

624975-2024 - Riżultat

Iċ-Ċekja – Servizzi tar-reklamar u l-marketing – Nákup mediálního prostoru - OOH

OJ S 202/2024 16/10/2024

Avviż tal-għoti tal-kuntratt jew tal-konċessjoni – reġim standard

Servizzi

1. Xerrej

1.1. Xerrej

Isem ufficjali: VŠEOBECNÁ ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA ČESKÉ REPUBLIKY

Email: ivana.uhrova@vzp.cz

Tip legali tax-xerrej: Korp irregolat bil-liġi pubblika, ikkontrollat minn awtorità tal-gvern ċentrali

Attività tal-awtorità kontraenti: Saħħa

2. Proċedura

2.1. Proċedura

Titlu: Nákup mediálního prostoru - OOH

Deskrizzjoni: 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).

Identifikatur tal-proċedura: 6a92f548-80f0-495c-8a15-2ec481ef4119

Avviż preċedenti: 555475-2023

Identifikatur intern: 2300499

Tip ta' proċedura: Miftuħa

2.1.1. Għan

Natura tal-kuntratt: Servizzi

Klassifikazzjoni prinċipali (cpv): 79340000 Servizzi tar-reklamar u l-marketing

Klassifikazzjoni addizzjonali (cpv): 79341000 Servizzi tar-reklamar, 79341100 Servizzi ta' konsulenza dwar ir-reklamar, 79342000 Servizzi ta' marketing

2.1.2. Post tal-prestazzjoni

Pajjiż: Iċ-Ċekja

Ikun fejn ikun fil-pajjiż ikkonċernat

2.1.3. Valur

Valur stmat mingħajr VAT: 20 000 000,00 CZK

2.1.4. Informazzjoni ġenerali

Baži legali:

Direttiva 2014/24/UE

32014L0024 - Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2014/24/EU ze dne 26. února 2014 o zadávání veřejných zakázek a o zrušení směrnice 2004/18/ES

5. Lott

5.1. Lott: LOT-0001

Titlu: Nákup mediálního prostoru - OOH

Deskripcjoni: 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).

Identifikatur intern: 2300499

5.1.1. Għan

Natura tal-kuntratt: Servizzi

Klassifikazzjoni prinċipali (cpv): 79340000 Servizzi tar-reklamar u l-marketing

Klassifikazzjoni addizzjonali (cpv): 79341000 Servizzi tar-reklamar, 79342000 Servizzi ta' marketing, 79341100 Servizzi ta' konsulenza dwar ir-reklamar

5.1.2. Post tal-prestazzjoni

Pajjiż: Iċ-Ċekja

Ikun fejn ikun fil-pajjiż ikkonċernat

5.1.3. Tul ta' żmien stmat

Data tal-bidu: 05/04/2024

Data tat-tmiem tad-durata: 05/04/2026

5.1.5. Valur

Valur stmat mingħajr VAT: 20 000 000,00 CZK

Valur massimu tal-ftehim qafas: 20 000 000,00 CZK

5.1.6. Informazzjoni ġenerali

Proġett ta' akkwist mhux iffinanzjat mill-Fondi tal-UE

L-akkwist huwa kopert mill-Ftehim dwar l-Akkwisti Pubbliċi (GPA): iva

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

5.1.7. Akkwist strategiku

Għan tal-akkwist strategiku: Ksib tal-oġettivi soċjali

Deskripcjoni: 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).

Għan soċjali promoss: Aċċessibbiltà għal kulħadd

5.1.10. Kriterji tal-għoti

Kriterju:

Tip: Prezz

Isem: Celková cena v Kč bez DPH

Deskripcija: 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 tal-kriterju tal-għoti piż: Fattur ta' ponderazzjoni (persentaġġ, eżatt)
Numru tal-kriterju għall-għoti: 60

Kriterju:

Tip: Kwalità

Isem: Závazný způsob vyhodnocení zásahu

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

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

Kategorija tal-kriterju tal-għoti piż: Fattur ta' ponderazzjoni (persentaġġ, eżatt)

Numru tal-kriterju għall-għoti: 30

Kriterju:

Tip: Kwalità

Isem: Lokality s průkazným uvedením frekvence zásahu za měsíc

Deskrizzjoni: 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 tal-kriterju tal-għoti piż: Fattur ta' ponderazzjoni (persentaġġ, eżatt)
Numru tal-kriterju għall-għoti: 10

Deskrizzjoni tal-metodu li għandu jintuża jekk il-koeffiċjent tal-korrezzjoni ma jistax jiġi espress permezz ta' kriterji: Subkritérium hodnocení B odst.a) = $100 \times (\text{Hodnota posuzované nabídky}) / (\text{Hodnota nejvhodnější nabídky}) \times 0,08$ (váha kritéria B) Subkritérium hodnocení B odst.c) = $100 \times (\text{Hodnota posuzované nabídky}) / (\text{Hodnota nejvhodnější nabídky}) \times 0,03$ (váha kritéria B) Subkritérium hodnocení B odst.d) = $100 \times (\text{Hodnota posuzované nabídky}) / (\text{Hodnota nejvhodnější nabídky}) \times 0,06$ (váha kritéria B) Subkritérium hodnocení B odst.b) = $100 \times (\text{Posuzovaný vzorek konzumentů}) / (\text{Nejvyšší vzorek konzumentů}) \times 0,05$ (váha kritéria B) Subkritérium hodnocení B odst.e) = $100 \times (\text{Hodnota nejnižšího počtu měsíců}) / (\text{Posuzovaný počet měsíců}) \times 0,08$ (váha kritéria B) Kritérium hodnocení B = $100 \times (\text{Hodnota posuzované nabídky}) / (\text{Hodnota nejvhodnější nabídky}) \times 0,30$ (váha kritéria B)

5.1.15. Tekniki

Ftehim qafas:

Ftehim qafas, mingħajr ma terġa' tinfetaħ il-kompetizzjoni

Informazzjoni dwar is-sistema dinamika tax-xiri:

Ebda sistema dinamika ta' xiri

Irkant elettroniku: le

5.1.16. Aktar informazzjoni, medjazzjoni u riežami

Organizzazzjoni tar-riežami: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

Informazzjoni dwar l-iskadenzi tar-riežami: 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.

Organizzazzjoni li tipprovdi iktar informazzjoni dwar proceduri tar-rieżami: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

6. Riżultati

Valur ta' kull kuntratt mogħti f'dan l-avviż: 2 414 080,00 CZK

6.1. ID tal-lott tar-riżultati: LOT-0001

Status tas-selezzjoni tar-rebbieħ: Intgħażel minn tal-inqas rebbieħ wieħed.

6.1.2. Informazzjoni dwar ir-rebbieħa

Rebbieħ:

Isem ufficjali: BigMedia, spol. s r.o.

Sottokuntratturi tar-rebbieħ:

Isem ufficjali: RAILREKLAM, spol. s r.o., MetroZoom s.r.o., outdoor akzent s.r.o.

Offerta:

Identifikatur tal-offerta: 2300499/1

Identifikatur tal-lott jew tal-grupp ta' lottijiet: LOT-0001

L-offerta ġiet ikklassifikata: le

Klassifikazzjoni fil-lista tar-rebbieħa: 1

L-offerta hija varjant: le

Sottokuntrattar: Iva

Il-valur tas-sottokuntrattar hu magħruf: le

Perċentwal magħruf tas-sottokuntrattar: le

Deskrizzjoni: 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

Informazzjoni dwar il-kuntratt:

Identifikatur tal-kuntratt: 04/OMKK/2024

Titlu: Rámcová dohoda o nákupu mediálního prostoru - OOH

Data li fiha ntgħazel ir-rebbieh: 16/02/2024

Data tal-konklużjoni tal-kuntratt: 29/08/2024

Il-kuntratt jingħata fi ftehim qafas: le

6.1.4. Informazzjoni statistika

Sommarju tat-talbiet għal rieżami li rċieva x-xerrej:

Numru ta' lmentaturi: 0

Offerti jew talbiet riċevuti għall-partecipazzjoni:

Tip ta' sottomissjonijiet riċevuti: Talbiet għall-partecipazzjoni

Numru ta' offerti jew talbiet riċevuti għall-partecipazzjoni: 0

Tip ta' sottomissjonijiet riċevuti: Offerti ppreżentati b'mod elettroniku

Numru ta' offerti jew talbiet riċevuti għall-partecipazzjoni: 2

Tip ta' sottomissjonijiet riċevuti: Offerti minn offerti rreġistrati f'pajjiżi 'l barra miż-Żona Ekonomika Ewropea

Numru ta' offerti jew talbiet riċevuti għall-partecipazzjoni: 0

Tip ta' sottomissjonijiet riċevuti: Offerti minn offerenti rreġistrati f'pajjiżi oħra taż-Żona Ekonomika Ewropea għajr il-pajjiż tax-xerrej

Numru ta' offerti jew talbiet riċevuti għall-partecipazzjoni: 0

Tip ta' sottomissjonijiet riċevuti: Offerti minn offerenti mikro, żgħar jew medji

Numru ta' offerti jew talbiet riċevuti għall-partecipazzjoni: 0

Tip ta' sottomissjonijiet riċevuti: Offerti vverifikati u inammissibbli

Numru ta' offerti jew talbiet riċevuti għall-partecipazzjoni: 0

Tip ta' sottomissjonijiet riċevuti: Offerti vverifikati u inammissibbli minħabba prezz jew kost baxx b'mod anormali

Numru ta' offerti jew talbiet riċevuti għall-partecipazzjoni: 0

Tip ta' sottomissjonijiet riċevuti: Offerti

Numru ta' offerti jew talbiet riċevuti għall-partecipazzjoni: 0

8. Organizzazzjonijiet

8.1. ORG-0001

Isem uffiċjali: VŠEOBECNÁ ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA ČESKÉ REPUBLIKY

Numru tar-reġistrazzjoni: 41197518

Indirizz postali: Orlická 2020

Belt: Praha

Kodiċi postali: 13000

Pajjiż: Iċ-Ċekja

Email: ivana.uhrova@vzp.cz

Telefown: +420 952220292

Profil tax-xerrej: <https://www.tenderarena.cz/profily/vzp>

Rwoli ta' din l-organizzazzjoni:

Xerrej

8.1. ORG-0002

Isem uffiċjali: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

Numru tar-registrazzjoni: 65349423
Indirizz postali: třída Kpt. Jaroše 1926/7
Belt: Brno
Kodiči postali: 60200
Sottodivizjoni tal-pajjiż (NUTS): Jihomoravský kraj (CZ064)
Pajjiż: Ič-Čekja
Email: posta@uohs.cz
Telefown: +420 542167111
Indirizz tal-internet: <https://uohs.gov.cz>
Rwoli ta' din l-organizzazzjoni:
Organizzazzjoni tar-rieżami
Organizzazzjoni li tipprovdi iktar informazzjoni dwar proċeduri tar-rieżami

8.1. **ORG-0003**

Isem uffċjali: BigMedia, spol. s r.o.
Daqs tal-operatur ekonomiku: Rebbieħ kbir
Numru tar-registrazzjoni: 26479451
Indirizz postali: Na strži 2097/63
Belt: Praha - Krč
Kodiči postali: 14000
Sottodivizjoni tal-pajjiż (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)
Pajjiż: Ič-Čekja
Email: INFO@BIGMEDIA.CZ
Telefown: +420 246085192
Rwoli ta' din l-organizzazzjoni:
Offerent
Rebbieħ ta' dawn il-lottijiet: LOT-0001

8.1. **ORG-0007**

Isem uffċjali: outdoor akzent s.r.o.
Daqs tal-operatur ekonomiku: Rebbieħ mikro, žgħir jew medju
Numru tar-registrazzjoni: 00545911
Indirizz postali: Na strži 2097/63
Belt: Praha - Krč
Kodiči postali: 14000
Sottodivizjoni tal-pajjiż (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)
Pajjiż: Ič-Čekja
Email: info@outdoor-akzent.cz
Telefown: +420 221475110
Rwoli ta' din l-organizzazzjoni:
Sottokuntrattur

8.1. **ORG-0008**

Isem uffċjali: RAILREKLAM, spol. s r.o.
Daqs tal-operatur ekonomiku: Rebbieħ mikro, žgħir jew medju
Numru tar-registrazzjoni: 17047234
Indirizz postali: Na strži 2097/63
Belt: Praha - Krč
Kodiči postali: 14000
Sottodivizjoni tal-pajjiż (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)
Pajjiż: Ič-Čekja

Email: info@railreklam.cz

Telefown: +420 221709111

Rwoli ta' din l-organizzazzjoni:

Sottokuntrattur

8.1. ORG-0009

Isem uffiċjali: MetroZoom s.r.o.

Daqs tal-operatur ekonomiku: Rebbieh mikro, żgħir jew medju

Numru tar-reġistrazzjoni: 08291501

Indirizz postali: Na strži 2097/63

Belt: Praha - Krč

Kodiċi postali: 14000

Sottodivizjoni tal-pajjiż (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Pajjiż: Iċ-Ċekja

Email: info@metrozoom.cz

Telefown: +420 800300111

Rwoli ta' din l-organizzazzjoni:

Sottokuntrattur

Informazzjoni dwar l-avviż

Identifikatur/verżjoni tal-avviż: dc47feea-9aa3-4577-bfb3-db7ede40bfb1 - 01

Tip ta' formola: Riżultat

Tip ta' avviż: Avviż tal-għoti tal-kuntratt jew tal-konċessjoni – reġim standard

Sottotip tal-avviż: 29

Data ta' meta ntbagħat l-avviż: 14/10/2024 15:13:54 (UTC+02:00) Ħin tal-Ewropa tal-Lvant,
Ħin tas-sajf tal-Ewropa Ċentrali

Lingwi li bihom dan l-avviż huwa disponibbli uffiċjalment: Ċek

Numru tal-pubblikazzjoni tal-avviż: 624975-2024

Numru tal-ħarġa tal-ĠU S: 202/2024

Data tal-pubblikazzjoni: 16/10/2024