirkonda olevates riikides registreeritud pakkujate pakkumused

Laekunud pakkumuste või osalemistaotluste arv: 0

Laekunud taotluste ja pakkumuste liik: Muudes Euroopa Majanduspiirkonna riikides kui hankija asukohariik registreeritud pakkujate pakkumused

Laekunud pakkumuste või osalemistaotluste arv: 0

Laekunud taotluste ja pakkumuste liik: Mikro-, väikeste või keskmise suurusega ettevõtjate pakkumused

Laekunud pakkumuste või osalemistaotluste arv: 0

Laekunud taotluste ja pakkumuste liik: Pakkumused, mis on kontrollitud ja vastuvõetamatud

Laekunud pakkumuste või osalemistaotluste arv: 0

Laekunud taotluste ja pakkumuste liik: Pakkumused, mis on kontrollitud ja vastuvõetamatud põhjendamatult madala hinna või kulu tõttu

Laekunud pakkumuste või osalemistaotluste arv: 0

Laekunud taotluste ja pakkumuste liik: Pakkumused

Laekunud pakkumuste või osalemistaotluste arv: 0

8. Organisatsioonid

8.1. ORG-0001

Ametlik nimi: VŠEOBECNÁ ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA ČESKÉ REPUBLIKY

Registreerimisnumber: 41197518

Postiaadress: Orlická 2020

Linn: Praha

Sihtnumber: 13000

Riik: Tšehhi

E-posti aadress: ivana.uhrova@vzp.cz

Telefon: +420 952220292

Hankija profiil: <https://www.tenderarena.cz/profily/vzp>

Selle organisatsiooni rollid:

Hankija

8.1. ORG-0002

Ametlik nimi: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

Registreerimisnumber: 65349423

Postiaadress: třída Kpt. Jaroše 1926/7

Linn: Brno

Sihtnumber: 60200
Riik – jaotus (NUTS): Jihomoravský kraj (CZ064)
Riik: Tšehhi
E-posti aadress: posta@uohs.cz
Telefon: +420 542167111
Internetiaadress: <https://uohs.gov.cz>
Selle organisatsiooni rollid:
Vaidlustusorgan
Organisatsioon, mis annab lisateavet vaidlustamise kohta

8.1. ORG-0003

Ametlik nimi: BigMedia, spol. s r.o.
Ettevõtja suurus: Suurettevõtja
Registreerimisnumber: 26479451
Postiaadress: Na strži 2097/63
Linn: Praha - Krč
Sihtnumber: 14000
Riik – jaotus (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)
Riik: Tšehhi
E-posti aadress: INFO@BIGMEDIA.CZ
Telefon: +420 246085192
Selle organisatsiooni rollid:
Pakkuja
Nende osade puhul edukas pakkuja: LOT-0001

8.1. ORG-0007

Ametlik nimi: outdoor akzent s.r.o.
Ettevõtja suurus: Mikro-, väike või keskmine ettevõtja
Registreerimisnumber: 00545911
Postiaadress: Na strži 2097/63
Linn: Praha - Krč
Sihtnumber: 14000
Riik – jaotus (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)
Riik: Tšehhi
E-posti aadress: info@outdoor-akzent.cz
Telefon: +420 221475110
Selle organisatsiooni rollid:
Alltöövõtja

8.1. ORG-0008

Ametlik nimi: RAILREKLAM, spol. s r.o.
Ettevõtja suurus: Mikro-, väike või keskmine ettevõtja
Registreerimisnumber: 17047234
Postiaadress: Na strži 2097/63
Linn: Praha - Krč
Sihtnumber: 14000
Riik – jaotus (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)
Riik: Tšehhi
E-posti aadress: info@railreklam.cz
Telefon: +420 221709111

Selle organisatsiooni rollid:

Alltöövõtja

8.1. ORG-0009

Ametlik nimi: MetroZoom s.r.o.

Ettevõtja suurus: Mikro-, väike või keskmine ettevõtja

Registreerimisnumber: 08291501

Postiaadress: Na strži 2097/63

Linn: Praha - Krč

Sihtnumber: 14000

Riik – jaotus (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Riik: Tšehhi

E-posti aadress: info@metrozoom.cz

Telefon: +420 800300111

Selle organisatsiooni rollid:

Alltöövõtja

Teave teate kohta

Teate tunnus/versioon: dc47feea-9aa3-4577-bfb3-db7ede40bfb1 - 01

Vormi liik: Tulemus

Teate liik: Lepingu sõlmimise või kontsessiooni andmise teade – üldkord

Teate alaliik: 29

Teate saatmise kuupäev: 14/10/2024 15:13:54 (UTC+2)

Keeled, milles käesolev teade on ametlikult kättesaadav: tšehhi keel

Teate avaldamise number: 624975-2024

ELT S väljaande number: 202/2024

Avaldamise kuupäev: 16/10/2024