

## 624975-2024 - Rezultatai

Čekija – Reklamos ir rinkodaros paslaugos – Nákup mediálníhoho prostoru - OOH

OJ S 202/2024 16/10/2024

Skelbimas apie sutarties arba koncesijos skyrimą. Įprasta tvarka

Paslaugos

### 1. Pirkėjas

---

#### 1.1. Pirkėjas

Oficialus pavadinimas: VŠEOBECNÁ ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA ČESKÉ REPUBLIKY

E. paštas: [ivana.uhrova@vzp.cz](mailto:ivana.uhrova@vzp.cz)

Pirkėjo teisinė forma: Viešosios teisės reglamentuojama įstaiga, kontroliuojama centrinės valdžios institucijos

Perkančiosios organizacijos veiklos sritis: Sveikata

### 2. Procedūra

---

#### 2.1. Procedūra

Pavadinimas: Nákup mediálníhoho prostoru - OOH

Aprašymas: Priedmėtem plnėnė veřejnė zakázky je nákup mediálníhoho prostoru v nosičích reklamy – OOH, v jehoř rámci budou zadavateli rovněž poskytovány marketingové služby týkající se plánování mediálních reklamních kampaní, nákupu mediálníhoho 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).

Procedūros identifikatorius: 6a92f548-80f0-495c-8a15-2ec481ef4119

Ankstesnis skelbimas: 555475-2023

Vidaus identifikatorius: 2300499

Pirkimo būdas: Atviras

##### 2.1.1. Tikslas

Sutarties objektas: Paslaugos

Pagrindinis klasifikacijos kodas (cpv): 79340000 Reklamos ir rinkodaros paslaugos

Kiti klasifikacijos kodai (cpv): 79341000 Reklamos paslaugos, 79341100 Reklamos konsultacinės paslaugos, 79342000 Rinkodaros paslaugos

##### 2.1.2. Sutarties vykdymo vieta

Šalis: Čekija

Bet kurioje konkrečioje šalies vietoje

##### 2.1.3. Vertė

Numatoma vertė be PVM: 20 000 000,00 CZK

##### 2.1.4. Bendra informacija

Teisinis pagrindas:

Direktyva 2014/24/ES

## 5. Pirkimo dalis

### 5.1. Pirkimo dalis: LOT-0001

Pavadinimas: Nákup mediálního prostoru - OOH

Aprašymas: 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).

Vidaus identifikatorius: 2300499

#### 5.1.1. Tikslas

Sutarties objektas: Paslaugos

Pagrindinis klasifikacijos kodas (cpv): 79340000 Reklamos ir rinkodaros paslaugos

Kiti klasifikacijos kodai (cpv): 79341000 Reklamos paslaugos, 79342000 Rinkodaros paslaugos , 79341100 Reklamos konsultacinės paslaugos

#### 5.1.2. Sutarties vykdymo vieta

Šalis: Čekija

Bet kurioje konkrečios šalies vietoje

#### 5.1.3. Numatomas galiojimas

Pradžios data: 05/04/2024

Trukmės pabaigos data: 05/04/2026

#### 5.1.5. Vertė

Numatoma vertė be PVM: 20 000 000,00 CZK

Preliminariosios sutarties didžiausioji vertė: 20 000 000,00 CZK

#### 5.1.6. Bendra informacija

Iš ES fondų nefinansuojamas pirkimo projektas

Pirkimui taikoma Sutartis dėl viešųjų pirkimų (SVP): taip

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

#### 5.1.7. Strateginis viešasis pirkimas

Strateginio viešojo pirkimo tikslas: Socialinių tikslų įgyvendinimas

Aprašymas: 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).

Socialinis tikslas, kurio raginama siekti: Prieinamumas visiems

#### 5.1.10. Skyrimo kriterijai

Kriterijus:

Rūšis: Kaina

Pavadinimas: Celková cena v Kč bez DPH

Aprašymas: 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 skyrimo kriterijaus svoris: Lyginamasis svoris (procentinė dalis, tikslus skaičius)

Skyrimo kriterijus: skaičius: 60

### **Kriterijus:**

Rūšis: Kokybės

Pavadinimas: Závazný způsob vyhodnocení zásahu

Aprašymas: 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 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 neaktuálnějším 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 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.

Kategorija skyrimo kriterijaus svoris: Lyginamasis svoris (procentinė dalis, tikslus skaičius)  
Skyrimo kriterijus: skaičius: 30

#### **Kriterijus:**

Rūšis: Kokybės

Pavadinimas: Lokality s průkazným uvedením frekvence zásahu za měsíc

Aprašymas: 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 skyrimo kriterijaus svoris: Lyginamasis svoris (procentinė dalis, tikslus skaičius)

Skyrimo kriterijus: skaičius: 10

Naudotino metodo aprašymas, jei lyginamasis svoris negali būti išreikštas kriterijais:

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. Metodai

##### **Preliminarioji sutartis:**

Preliminarioji sutartis, neskelbiant naujo konkurso

##### **Informacija apie dinaminę pirkimo sistemą:**

Dinaminės pirkimo sistemos nėra

Elektroninis aukcionas: ne

#### 5.1.16. Išsamesnė informacija, tarpininkavimas ir peržiūra

Peržiūros organizacija: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

Informacija apie peržiūros terminus: 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 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, teikianti daugiau informacijos apie peržiūros procedūras: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

## 6. Rezultatai

---

Visų šiame pranešime suteiktų sutarčių vertė: 2 414 080,00 CZK

### 6.1. Rezultatai: pirkimo dalies ID: LOT-0001

Laimėtojo atrankos būseną: Pasirinktas bent vienas laimėtojas.

### 6.1.2. Informacija apie laimėtojus

#### Laimėtojas:

Oficialus pavadinimas: BigMedia, spol. s r.o.

#### Laimėtojo subrangovai:

Oficialus pavadinimas: RAILREKLAM, spol. s r.o., MetroZoom s.r.o., outdoor akzent s.r.o.

#### Pasiūlymas:

Pasiūlymo identifikatorius: 2300499/1

Pirkimo dalies arba pirkimo dalių grupės identifikatorius: LOT-0001

Nustatyta pasiūlymo vieta vertinimo skalėje: ne

Vieta laimėtojų sąrašė: 1

Šis pasiūlymas yra alternatyvus: ne

Subranga: Taip

Subrangos vertė žinoma: ne

Subrangos procentinė dalis žinoma: ne

Aprašymas: 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

**Informacija apie sutartį:**

Sutarties identifikatorius: 04/OMKK/2024

Pavadinimas: Rámcová dohoda o nákupu mediálního prostoru - OOH

Data, kurią buvo pasirinktas laimėtojas: 16/02/2024

Sutarties sudarymo data: 29/08/2024

Sutartis skiriama pagal preliminarią sutartį: ne

**6.1.4. Statistinė informacija**

**Pirkėjo gautų peržiūros prašymų santrauka:**

Prašymų pateikėjų skaičius: 0

**Gauti pasiūlymai arba dalyvavimo prašymai:**

Pateikimas: rūšys: Dalyvavimo prašymai

Gautų pasiūlymų ar dalyvavimo prašymų skaičius: 0

Pateikimas: rūšys: Elektroninėmis priemonėmis pateikti pasiūlymai

Gautų pasiūlymų ar dalyvavimo prašymų skaičius: 2

Pateikimas: rūšys: Dalyvių, įregistruotų ne Europos ekonominės erdvės šalyse, pasiūlymai

Gautų pasiūlymų ar dalyvavimo prašymų skaičius: 0

Pateikimas: rūšys: Dalyvių, įregistruotų kitose nei pirkėjo šalis Europos ekonominės erdvės šalyse, pasiūlymai

Gautų pasiūlymų ar dalyvavimo prašymų skaičius: 0

Pateikimas: rūšys: Labai mažų, mažųjų ar vidutinių dalyvių pasiūlymai

Gautų pasiūlymų ar dalyvavimo prašymų skaičius: 0

Pateikimas: rūšys: Patikrinti ir priimtini pasiūlymai

Gautų pasiūlymų ar dalyvavimo prašymų skaičius: 0

Pateikimas: rūšys: Patikrinti ir dėl neįprastai mažos kainos ar sąnaudų nepriimtini pasiūlymai

Gautų pasiūlymų ar dalyvavimo prašymų skaičius: 0

Pateikimas: rūšys: Pasiūlymai

Gautų pasiūlymų ar dalyvavimo prašymų skaičius: 0

## 8. Organizacijos

---

**8.1. ORG-0001**

Oficialus pavadinimas: VŠEOBECNÁ ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA ČESKÉ REPUBLIKY

Registracijos numeris: 41197518

Pašto adresas: Orlická 2020

Miestas: Praha

Pašto kodas: 13000

Šalis: Čekija

E. paštas: [ivana.uhrova@vzp.cz](mailto:ivana.uhrova@vzp.cz)

Telefono numeris: +420 952220292

Pirkėjo profilis: <https://www.tenderarena.cz/profilu/vzp>

**Šios organizacijos vaidmenys:**

Pirkėjas

**8.1. ORG-0002**

Oficialus pavadinimas: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

Registracijos numeris: 65349423

Pašto adresas: třída Kpt. Jaroše 1926/7

Miestas: Brno

Pašto kodas: 60200

Šalies administracinis vienetas (NUTS): Jihomoravský kraj (CZ064)

Šalis: Čekija

E. paštas: [posta@uohs.cz](mailto:posta@uohs.cz)

Telefono numeris: +420 542167111

Interneto adresas: <https://uohs.gov.cz>

**Šios organizacijos vaidmenys:**

Peržiūros organizacija

Organizacija, teikianti daugiau informacijos apie peržiūros procedūras

**8.1. ORG-0003**

Oficialus pavadinimas: BigMedia, spol. s r.o.

Ekonominės veiklos vykdytojo dydis: Didelis

Registracijos numeris: 26479451

Pašto adresas: Na strži 2097/63

Miestas: Praha - Krč

Pašto kodas: 14000

Šalies administracinis vienetas (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Šalis: Čekija

E. paštas: [INFO@BIGMEDIA.CZ](mailto:INFO@BIGMEDIA.CZ)

Telefono numeris: +420 246085192

**Šios organizacijos vaidmenys:**

Dalyvis

**Šių pirkimo dalių laimėtojas: LOT-0001**

**8.1. ORG-0007**

Oficialus pavadinimas: outdoor akzent s.r.o.

Ekonominės veiklos vykdytojo dydis: Labai mažas, mažasis ar vidutinis

Registracijos numeris: 00545911

Pašto adresas: Na strži 2097/63

Miestas: Praha - Krč

Pašto kodas: 14000

Šalies administracinis vienetas (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Šalis: Čekija

E. paštas: [info@outdoor-akzent.cz](mailto:info@outdoor-akzent.cz)

Telefono numeris: +420 221475110

**Šios organizacijos vaidmenys:**

Subrangovas

**8.1. ORG-0008**

Oficialus pavadinimas: RAILREKLAM, spol. s r.o.

Ekonominės veiklos vykdytojo dydis: Labai mažas, mažasis ar vidutinis

Registracijos numeris: 17047234

Pašto adresas: Na strži 2097/63

Miestas: Praha - Krč

Pašto kodas: 14000

Šalies administracinis vienetas (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Šalis: Čekija

E. paštas: [info@railreklam.cz](mailto:info@railreklam.cz)

Telefono numeris: +420 221709111

**Šios organizacijos vaidmenys:**

Subrangovas

**8.1. ORG-0009**

Oficialus pavadinimas: MetroZoom s.r.o.

Ekonominės veiklos vykdytojo dydis: Labai mažas, mažasis ar vidutinis

Registracijos numeris: 08291501

Pašto adresas: Na strži 2097/63

Miestas: Praha - Krč

Pašto kodas: 14000

Šalies administracinis vienetas (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Šalis: Čekija

E. paštas: [info@metrozoom.cz](mailto:info@metrozoom.cz)

Telefono numeris: +420 800300111

**Šios organizacijos vaidmenys:**

Subrangovas

## Skelbimo informacija

---

Skelbimo identifikatorius / versija: dc47feea-9aa3-4577-bfb3-db7ede40bfb1 - 01

Formos tipas: Rezultatai

Skelbimo rūšis: Skelbimas apie sutarties arba koncesijos skyrimą. Įprasta tvarka

Skelbimo porūšis: 29

Skelbimo išsiuntimo data: 14/10/2024 15:13:54 (UTC+02:00) Rytų Europos laikas, Vidurio Europos vasaros laikas

Kalbos, kuriomis šis skelbimas oficialiai skelbiamas: čekų kalba

Skelbimo paskelbimo numeris: 624975-2024

OL S numeris: 202/2024

Paskelbimo data: 16/10/2024