

## 624975-2024 - Rezultat

Cehia – Servicii de publicitate și de comercializare – Nákup mediálníhoho prostoru - OOH

OJ S 202/2024 16/10/2024

Anunț de atribuire a contractului sau a concesiunii - regim standard

Servicii

### 1. Cumpărător

---

#### 1.1. Cumpărător

Denumire oficială: VŠEOBECNÁ ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA ČESKÉ REPUBLIKY

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

Forma juridică a achizitorului: Organism de drept public, controlat de o autoritate guvernamentală centrală

Activitatea autorității contractante: Sănătate

### 2. Procedură

---

#### 2.1. Procedură

Titlu: Nákup mediálníhoho prostoru - OOH

Descriere: 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).

Identifikatorul procedurii: 6a92f548-80f0-495c-8a15-2ec481ef4119

Anunț anterior: 555475-2023

Identificator intern: 2300499

Tip de procedură: Deschisă

##### 2.1.1. Scop

Natura contractului: Servicii

Clasificarea principală (cpv): 79340000 Servicii de publicitate și de comercializare

Clasificare suplimentară (cpv): 79341000 Servicii de publicitate, 79341100 Servicii de consultanță în publicitate, 79342000 Servicii de comercializare

##### 2.1.2. Locul de executare

Țara: Cehia

Oriunde în țara respectivă

##### 2.1.3. Valoare

Valoarea estimată fără TVA: 20 000 000,00 CZK

##### 2.1.4. Informații generale

**Temei juridic:**

Directiva 2014/24/UE

## 5. Lot

---

### 5.1. Lot: LOT-0001

Titlu: Nákup mediálního prostoru - OOH

Descriere: 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).

Identificator intern: 2300499

#### 5.1.1. Scop

Natura contractului: Servicii

Clasificarea principală (cpv): 79340000 Servicii de publicitate și de comercializare

Clasificare suplimentară (cpv): 79341000 Servicii de publicitate, 79342000 Servicii de comercializare, 79341100 Servicii de consultanță în publicitate

#### 5.1.2. Locul de executare

Țara: Cehia

Oriunde în țara respectivă

#### 5.1.3. Durata estimată

Data începerii: 05/04/2024

Data de sfârșit a duratei: 05/04/2026

#### 5.1.5. Valoare

Valoarea estimată fără TVA: 20 000 000,00 CZK

Valoarea maximă a acordului-cadru: 20 000 000,00 CZK

#### 5.1.6. Informații generale

Proiect de achiziții publice nefinanțat din fonduri UE

Achiziția face obiectul Acordului privind achizițiile publice (AAP): da

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

#### 5.1.7. Achiziție publică strategică

Obiectivul achiziției publice strategice: Îndeplinirea obiectivelor sociale

Descriere: 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).

Obiectiv social promovat: Accesibilitate pentru toți

#### 5.1.10. Criterii de atribuire

Criteriu:

Tip: Preț

Denumire: Celková cena v Kč bez DPH

Descriere: 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)

Categorie a criteriului de atribuire greutate: Ponderare (procentaj, valoare exactă)

Număr legat de criteriul de atribuire: 60

#### **Criteriu:**

Tip: Calitate

Denumire: Závazný způsob vyhodnocení zásahu

Descriere: 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.

Categorie a criteriului de atribuire greutate: Ponderare (procentaj, valoare exactă)

Număr legat de criteriul de atribuire: 30

#### **Criteriu:**

Tip: Calitate

Denumire: Lokality s průkazným uvedením frekvence zásahu za měsíc

Descriere: 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)

Categorie a criteriului de atribuire greutate: Ponderare (procentaj, valoare exactă)

Număr legat de criteriul de atribuire: 10

Descrierea metodei care trebuie utilizată dacă ponderarea nu poate fi exprimată prin criterii:

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. Aspecte tehnice

##### Acord-cadru:

Acord-cadru, fără reluarea procedurii concurențiale

##### Informații despre sistemul dinamic de achiziții:

Nu există un sistem dinamic de achiziție

Licitație electronică: nu

#### 5.1.16. Informații suplimentare, mediere și căi de atac

Organizația responsabilă cu căile de atac: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

Informații privind termenele-limită pentru reexaminare: 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.

Organizația care furnizează mai multe informații cu privire la căile de atac: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

## 6. Rezultate

---

Valoarea tuturor contractelor atribuite în această notificare: 2 414 080,00 CZK

### 6.1. Rezultate: identificator lot: LOT-0001

Statutul selecției câștigătorului: A fost selecționat cel puțin un câștigător.

### 6.1.2. Informații despre câștigători

#### Câștigător:

Denumire oficială: BigMedia, spol. s r.o.

#### Subcontractanții câștigătorului:

Denumire oficială: RAILREKLAM, spol. s r.o., MetroZoom s.r.o., outdoor akzent s.r.o.

#### Ofertă:

Identificatorul ofertei: 2300499/1

Identificatorul lotului sau al grupului de loturi: LOT-0001

Oferta a fost poziționată în clasament: nu

Locul pe lista câștigătorilor: 1

Oferta este o variantă: nu

Subcontractare: Da

Valoarea subcontractării este cunoscută: nu

Valoarea procentuală a subcontractării este cunoscută: nu

Descriere: 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

**Informații referitoare la contract:**

Identificatorul contractului: 04/OMKK/2024

Titlu: Rámcová dohoda o nákupu mediálního prostoru - OOH

Data la care a fost ales câștigătorul: 16/02/2024

Data încheierii contractului: 29/08/2024

Contractul este atribuit în baza unui acord-cadru: nu

**6.1.4. Informații statistice**

**Rezumatul cererilor de reexaminare primite de achizitor:**

Număr de reclamații: 0

**Oferte/ cereri de participare primite:**

Tip de oferte primite: Cereri de participare

Număr de oferte/cereri de participare primite: 0

Tip de oferte primite: Oferte depuse pe cale electronică

Număr de oferte/cereri de participare primite: 2

Tip de oferte primite: Oferte depuse de ofertanți înregistrați în țări din afara Spațiului Economic European

Număr de oferte/cereri de participare primite: 0

Tip de oferte primite: Oferte depuse de ofertanți înregistrați în alte țări din Spațiul Economic European decât țara cumpărătorului

Număr de oferte/cereri de participare primite: 0

Tip de oferte primite: Oferte de la ofertanți cu dimensiuni micro, mici sau mijlocii

Număr de oferte/cereri de participare primite: 0

Tip de oferte primite: Oferte verificate și inadmisibile

Număr de oferte/cereri de participare primite: 0

Tip de oferte primite: Oferte verificate și inadmisibile din cauza prețului sau a costului anormal de scăzut

Număr de oferte/cereri de participare primite: 0

Tip de oferte primite: Oferte

Număr de oferte/cereri de participare primite: 0

## 8. Organizații

---

**8.1. ORG-0001**

Denumire oficială: VŠEOBECNÁ ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA ČESKÉ REPUBLIKY

Număr de înregistrare: 41197518

Adresă poștală: Orlická 2020

Localitate: Praha

Cod poștal: 13000

Țara: Cehia

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

Telefon: +420 952220292

Profilul achizitorului: <https://www.tenderarena.cz/profily/vzp>

**Rolurile acestei organizații:**

Cumpărător

**8.1. ORG-0002**

Denumire oficială: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

Număr de înregistrare: 65349423

Adresă poștală: třída Kpt. Jaroše 1926/7

Localitate: Brno

Cod poștal: 60200

Subdiviziunea țării (NUTS): Jihomoravský kraj (CZ064)

Țara: Cehia

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

Telefon: +420 542167111

Adresa de internet: <https://uohs.gov.cz>

**Rolurile acestei organizații:**

Organizația responsabilă cu căile de atac

Organizația care furnizează mai multe informații cu privire la căile de atac

**8.1. ORG-0003**

Denumire oficială: BigMedia, spol. s r.o.

Dimensiunea operatorului economic: Mare

Număr de înregistrare: 26479451

Adresă poștală: Na strži 2097/63

Localitate: Praha - Krč

Cod poștal: 14000

Subdiviziunea țării (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Țara: Cehia

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

Telefon: +420 246085192

**Rolurile acestei organizații:**

Ofertant

**Câștigătorul acestor loturi: LOT-0001**

**8.1. ORG-0007**

Denumire oficială: outdoor akzent s.r.o.

Dimensiunea operatorului economic: Micro, mică sau medie

Număr de înregistrare: 00545911

Adresă poștală: Na strži 2097/63

Localitate: Praha - Krč

Cod poștal: 14000

Subdiviziunea țării (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Țara: Cehia

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

Telefon: +420 221475110

**Rolurile acestei organizații:**

Subcontractant

**8.1. ORG-0008**

Denumire oficială: RAILREKLAM, spol. s r.o.

Dimensiunea operatorului economic: Micro, mică sau medie

Număr de înregistrare: 17047234

Adresă poștală: Na strži 2097/63

Localitate: Praha - Krč

Cod poștal: 14000

Subdiviziunea țării (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Țara: Cehia  
E-mail: [info@railreklam.cz](mailto:info@railreklam.cz)  
Telefon: +420 221709111

**Rolurile acestei organizații:**

Subcontractant

**8.1. ORG-0009**

Denumire oficială: MetroZoom s.r.o.  
Dimensiunea operatorului economic: Micro, mică sau medie  
Număr de înregistrare: 08291501  
Adresă poștală: Na strži 2097/63  
Localitate: Praha - Krč  
Cod poștal: 14000  
Subdiviziunea țării (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)  
Țara: Cehia  
E-mail: [info@metrozoom.cz](mailto:info@metrozoom.cz)  
Telefon: +420 800300111  
**Rolurile acestei organizații:**  
Subcontractant

## **Informații privind anunțul**

---

Identificatorul versiunea anunțului: dc47feea-9aa3-4577-bfb3-db7ede40bfb1 - 01  
Tip de formular: Rezultat  
Tip de anunț: Anunț de atribuire a contractului sau a concesiunii - regim standard  
Subtipul anunțului: 29  
Data notificării expedierii: 14/10/2024 15:13:54 (UTC+02:00) ora Europei de Est, ora de vară a Europei Centrale  
Limbile în care acest anunț este disponibil oficial: cehă  
Numărul de publicare al anunțului: 624975-2024  
Numărul ediției JO S: 202/2024  
Data publicării: 16/10/2024