

624975-2024 - Rezultati

Češka – Usluge oglašavanja i plasmana – Nákup mediálního prostoru - OOH

OJ S 202/2024 16/10/2024

Obavijest o dodjeli ugovora ili koncesije – standardni režim

Usluge

1. Kupac

1.1. Kupac

Službeno ime: VŠEOBECNÁ ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA ČESKÉ REPUBLIKY

E-pošta: ivana.uhrova@vzp.cz

Pravni oblik kupca: Tijelo koje se uređuje javnim pravom, koje nadzire središnje tijelo državne uprave

Djelatnost javnog naručitelja: Zdravlje

2. Postupak

2.1. Postupak

Naslov: Nákup mediálního prostoru - OOH

Opis: Predmetem 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).

Identifikacijska oznaka postupka: 6a92f548-80f0-495c-8a15-2ec481ef4119

Prethodna obavijest: 555475-2023

Interna identifikacijska oznaka: 2300499

Vrsta postupka: Otvoren

2.1.1. Svrha

Priroda ugovora: Usluge

Glavna klasifikacija (cpv): 79340000 Usluge oglašavanja i plasmana

Dodatna klasifikacija (cpv): 79341000 Usluge oglašavanja, 79341100 Usluge savjetovanja u oglašavanju, 79342000 Usluge plasmana

2.1.2. Mjesto izvršenja

Zemlja: Češka

Bilo gdje u određenoj zemlji

2.1.3. Vrijednost

Procijenjena vrijednost bez PDV-a: 20 000 000,00 CZK

2.1.4. Opće informacije

Pravna osnova:

Direktiva 2014/24/EU

5. Grupa

5.1. Grupa: LOT-0001

Naslov: Nákup mediálního prostoru - OOH

Opis: 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).

Interná identifikacijská oznaka: 2300499

5.1.1. Svrha

Priroda ugovora: Usluge

Glavna klasifikacija (cpv): 79340000 Usluge oglašavanja i plasmana

Dodatna klasifikacija (cpv): 79341000 Usluge oglašavanja, 79342000 Usluge plasmana, 79341100 Usluge savjetovanja u oglašavanju

5.1.2. Mjesto izvršenja

Zemlja: Češka

Bilo gdje u određenoj zemlji

5.1.3. Očekivano trajanje

Datum početka: 05/04/2024

Datum završetka trajanja: 05/04/2026

5.1.5. Vrijednost

Procijenjena vrijednost bez PDV-a: 20 000 000,00 CZK

Maksimalna vrijednost okvirnog sporazuma: 20 000 000,00 CZK

5.1.6. Opće informacije

Projekt javne nabave ne financira se sredstvima EU-a

Javna nabava obuhvaćena je Sporazumom o javnoj nabavi (GPA): da

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

5.1.7. Strateška nabava

Cilj strateške nabave: Ispunjenje socijalnih ciljeva

Opis: 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).

Socijalni cilj koji se promiče: Pristupačnost za sve

5.1.10. Kriteriji za dodjelu

Kriterij:

Vrsta: Cijena

Naziv: Celková cena v Kč bez DPH

Opis: 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)

Kategorija kriterija za dodjelu težine: Ponder (postotak, točan)

Broj kriterija za dodjelu: 60

Kriterij:

Vrsta: Kvaliteta

Naziv: Závazný způsob vyhodnocení zásahu

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

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

Kategorija kriterija za dodjelu težine: Ponder (postotak, točan)

Broj kriterija za dodjelu: 30

Kriterij:

Vrsta: Kvaliteta

Naziv: Lokality s průkazným uvedením frekvence zásahu za měsíc

Opis: 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)

Kategorija kriterija za dodjelu težine: Ponder (postotak, točan)

Broj kriterija za dodjelu: 10

Opis metode koja se primjenjuje ako se ponderiranje ne može izraziti na temelju kriterija:

Subkriterium hodnocení B odst.a) = $100 \times (\text{Hodnota posuzované nabídky}) / (\text{Hodnota nejvhodnější nabídky}) \times 0,08$ (váha kritéria B)

Subkriterium hodnocení B odst.c) = $100 \times (\text{Hodnota posuzované nabídky}) / (\text{Hodnota nejvhodnější nabídky}) \times 0,03$ (váha kritéria B)

Subkriterium hodnocení B odst.d) = $100 \times (\text{Hodnota posuzované nabídky}) / (\text{Hodnota nejvhodnější nabídky}) \times 0,06$ (váha kritéria B)

Subkriterium hodnocení B odst.b) = $100 \times (\text{Posuzovaný vzorek konzumentů}) / (\text{Nejvyšší vzorek konzumentů}) \times 0,05$ (váha kritéria B)

Subkriterium 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. Tehnike

Okvirni sporazum:

Okvirni sporazum bez ponovne provedbe nadmetanja

Informacije o dinamičkom sustavu nabave:

Nema dinamičkog sustava nabave

Elektronička dražba: ne

5.1.16. Dodatne informacije, posredovanje i pravna zaštita (preispitivanje)

Organizacija za preispitivanje (pravnu zaštitu): Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

Informacije o rokovima za preispitivanje: 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

úvedením 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. Organizacija koja pruža više informacija o postupcima preispitivanja (pravne zaštite): Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

6. Ishod

Vrijednost svih ugovora dodijeljenih u ovoj obavijesti: 2 414 080,00 CZK

6.1. Rezultat, ID grupe: LOT-0001

Status odabira pobjednika: Odabran je najmanje jedan pobjednik.

6.1.2. Informacije o pobjednicima

Pobjednik natječaja:

Službeno ime: BigMedia, spol. s r.o.

Podugovaratelji pobjednika:

Službeno ime: RAILREKLAM, spol. s r.o., MetroZoom s.r.o., outdoor akzent s.r.o.

Ponuda:

Identifikacijska oznaka ponude: 2300499/1

Identifikacijska oznaka grupe ili skupine grupâ: LOT-0001

Ponude su rangirane: ne

Mjesto na ljestvici pobjednika: 1

Riječ je o alternativnoj ponudi: ne

Podugovaranje: Da

Vrijednost podugovaranja poznata: ne

Postotak podugovaranja poznat: ne

Opis: 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

pododavatelj plnit: realizace instalacních a deinstalacních prací a distribuce reklamních materiálů

Informacije o ugovoru:

Identifikacijska oznaka ugovora: 04/OMKK/2024

Naslov: Rámcová dohoda o nákupu mediálního prostoru - OOH

Datum odabira pobjednika: 16/02/2024

Datum sklapanja ugovora: 29/08/2024

Ugovor se dodjeljuje u sklopu okvirnog sporazuma: ne

6.1.4. Statističke informacije

Sažetak zahtjeva za preispitivanje koje je kupac primio:

Broj podnositelja pritužbe: 0

Primljene ponude ili zahtjevi za sudjelovanje:

Vrsta zaprimljenih ponuda ili zahtjeva: Zahtjevi za sudjelovanje

Broj primljenih ponuda ili zahtjeva za sudjelovanje: 0

Vrsta zaprimljenih ponuda ili zahtjeva: Ponude u elektroničkom obliku

Broj primljenih ponuda ili zahtjeva za sudjelovanje: 2

Vrsta zaprimljenih ponuda ili zahtjeva: Ponude ponuditelja registriranih u zemljama izvan Europskog gospodarskog prostora

Broj primljenih ponuda ili zahtjeva za sudjelovanje: 0

Vrsta zaprimljenih ponuda ili zahtjeva: Ponude ponuditelja registriranih u zemljama Europskog gospodarskog prostora koje nisu zemlja kupca

Broj primljenih ponuda ili zahtjeva za sudjelovanje: 0

Vrsta zaprimljenih ponuda ili zahtjeva: Ponude ponuditelja koji su mikro, mala ili srednja poduzeća

Broj primljenih ponuda ili zahtjeva za sudjelovanje: 0

Vrsta zaprimljenih ponuda ili zahtjeva: Provjerene i neprihvatljive ponude

Broj primljenih ponuda ili zahtjeva za sudjelovanje: 0

Vrsta zaprimljenih ponuda ili zahtjeva: Ponude koje su provjerene i neprihvatljive zbog neobično niske cijene ili troškova

Broj primljenih ponuda ili zahtjeva za sudjelovanje: 0

Vrsta zaprimljenih ponuda ili zahtjeva: Ponude

Broj primljenih ponuda ili zahtjeva za sudjelovanje: 0

8. Organizacije

8.1. ORG-0001

Službeno ime: VŠEOBECNÁ ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA ČESKÉ REPUBLIKY

Registracijski broj: 41197518

Poštanska adresa: Orlická 2020

Grad: Praha

Poštanski broj: 13000

Zemlja: Češka

E-pošta: ivana.uhrova@vzp.cz

Tel.: +420 952220292

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

Uloge ove organizacije:

Kupac

8.1. ORG-0002

Službeno ime: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

Registracijski broj: 65349423

Poštanska adresa: třída Kpt. Jaroše 1926/7

Grad: Brno

Poštanski broj: 60200

Zemlja – podregija (NUTS): Jihomoravský kraj (CZ064)

Zemlja: Češka

E-pošta: posta@uohs.cz

Tel.: +420 542167111

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

Uloge ove organizacije:

Organizacija za preispitivanje (pravnu zaštitu)

Organizacija koja pruža više informacija o postupcima preispitivanja (pravne zaštite)

8.1. ORG-0003

Službeno ime: BigMedia, spol. s r.o.

Veličina gospodarskog subjekta: Veliko

Registracijski broj: 26479451

Poštanska adresa: Na strži 2097/63

Grad: Praha - Krč

Poštanski broj: 14000

Zemlja – podregija (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Zemlja: Češka

E-pošta: INFO@BIGMEDIA.CZ

Tel.: +420 246085192

Uloge ove organizacije:

Ponuditelj

Pobjednik tih grupa: LOT-0001

8.1. ORG-0007

Službeno ime: outdoor akzent s.r.o.

Veličina gospodarskog subjekta: Mikro, malo ili srednje poduzeće

Registracijski broj: 00545911

Poštanska adresa: Na strži 2097/63

Grad: Praha - Krč

Poštanski broj: 14000

Zemlja – podregija (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Zemlja: Češka

E-pošta: info@outdoor-akzent.cz

Tel.: +420 221475110

Uloge ove organizacije:

Podgovaratelj (podizvođač radova)

8.1. ORG-0008

Službeno ime: RAILREKLAM, spol. s r.o.

Veličina gospodarskog subjekta: Mikro, malo ili srednje poduzeće

Registracijski broj: 17047234

Poštanska adresa: Na strži 2097/63

Grad: Praha - Krč

Poštanski broj: 14000

Zemlja – podregija (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Zemlja: Češka

E-pošta: info@railreklam.cz

Tel.: +420 221709111

Uloge ove organizacije:

Podugovaratelj (podizvođač radova)

8.1. ORG-0009

Službeno ime: MetroZoom s.r.o.

Veličina gospodarskog subjekta: Mikro, malo ili srednje poduzeće

Registracijski broj: 08291501

Poštanska adresa: Na strži 2097/63

Grad: Praha - Krč

Poštanski broj: 14000

Zemlja – podregija (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Zemlja: Češka

E-pošta: info@metrozoom.cz

Tel.: +420 800300111

Uloge ove organizacije:

Podugovaratelj (podizvođač radova)

Informacije o obavijesti

Identifikacijska oznaka / verzija obavijesti: dc47feea-9aa3-4577-bfb3-db7ede40bfb1 - 01

Vrsta obrasca: Rezultati

Vrsta obavijesti: Obavijest o dodjeli ugovora ili koncesije – standardni režim

Podvrsta obavijesti: 29

Datum slanja obavijesti: 14/10/2024 15:13:54 (UTC+02:00) istočnoeuropsko vrijeme, srednjoeuropsko ljetno vrijeme

Jezici na kojima je ova obavijest službeno dostupna: češki

Broj objave obavijesti: 624975-2024

Broj izdanja SL S-a: 202/2024

Datum objave: 16/10/2024