

**Češka – Storitve oglaševanja in trženja – Nákup mediálníhoho prostoru - OOH**

OJ S 202/2024 16/10/2024

**Obvestilo o podelitvi koncesije ali oddaji naročila – standardna ureditev Storitve**

---

**1. Kupec****1.1. Kupec**

Uradno ime: VŠEOBECNÁ ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA ČESKÉ REPUBLIKY

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

Pravna vrsta kupca: Oseba javnega prava, ki jo obvladuje osrednji državni organ

Dejavnost javnega naročnika: Zdravje

---

**2. Postopek****2.1. Postopek**

Naslov: Nákup mediálníhoho 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).

Identifikator postopka: 6a92f548-80f0-495c-8a15-2ec481ef4119

Predhodno obvestilo: 555475-2023

Notranji identifikator: 2300499

Vrsta postopka: Odprti postopek

**2.1.1. Namen**

Vrsta javnega naročila: Storitve

Glavna klasifikacijska oznaka (cpv): 79340000 Storitve oglaševanja in trženja

Dodatna klasifikacija (cpv): 79341000 Oglaševalske storitve, 79341100 Storitve svetovanja pri oglaševanju, 79342000 Storitve trženja

**2.1.2. Kraj izvajanja**

Država: Češka

Kjer koli v določeni državi

**2.1.3. Vrednost**

Ocenjena vrednost brez DDV: 20 000 000,00 CZK

**2.1.4. Splošne informacije**

Pravna podlaga:

Direktiva 2014/24/EU

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

134/2016 Sb. - Zákon o zadávání veřejných zakázek

### 5.1. Sklop: LOT-0001

Naslov: Nákup mediálního prostoru - OOH

Opis: Předmětem plnění veřejné zakázky je nákup mediálního prostoru v nosičích reklamy – OOH, v jehož rámci budou zadavateli rovněž poskytovány marketingové služby týkající se plánování mediálních reklamních kampaní, nákupu mediálního reklamního prostoru, monitoringu mediálních aktivit konkurence, tj. služeb nezbytných pro realizaci marketingových kampaní v souladu s konkrétními požadavky zadavatele. Mediální prostor OOH je forma reklamy, která působí mimo domov cílové skupiny a zahrnuje outdoorovou reklamu (venkovní - billboardy, bigboardy, velkoplošné digitální zobrazovače, CLV v ulicích) a indoorovou reklamu (vnitřní - CLV ve vestibulech nádraží a metra).

Notranji identifikator: 2300499

#### 5.1.1. Namen

Vrsta javnega naročila: Storitve

Glavna klasifikacijska oznaka (cpv): 79340000 Storitve oglaševanja in trženja

Dodatna klasifikacija (cpv): 79341000 Oglaševalske storitve, 79342000 Storitve trženja, 79341100 Storitve svetovanja pri oglaševanju

#### 5.1.2. Kraj izvajanja

Država: Češka

Kjer koli v določenih državah

#### 5.1.3. Predvideno trajanje

Datum začetka: 05/04/2024

Datum zaključka trajanja: 05/04/2026

#### 5.1.5. Vrednost

Ocenjena vrednost brez DDV: 20 000 000,00 CZK

Najvišja vrednost okvirnega sporazuma: 20 000 000,00 CZK

#### 5.1.6. Splošne informacije

Projekt javnega naročanja se ne financira s sredstvi EU

Javno naročilo je zajeto v Sporazumu o javnih naročilih: da

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

#### 5.1.7. Strateško javno naročanje

Namen strateškega javnega naročanja: Doseganje socialnih ciljev

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

Spodbujani socialni cilj: Dostopnost za vse

#### 5.1.10. Merila za oddajo javnega naročila

Merilo:

Vrsta: Cena

Ime: Celková cena v Kč bez DPH

Opis: V rámci tohoto kritéria hodnocení bude hodnocena celková nabídková cena zpracovaná dle čl. 10 zadávací dokumentace, v členění dle tabulky uvedené v Příloze č. 1 zadávací

dokumentace – Tabulka pro účely hodnocení – Nákup mediálního prostoru - OOH. Jako nejvýhodnější bude v tomto kritériu hodnocení hodnocena nabídka účastníka s nejnižší celkovou nabídkovou cenou v Kč bez DPH (buňka „F20“ Přílohy č. 3); tento účastník získá za toto kritérium hodnocení 60 bodů. Nabídky dalších účastníků (s celkovou nabídkovou cenou vyšší) budou hodnoceny dle níže uvedeného vzorce: Kritérium hodnocení A =  $100 \times (\text{Hodnota nejnižší nabídkové ceny}) / (\text{Posuzovaná nabídková cena}) \times 0,6$  (váha kritéria A)

Kategorija merila za oddajo javnega naročila teža: Ponder (odstotek, točen)

Številka v merilu za oddajo: 60,00

Merilo:

Vrsta: Kakovost

Ime: Závazný způsob vyhodnocení zásahu

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

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

Kategorija merila za oddajo javnega naročila teža: Ponder (odstotek, točen)

Številka v merilu za oddajo: 30,00

Merilo:

Vrsta: Kakovost

Ime: Lokality s průkazným uvedením frekvence zásahu za měsíc

Opis: V rámci tohoto kritéria hodnocení bude odborná část komise hodnotit kvalitu konkrétního návrhu lokalit s průkazným uvedením frekvence zásahu. Za tímto účelem musí každá hodnocená nabídka povinně obsahovat „Seznam lokalit s průkazným uvedením frekvence zásahu“ obsahující konkrétní uvedení lokalit pro umístění 80 bigboardů (outdoor), 500 billboardů (outdoor), 200 CLV (outdoor), 50 CLV (indoor) a 20 velkoplošných digitálních zobrazovačů (outdoor) s uvedením průkazné frekvence zásahů pro každé jednotlivé umístění. Tento „Seznam“ musí být v souladu s požadavky čl. 5 HDZD a zároveň v souladu s požadavky na Způsob vyhodnocení zásahu a v souladu s Přílohou č. 11 HDZD – Komunikační strategie VZP ČR. „Seznam“ bude povinnou součástí nabídky. Zadavatel upozorňuje, že v případě, že v nabídce účastníka nebude výše uvedený „Seznam“ předložen nebude zadavatel toto kritérium hodnotit nulovým počtem bodů, ale zadavatel to bude v souladu se ZZVZ považovat za nesplnění podmínek účasti, což bude důvodem pro vyloučení účastníka ze zadávacího řízení. Nejlépe bude hodnocena nabídka toho účastníka zadávacího řízení, jehož návrh bude obsahovat nejvyšší průměrný počet průkazných zásahů na jedno místo za jeden měsíc. Odborná část komise vydělí deklarovaný počet zásahů počtem požadovaných lokalit. Získaná číselná hodnota bude zaokrouhlena na dvě desetinná místa. Po provedeném zaokrouhlení získá nabídka, které byl v rámci kritéria hodnocení C přiřazen největší počet bodů, jako nejvhodnější nabídka 100 (sto) bodů. Takto přidělené body v rámci kritérií hodnocení C budou následně vynásobeny příslušnou vahou daného kritéria hodnocení. Další nabídky získají bodovou hodnotu, která bude vypočtena jako násobek 100, poměru bodů, které získala hodnocená nabídka k bodům, které získala nabídka nejvhodnější (zaokrouhleno na dvě desetinná místa) a vynásobením příslušné váhy daného kritéria hodnocení (viz níže uvedené vzorce). Přiřazené body při hodnocení nabídek účastníků budou následně přepočteny dle váhy kritéria podle níže uvedeného vzorce: Kritérium hodnocení C = 100 x ( Hodnota posuzované nabídky)/( Hodnota nejvhodnější nabídky) x 0,10 (váha kritéria C)

Kategorija merila za oddajo javnega naročila teža: Ponder (odstotek, točen)

Številka v merilu za oddajo: 10,00

Opis metode, ki jo je treba uporabiti, če se ponderiranje ne more izraziti z merili: Subkriterium hodnocení B odst.a) =100 x ( Hodnota posuzované nabídky)/( Hodnota nejvhodnější nabídky) x 0,08 (váha kritéria B) Subkriterium hodnocení B odst.c) =100 x ( Hodnota posuzované nabídky)/( Hodnota nejvhodnější nabídky) x 0,03 (váha kritéria B) Subkriterium hodnocení B odst.d) =100 x ( Hodnota posuzované nabídky)/( Hodnota nejvhodnější nabídky) x 0,06 (váha kritéria B) Subkriterium hodnocení B odst.b) =100 x ( Posuzovaný vzorek konzumentů)/( Nejvyšší vzorek konzumentů) x 0,05 (váha kritéria B) Subkriterium hodnocení B odst.e) =100 x ( Hodnota nejnižšího počtu měsíců)/( Posuzovaný počet měsíců) x 0,08 (váha kritéria B) Kriterium hodnocení B =100 x ( Hodnota posuzované nabídky)/( Hodnota nejvhodnější nabídky) x 0,30 (váha kritéria B)

#### 5.1.15. Tehnike

Okvirni sporazum: Okvirni sporazum brez ponovnega odpiranja konkurence

Informacije o dinamičnem nabavnem sistemu: Ni dinamičnega nabavnega sistema

Elektronska dražba: ne

#### 5.1.16. Dodatne informacije, mediacija in revizija

Organizacija za revizijo: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

Informacije o rokih za revizijo: 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 zákazu 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 zákazu 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 zákazu plnění koncesní smlouvy je navrhovatel povinen složit kauci ve výši 200 000 Kč.  
Organizacija, ki daje dodatne informacije o revizijskih postopkih: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

## 6. Rezultati

---

Vrednost vseh pogodb, dodeljenih v tem obvestilu: 2 414 080,00 CZK

### 6.1. ID sklopa za rezultat: LOT-0001

Status izbire ponudnika: Izbran je bil vsaj en zmagovalec.

#### 6.1.2. Informacije o zmagovalcih

##### Zmagovalec:

Uradno ime: BigMedia, spol. s r.o.

Podizvajalci zmagovalca:

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

##### Ponudba:

Identifikator ponudbe: 2300499/1

Identifikator sklopa ali skupine sklopov: LOT-0001

Ponudba je bila razvrščena: ne

Razvrstitev na seznamu zmagovalcev: 1

Vrednost koncesije:

Ponudba je variantna: ne

Oddaja naročil podizvajalcem: Da

Vrednost oddaje naročil podizvajalcem je znana: ne

Delež oddaje naročil podizvajalcem je znan: ne

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

Informacije o javnem naročilu:

Identifikator javnega naročila: 04/OMKK/2024

Naslov: Rámcová dohoda o nákupu mediálního prostoru - OOH

Datum izbire zmagovalca: 16/02/2024

Datum sklenitve javnega naročila: 29/08/2024

Javno naročilo se odda na podlagi okvirnega sporazuma: ne

#### 6.1.4. Statistični podatki:

Povzetek zahtevkov za pregled, ki jih je prejel kupec

Število pritožnikov: 0

Prejete ponudbe ali prijave za sodelovanje:

Vrsta prejetih vlog: Prijave za sodelovanje

Število prejetih ponudb ali prijav za sodelovanje: 0

Vrsta prejetih vlog: Elektronsko predložene ponudbe

Število prejetih ponudb ali prijav za sodelovanje: 2

Vrsta prejetih vlog: Ponudbe ponudnikov, ki so registrirani v državah zunaj Evropskega gospodarskega prostora

Število prejetih ponudb ali prijav za sodelovanje: 0

Vrsta prejetih vlog: Ponudbe ponudnikov, ki so registrirani v drugih državah Evropskega gospodarskega prostora kakor kupec

Število prejetih ponudb ali prijav za sodelovanje: 0

Vrsta prejetih vlog: Ponudbe ponudnikov, ki so mikro-, mala ali srednja podjetja

Število prejetih ponudb ali prijav za sodelovanje: 0

Vrsta prejetih vlog: Ponudbe, ki so bile preverjene in so nedopustne

Število prejetih ponudb ali prijav za sodelovanje: 0

Vrsta prejetih vlog: Ponudbe, ki so bile preverjene in so nedopustne zaradi neobičajno nizke cene ali stroškov

Število prejetih ponudb ali prijav za sodelovanje: 0

Vrsta prejetih vlog: Ponudbe

Število prejetih ponudb ali prijav za sodelovanje: 0

## 8. Organizacije

---

### 8.1. ORG-0001

Uradno ime: VŠEOBECNÁ ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA ČESKÉ REPUBLIKY

Registrska številka: 41197518

Poštni naslov: Orlická 2020

Mesto: Praha

Poštna številka: 13000

Država: Češka

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

Tel.: +420 952220292

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

**Vloge te organizacije:**

Kupec

### 8.1. ORG-0002

Uradno ime: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

Registrska številka: 65349423

Poštni naslov: třída Kpt. Jaroše 1926/7

Mesto: Brno

Poštna številka: 60200

Podregija države (NUTS): Jihomoravský kraj (CZ064)

Država: Češka  
E-naslov: [posta@uohs.cz](mailto:posta@uohs.cz)  
Tel.: +420 542167111  
Spletni naslov: <https://uohs.gov.cz>

**Vloge te organizacije:**

Organizacija za revizijo  
Organizacija, ki daje dodatne informacije o revizijskih postopkih

**8.1. ORG-0003**

Uradno ime: BigMedia, spol. s r.o.  
Velikost gospodarskega subjekta: Veliko  
Registrska številka: 26479451  
Poštni naslov: Na strži 2097/63  
Mesto: Praha - Krč  
Poštna številka: 14000  
Podregija države (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)  
Država: Češka  
E-naslov: [INFO@BIGMEDIA.CZ](mailto:INFO@BIGMEDIA.CZ)  
Tel.: +420 246085192

**Vloge te organizacije:**

Ponudnik  
**Izbrani ponudnik za te sklope:** LOT-0001

**8.1. ORG-0007**

Uradno ime: outdoor akzent s.r.o.  
Velikost gospodarskega subjekta: Mikro-, malo ali srednje podjetje  
Registrska številka: 00545911  
Poštni naslov: Na strži 2097/63  
Mesto: Praha - Krč  
Poštna številka: 14000  
Podregija države (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)  
Država: Češka  
E-naslov: [info@outdoor-akzent.cz](mailto:info@outdoor-akzent.cz)  
Tel.: +420 221475110

**Vloge te organizacije:**

Podizvajalec

**8.1. ORG-0008**

Uradno ime: RAILREKLAM, spol. s r.o.  
Velikost gospodarskega subjekta: Mikro-, malo ali srednje podjetje  
Registrska številka: 17047234  
Poštni naslov: Na strži 2097/63  
Mesto: Praha - Krč  
Poštna številka: 14000  
Podregija države (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)  
Država: Češka  
E-naslov: [info@railreklam.cz](mailto:info@railreklam.cz)  
Tel.: +420 221709111

**Vloge te organizacije:**



Podizvajalec

### 8.1. **ORG-0009**

Uradno ime: MetroZoom s.r.o.

Velikost gospodarskega subjekta: Mikro-, malo ali srednje podjetje

Registrska številka: 08291501

Poštni naslov: Na strži 2097/63

Mesto: Praha - Krč

Poštna številka: 14000

Podregija države (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Država: Češka

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

Tel.: +420 800300111

#### **Vloge te organizacije:**

Podizvajalec

#### Informacije o obvestilu

---

Identifikator/različica obvestila: dc47feea-9aa3-4577-bfb3-db7ede40bfb1 - 01

Vrsta obrazca: Rezultati

Vrsta obvestila: Obvestilo o podelitvi koncesije ali oddaji naročila – standardna ureditev

Podvrsta obvestila: 29

Datum pošiljanja obvestila: 14/10/2024 15:13:54 (UTC+2) Eastern European Time, Central European Summer Time

Jeziki, v katerih je uradno dostopno to obvestilo: češčina

Številka objave obvestila: 624975-2024

Številka izdaje UL S: 202/2024

Datum objave: 16/10/2024