

624975-2024 - Tulokset

Tšekki – Mainonta- ja markkinointipalvelut – Nákup mediálníhoho prostoru - OOH

OJ S 202/2024 16/10/2024

Jälki-ilmoitus tai käyttöoikeussopimusta koskeva jälki-ilmoitus – vakiojärjestelmä
Palvelut

1. Ostaja

1.1. Ostaja

Virallinen nimi: VŠEOBECNÁ ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA ČESKÉ REPUBLIKY

Sähköposti: ivana.uhrova@vzp.cz

Ostajan oikeudellinen muoto: Julkisoikeudellinen yhteisö, joka on keskushallinnon viranomaisen määräysvallassa

Pääasiallinen toimiala: Terveys

2. Menettely

2.1. Menettely

Ilmoituksen nimi: Nákup mediálníhoho prostoru - OOH

Kuvaus: 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).

Menettelyn tunniste: 6a92f548-80f0-495c-8a15-2ec481ef4119

Edellinen ilmoitus: 555475-2023

Sisäinen tunniste: 2300499

Menettelyn tyyppi: Avoin

2.1.1. Tarkoitus

Pääasiallinen hankintalaji: Palvelut

Pääasiallinen luokitus (cpv): 79340000 Mainonta- ja markkinointipalvelut

Lisäluokitus (cpv): 79341000 Mainontapalvelut, 79341100 Mainontaan liittyvät neuvontapalvelut, 79342000 Markkinointi

2.1.2. Suorituspaikka

Maa: Tšekki

Missä tahansa tietyn maan alueella

2.1.3. Arvo

Ennakoitu arvo ilman arvonlisäveroa: 20 000 000,00 CZK

2.1.4. Yleistä tietoa

Oikeusperusta:

Direktiivi 2014/24/EU

5. Osa

5.1. Osa: LOT-0001

Ilmoituksen nimi: Nákup mediálního prostoru - OOH

Kuvaus: 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).

Sisäinen tunniste: 2300499

5.1.1. Tarkoitus

Pääasiallinen hankintalaji: Palvelut

Pääasiallinen luokitus (cpv): 79340000 Mainonta- ja markkinointipalvelut

Lisäluokitus (cpv): 79341000 Mainontapalvelut, 79342000 Markkinointi, 79341100 Mainontaan liittyvät neuvontapalvelut

5.1.2. Suorituspaikka

Maa: Tšekki

Missä tahansa tietyn maan alueella

5.1.3. Arvioitu kesto

Alkamispäivä: 05/04/2024

Päätymispäivä: 05/04/2026

5.1.5. Arvo

Ennakoitu arvo ilman arvonlisäveroa: 20 000 000,00 CZK

Enimmäisarvo puitejärjestelyssä: 20 000 000,00 CZK

5.1.6. Yleistä tietoa

Hankintaa ei ole rahoitettu EU:n varoista

Hankintaan sovelletaan WTO:n julkisia hankintoja koskevaa sopimusta (GPA): kyllä

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

5.1.7. Strategiset hankinnat

Strategisten hankintojen tavoite: Sosiaalisten tavoitteiden saavuttaminen

Kuvaus: 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).

Edistettävä sosiaalinen tavoite: Esteettömyys kaikille

5.1.10. Vertailuperusteet

Kriteeri:

Tyypit: Hinta

Nimit: Celková cena v Kč bez DPH

Kuvaus: 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)

Kategoria vertailuperuste paino: Painotus (prosentteina, tarkka)

Vertailuperusteen luku: 60

Kriteeri:

Tyypit: Laatu

Nimit: Závazný způsob vyhodnocení zásahu

Kuvaus: 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 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.

Kategorie vertailuperuste paino: Painotus (prosentteina, tarkka)

Vertailuperusteen luku: 30

Kriteeri:

Tyypit: Laatu

Nimit: Lokality s průkazným uvedením frekvence zásahu za měsíc

Kuvaus: 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 nejuvhodnější (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)

Kategoria vertailuperuste paino: Painotus (prosentteina, tarkka)

Vertailuperusteen luku: 10

Kuvaus käytettävistä pisteystyksestä, jos pisteystystä ei voida määrittää käyttämällä kriteerikohtaisia valintakenttiä: Subkriteerium hodnocení B odst.a) = $100 \times (\text{Hodnota posuzované nabídky}) / (\text{Hodnota nejvhodnější nabídky}) \times 0,08$ (váha kritéria B) Subkriteerium hodnocení B odst.c) = $100 \times (\text{Hodnota posuzované nabídky}) / (\text{Hodnota nejvhodnější nabídky}) \times 0,03$ (váha kritéria B) Subkriteerium hodnocení B odst.d) = $100 \times (\text{Hodnota posuzované nabídky}) / (\text{Hodnota nejvhodnější nabídky}) \times 0,06$ (váha kritéria B) Subkriteerium hodnocení B odst.b) = $100 \times (\text{Posuzovaný vzorek konzumentů}) / (\text{Nejvyšší vzorek konzumentů}) \times 0,05$ (váha kritéria B) Subkriteerium 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. Menetelmät

Puitejärjestely:

Puitejärjestely, johon ei liity uudelleen kilpailuttamista

Tietoa dynaamisesta hankintajärjestelmästä:

Ei dynaamista hankintajärjestelmää

Sähköinen huutokauppa: ei

5.1.16. Lisätietoja, sovittelu ja muutoksenhaku

Muutoksenhakuelin: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

Tietoa muutoksenhaun määräaajoista: 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 zakazu plnění smlouvy, a to i bez předchozího podání námitek. Návrh na uložení zakazu 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 zakazu 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. Muutoksenhakumenettelyjen määrääjoista lisätietoja tarjoava organisaatio: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

6. Tulokset

Kaikkien tällä ilmoituksella ilmoitettujen sopimusten arvo: 2 414 080,00 CZK

6.1. Tulokset – Osan tunniste: LOT-0001

Voittajan valinnan tila: Vähintään yksi voittaja valittu.

6.1.2. Tiedot voittajista

Voittaja:

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

Voittajan alihankkijat:

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

Tarjous:

Tarjouksen tunniste: 2300499/1

Osan tai osien ryhmän tunniste: LOT-0001

Tarjouksen sijoitus on tiedossa: ei

Sijoitus voittajien luettelossa: 1

Tarjous on vaihtoehtoinen tarjous: ei

Alihankinta: Kyllä

Alihankinnan arvo tiedossa: ei

Alihankinnan prosenttiosuus tiedossa: ei

Kuvaus: 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

Sopimuksen tiedot:

Sopimuksen tunniste: 04/OMKK/2024

Sopimuksen nimi: Rámcová dohoda o nákupu mediálního prostoru - OOH

Voittajan valintapäivä: 16/02/2024

Sopimuksen tekopäivä: 29/08/2024

Sopimus tehdään puitejärjestelyn puitteissa: ei

6.1.4. Tilastotiedot

Ostajan vastaanottamien muutoksenhakupyntöjen yhteenveto:

Valituksen tekijöiden lukumäärä: 0

Vastaanotetut tarjoukset tai osallistumishakemukset:

Vastaanotettujen tarjousten/osallistumishakemusten tyyppi: Osallistumishakemukset

Saatujen tarjousten/osallistumishakemusten määrä: 0

Vastaanotettujen tarjousten/osallistumishakemusten tyyppi: Sähköisesti tehdyt tarjoukset

Saatujen tarjousten/osallistumishakemusten määrä: 2

Vastaanotettujen tarjousten/osallistumishakemusten tyyppi: Euroopan talousalueen

ulkopuolisissa maissa rekisteröityjen tarjoajien tarjoukset

Saatujen tarjousten/osallistumishakemusten määrä: 0

Vastaanotettujen tarjousten/osallistumishakemusten tyyppi: Muihin Euroopan talousalueen

maihin kuin ostajan maahan rekisteröityjen tarjoajien tarjoukset

Saatujen tarjousten/osallistumishakemusten määrä: 0

Vastaanotettujen tarjousten/osallistumishakemusten tyyppi: Mikroyrityksiltä taikka pieniltä tai

keskisuurilta yrityksiltä saadut tarjoukset

Saatujen tarjousten/osallistumishakemusten määrä: 0

Vastaanotettujen tarjousten/osallistumishakemusten tyyppi: Tarjoukset, jotka on tarkistettu ja

joita ei oteta käsiteltäväksi

Saatujen tarjousten/osallistumishakemusten määrä: 0

Vastaanotettujen tarjousten/osallistumishakemusten tyyppi: Tarjoukset, jotka on tarkistettu ja

joita ei oteta käsiteltäväksi poikkeuksellisen alhaisten hintojen tai kustannusten vuoksi

Saatujen tarjousten/osallistumishakemusten määrä: 0

Vastaanotettujen tarjousten/osallistumishakemusten tyyppi: Tarjoukset

Saatujen tarjousten/osallistumishakemusten määrä: 0

8. Organisaatiot

8.1. ORG-0001

Virallinen nimi: VŠEOBECNÁ ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA ČESKÉ REPUBLIKY

Rekisterinumero: 41197518

Postiosoite: Orlická 2020

Postitoimipaikka: Praha

Postinumero: 13000

Maa: Tšekki

Sähköposti: ivana.uhrova@vzp.cz

Puhelin: +420 952220292

Hankkijaprofiili: <https://www.tenderarena.cz/profily/vzp>

Tämän organisaation roolit:

Ostaja

8.1. ORG-0002

Virallinen nimi: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

Rekisterinumero: 65349423

Postiosoite: třída Kpt. Jaroše 1926/7

Postitoimipaikka: Brno

Postinumero: 60200

Maaryhmittely (NUTS): Jihomoravský kraj (CZ064)

Maa: Tšekki

Sähköposti: posta@uohs.cz

Puhelin: +420 542167111

Internetosoite: <https://uohs.gov.cz>

Tämän organisaation roolit:

Muutoksenhakuelin

Muutoksenhakumenettelyjen määrääjoista lisätietoja tarjoava organisaatio

8.1. ORG-0003

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

Organisaation koko: Suuri

Rekisterinumero: 26479451

Postiosoite: Na strži 2097/63

Postitoimipaikka: Praha - Krč

Postinumero: 14000

Maaryhmittely (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Maa: Tšekki

Sähköposti: INFO@BIGMEDIA.CZ

Puhelin: +420 246085192

Tämän organisaation roolit:

Tarjoaja

Näiden osien voittaja: LOT-0001

8.1. ORG-0007

Virallinen nimi: outdoor akzent s.r.o.

Organisaation koko: Mikro, pieni tai keskisuuri

Rekisterinumero: 00545911

Postiosoite: Na strži 2097/63

Postitoimipaikka: Praha - Krč

Postinumero: 14000

Maaryhmittely (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Maa: Tšekki

Sähköposti: info@outdoor-akzent.cz

Puhelin: +420 221475110

Tämän organisaation roolit:

Alihankkija

8.1. ORG-0008

Virallinen nimi: RAILREKLAM, spol. s r.o.

Organisaation koko: Mikro, pieni tai keskisuuri

Rekisterinumero: 17047234

Postiosoite: Na strži 2097/63

Postitoimipaikka: Praha - Krč

Postinumero: 14000

Maaryhmittely (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Maa: Tšekki

Sähköposti: info@railreklam.cz

Puhelin: +420 221709111

Tämän organisaation roolit:

Alihankkija

8.1. ORG-0009

Virallinen nimi: MetroZoom s.r.o.

Organisaation koko: Mikro, pieni tai keskisuuri

Rekisterinumero: 08291501

Postiosoite: Na strži 2097/63

Postitoimipaikka: Praha - Krč

Postinumero: 14000

Maaryhmittely (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Maa: Tšekki

Sähköposti: info@metrozoom.cz

Puhelin: +420 800300111

Tämän organisaation roolit:

Alihankkija

Ilmoituksen tiedot

Ilmoituksen tunniste/versio: dc47feea-9aa3-4577-bfb3-db7ede40bfb1 - 01

Lomakkeen tyyppi: Tulokset

Ilmoituksen tyyppi: Jälki-ilmoitus tai käyttöoikeussopimusta koskeva jälki-ilmoitus – vakiojärjestelmä

Ilmoituksen alatyypit: 29

Ilmoituksen lähetyspäivä: 14/10/2024 15:13:54 (UTC+02:00) Itä-Euroopan aika, Keski-Euroopan kesäaika

Kielet, joilla tämä ilmoitus on virallisesti saatavilla: tšekki

Ilmoituksen julkaisunumero: 624975-2024

EUVL S -lehden numero: 202/2024

Julkaisupäivä: 16/10/2024