

## 624975-2024 - Výsledok

Česko – Reklamné a marketingové služby – Nákup mediálneho priestoru - OOH

OJ S 202/2024 16/10/2024

Oznámenie o výsledku verejného obstarávania alebo oznámenie o udelení koncesie – štandardný režim

Služby

### 1. Kupujúci

---

#### 1.1. Kupujúci

Úradný názov: VŠEOBECNÁ ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA ČESKÉ REPUBLIKY

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

Typ kupujúceho podľa právnych predpisov: Verejnoprávna inštitúcia pod kontrolou orgánu ústrednej štátnej správy

Činnosť verejného obstarávateľa: Zdravie

### 2. Postup

---

#### 2.1. Postup

Názov: Nákup mediálneho priestoru - OOH

Opis: Predmetom plnení verejnej zakázky je nákup mediálneho priestoru v nosičoch reklamy – OOH, v jehož rámci budú zadavateli rovněž poskytované marketingové služby týkajúce sa plánovania mediálnych reklamných kampaní, nákupu mediálneho reklamného priestoru, monitoringu mediálnych aktivít konkurencie, tj. služieb nezbytných pre realizáciu marketingových kampaní v súlade s konkrétnymi požiadavkami zadávateľa. Mediálny priestor OOH je forma reklamy, ktorá pôsobí mimo domov cieľovej skupiny a zahŕňa outdoorovú reklamu (venkovní - billboardy, bigboardy, veľkoplošné digitálne zobrazovače, CLV v uliciach) a indoorovú reklamu (vnitřní - CLV ve vestibulech nádraží a metra).

Identifikátor postupu: 6a92f548-80f0-495c-8a15-2ec481ef4119

Predchádzajúce oznámenie: 555475-2023

Interný identifikátor: 2300499

Druh postupu: Verejná súťaž

##### 2.1.1. Účel

Druh zmluvy: Služby

Hlavná klasifikácia (cpv): 79340000 Reklamné a marketingové služby

Doplňujúca klasifikácia (cpv): 79341000 Reklamné služby, 79341100 Reklamné poradenské služby, 79342000 Marketingové služby

##### 2.1.2. Miesto plnenia

Krajina: Česko

Kdekoľvek v danej krajine

##### 2.1.3. Hodnota

Predpokladaná hodnota bez DPH: 20 000 000,00 CZK

##### 2.1.4. Všeobecné informácie

Právny základ:

Smernica 2014/24/EÚ

## 5. Časť

### 5.1. Časť: LOT-0001

Názov: 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).

Interný identifikátor: 2300499

#### 5.1.1. Účel

Druh zmluvy: Služby

Hlavná klasifikácia (cpv): 79340000 Reklamné a marketingové služby

Doplňujúca klasifikácia (cpv): 79341000 Reklamné služby, 79342000 Marketingové služby, 79341100 Reklamné poradenské služby

#### 5.1.2. Miesto plnenia

Krajina: Česko

Kdekoľvek v danej krajine

#### 5.1.3. Predpokladané trvanie

Dátum začatia: 05/04/2024

Dátum konca trvania: 05/04/2026

#### 5.1.5. Hodnota

Predpokladaná hodnota bez DPH: 20 000 000,00 CZK

Maximálna hodnota rámcovej dohody: 20 000 000,00 CZK

#### 5.1.6. Všeobecné informácie

Projekt verejného obstarávania nie je financovaný z prostriedkov EÚ

Na toto verejné obstarávanie sa vzťahuje Dohoda o vládnom obstarávaní (GPA): áno

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

#### 5.1.7. Strategické verejné obstarávanie

Cieľ strategického verejného obstarávania: Splnenie sociálnych cieľov

Opis: Zadavateľ v rámci podpory malých a stredných podniků zavádí DNS pro zařazení dalších účastníků do veřejné zakázky. Zadavateľ v rámci podpory malých a stredných podniků poskytuje v zadávací dokumentaci dodavatelům přehledné vzory požadovaných dokumentů, aby co nejvíce snížil administrativní zátěž dodavatelů při tvorbě nabídky. Zadavateľ připouští zajišťovat plnění veřejné zakázky i prostřednictvím poddodavatele(ů).

Podporovaný sociálny cieľ: Prístupnosť pre všetkých

#### 5.1.10. Kritériá na vyhodnotenie ponúk

Kritérium:

Typ: Cena

Názov: 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)

Katégorie kritéria na vyhodnotenie ponúk hmotnosť: Váha (percentá, presne)

Číslo kritéria na vyhodnotenie ponúk: 60

#### **Kritérium:**

Typ: Kvalita

Názov: 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 nejuvěrohodnějším evaluačním potenciálem, tj. s ověřitelným a věrohodným zdrojem dat.- váha subkritéria 3 % Kvalita umístění. Účastník ve své nabídce předloží umístění OOH v místech s nejvyšším zachyceným pohybem vzorku konzumentů a ověřitelným způsobem své údaje doloží. Za ověřitelný způsob budou považována data s uvedením konkrétních zdrojů. Nejlépe budou hodnoceny nabídky s umístěním v místech nejvyššího prokazatelného pohybu konzumentů reklamního sdělení.- váha subkritéria 6 % Aktuálnost dat. Účastník v nabídce uvede, v jakém časovém horizontu je schopen ověřovat a dokládat poskytovaná data. Nejlépe budou hodnoceny nabídky s nejaktuálnějším možným výstupem v měsících a tím nejrychlejší zpětnou vazbou pro zadavatele. – váha subkritéria 8 % Pro hodnocení subkritérií, která nelze vyjádřit číselně, tj. subkritéria hodnocení B odst. a), c) a d), jež hodnotí kvalitu účastníkem nabízeného řešení, bude použita bodovací stupnice v rozsahu 4 – 0. Každé jednotlivé nabídce bude přidělena bodová hodnota, která odráží úspěšnost nabídky v rámci přísl. kritéria. Odborní členové komise budou přidělovat body v rámci dílčího hodnotícího kritéria B jako kolektivní orgán, nikoli každý člen komise zvlášť, přičemž odůvodnění přidělení jednotlivých bodů bude uvedeno v písemné zprávě o hodnocení nabídek. Odborná část komise sestaví pořadí nabídek v každém subkritériu hodnocení B odst. a), c) a d) od nejhodnější k nejméně vhodné přiřadí nejhodnější 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 nejhodnější 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.

Kategória kritéria na vyhodnotenie ponúk hmotnosť: Váha (percentá, presne)

Číslo kritéria na vyhodnotenie ponúk: 30

**Kritérium:**

Typ: Kvalita

Názov: 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 nejhodnější 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 nejhodnější (zaokrouhlena 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)

Kategória kritéria na vyhodnotenie ponúk hmotnosť: Váha (percentá, presne)

Číslo kritéria na vyhodnotenie ponúk: 10

Opis metódy, ktorá sa má použiť, keď váhu nemožno vyjadriť pomocou kritérií: 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. Techniky

##### **Rámcová dohoda:**

Rámcová dohoda, bez opätovného vyhlásenia súťaže

##### **Informácie o dynamickom nákupnom systéme:**

Žiadny dynamický nákupný systém

Elektronická aukcia: nie

#### 5.1.16. Ďalšie informácie, mediácia a preskúmanie

Organizácia pre preskúmanie: Úrad pro ochranu hospodářské soutěže

Informácie o lehotách na preskúmanie: 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

úvedením dôvodu 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.

Organizácia poskytujúca ďalšie informácie o postupy preskúmania: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

## 6. Výsledky

---

Hodnota všech zmlúv udelených v tomto oznámení: 2 414 080,00 CZK

### 6.1. Identifikátor časti výsledku: LOT-0001

Stav výberu víťaza: Bol vybraný aspoň jeden víťaz.

#### 6.1.2. Informácie o víťazoch

##### Víťaz:

Úradný názov: BigMedia, spol. s r.o.

##### Subdodávateľa víťaza:

Úradný názov: RAILREKLAM, spol. s r.o., MetroZoom s.r.o., outdoor akzent s.r.o.

##### Ponuka:

Identifikátor ponuky: 2300499/1

Identifikátor časti alebo skupiny častí: LOT-0001

Ponuka bola zaradená do poradia: nie

Poradie v zozname víťazov: 1

Ponuka je variantné riešenie: nie

Zadávanie zákaziek subdodávateľom: Áno

Hodnota subdodávky je známa: nie

Percentuálny podiel subdodávok je známy: nie

Opis: Poddodavateľ č. 1: RAILREKLAM, spol. s r.o. Část veřejné zakázky, kterou bude tento poddodavateľ plnit: reklamní prostor na reklamních nosičích typu CityLight vitrína (CLV) na nádražích v České republice a na velkoplošných digitálních zobrazovačích Poddodavateľ č. 2: MetroZoom s.r.o. Část veřejné zakázky, kterou bude tento poddodavateľ plnit: reklamní prostor na reklamních nosičích typu CityLight vitrína (CLV) ve stanicích metra v Praze Poddodavateľ č. 3: outdoor akzent s.r.o. Část veřejné zakázky, kterou bude tento

poddodavateľ plniť: realizácie instalačných a deinstalačných prác a distribúcie reklamných materiálov

**Informácie o zmluve:**

Identifikátor zmluvy: 04/OMKK/2024

Názov: Rámcová dohoda o nákupu mediálneho priestoru - OOH

Dátum výberu víťaza: 16/02/2024

Dátum uzavretia zmluvy: 29/08/2024

Zmluva je uzavretá na základe rámcovej dohody: nie

**6.1.4. Štatistické informácie**

**Zhrnutie žiadostí o preskúmanie, ktoré boli kupujúcemu doručené:**

Počet sťažovateľov: 0

**Prijaté ponuky alebo žiadosti o účasť:**

Typ prijatých ponúk: Žiadosti o účasť

Počet prijatých ponúk alebo žiadostí o účasť: 0

Typ prijatých ponúk: Ponuky podané elektronicky

Počet prijatých ponúk alebo žiadostí o účasť: 2

Typ prijatých ponúk: Ponuky od uchádzačov registrovaných v krajinách mimo Európskeho hospodárskeho priestoru

Počet prijatých ponúk alebo žiadostí o účasť: 0

Typ prijatých ponúk: Ponuky od uchádzačov registrovaných v iných krajinách Európskeho hospodárskeho priestoru než v krajine kupujúceho

Počet prijatých ponúk alebo žiadostí o účasť: 0

Typ prijatých ponúk: Ponuky od uchádzačov, ktorí sú mikropodnikmi, malými alebo strednými podnikmi

Počet prijatých ponúk alebo žiadostí o účasť: 0

Typ prijatých ponúk: Ponuky overené a neprípustné

Počet prijatých ponúk alebo žiadostí o účasť: 0

Typ prijatých ponúk: Ponuky overené a neprípustné z dôvodu neobvykle nízkej ceny alebo nízkych nákladov

Počet prijatých ponúk alebo žiadostí o účasť: 0

Typ prijatých ponúk: Ponuky

Počet prijatých ponúk alebo žiadostí o účasť: 0

## 8. Organizácie

---

**8.1. ORG-0001**

Úradný názov: VŠEOBECNÁ ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA ČESKÉ REPUBLIKY

Registračné číslo: 41197518

Poštová adresa: Orlická 2020

Mesto: Praha

PSČ: 13000

Krajina: Česko

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

Telefón: +420 952220292

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

**Roly tejto organizácie:**

Kupujúci

**8.1. ORG-0002**

Úradný názov: Úrad pro ochranu hospodářské soutěže  
Registračné číslo: 65349423  
Poštová adresa: třída Kpt. Jaroše 1926/7  
Mesto: Brno  
PSČ: 60200  
Nižšia územná jednotka krajiny (NUTS): Jihomoravský kraj (CZ064)  
Krajina: Česko  
E-mail: [posta@uohs.cz](mailto:posta@uohs.cz)  
Telefón: +420 542167111  
Internetová adresa: <https://uohs.gov.cz>

**Roly tejto organizácie:**

Organizácia pre preskúmanie  
Organizácia poskytujúca ďalšie informácie o postupy preskúmania

**8.1. ORG-0003**

Úradný názov: BigMedia, spol. s r.o.  
Veľkosť hospodárskeho subjektu: Veľký podnik  
Registračné číslo: 26479451  
Poštová adresa: Na strži 2097/63  
Mesto: Praha - Krč  
PSČ: 14000  
Nižšia územná jednotka krajiny (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)  
Krajina: Česko  
E-mail: [INFO@BIGMEDIA.CZ](mailto:INFO@BIGMEDIA.CZ)  
Telefón: +420 246085192

**Roly tejto organizácie:**

Uchádzač

**Vít'az týchto častí: LOT-0001**

**8.1. ORG-0007**

Úradný názov: outdoor akzent s.r.o.  
Veľkosť hospodárskeho subjektu: Mikropodnik, malý alebo stredný podnik  
Registračné číslo: 00545911  
Poštová adresa: Na strži 2097/63  
Mesto: Praha - Krč  
PSČ: 14000  
Nižšia územná jednotka krajiny (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)  
Krajina: Česko  
E-mail: [info@outdoor-akzent.cz](mailto:info@outdoor-akzent.cz)  
Telefón: +420 221475110

**Roly tejto organizácie:**

Subdodávateľ

**8.1. ORG-0008**

Úradný názov: RAILREKLAM, spol. s r.o.  
Veľkosť hospodárskeho subjektu: Mikropodnik, malý alebo stredný podnik  
Registračné číslo: 17047234  
Poštová adresa: Na strži 2097/63  
Mesto: Praha - Krč  
PSČ: 14000  
Nižšia územná jednotka krajiny (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Krajina: Česko  
E-mail: [info@railreklam.cz](mailto:info@railreklam.cz)  
Telefón: +420 221709111

**Roly tejto organizácie:**

Subdodávateľ

**8.1. ORG-0009**

Úradný názov: MetroZoom s.r.o.

Veľkosť hospodárskeho subjektu: Mikropodnik, malý alebo stredný podnik

Registračné číslo: 08291501

Poštová adresa: Na strži 2097/63

Mesto: Praha - Krč

PSČ: 14000

Nižšia územná jednotka krajiny (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Krajina: Česko

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

Telefón: +420 800300111

**Roly tejto organizácie:**

Subdodávateľ

## Informácie o oznámení

---

Identifikátor/verzia oznámenia: dc47feea-9aa3-4577-bfb3-db7ede40bfb1 - 01

Typ formulára: Výsledok

Typ oznámenia: Oznámenie o výsledku verejného obstarávania alebo oznámenie o udelení koncesie – štandardný režim

Podtyp oznámenia: 29

Dátum odoslania oznámenia: 14/10/2024 15:13:54 (UTC+02:00) východoeurópsky čas, stredoeurópsky letný čas

Jazyky, v ktorých je toto oznámenie oficiálne k dispozícii: čeština

Číslo uverejnenia oznámenia: 624975-2024

Číslo vydania série S úradného vestníka: 202/2024

Dátum uverejnenia: 16/10/2024