

Tjeckien – Reklam och marknadsföring – Nákup mediálníhoho prostoru - OOH

OJ S 202/2024 16/10/2024

Meddelande om upphandlings- eller koncessionstilldelning – standardssystem**Tjänster****1. Upphandlare**

1.1. Upphandlare

Officiellt namn: VŠEOBECNÁ ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA ČESKÉ REPUBLIKY

E-postadress: ivana.uhrova@vzp.cz

Köparens rättsliga status: Offentligt styrt organ som kontrolleras av en statlig myndighet

Den upphandlande myndighetens verksamhet: Hälso- och sjukvård

2. Förfarande

2.1. Förfarande

Titel: Nákup mediálníhoho prostoru - OOH

Beskrivning: 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).

Förfarandets identifierare: 6a92f548-80f0-495c-8a15-2ec481ef4119

Föregående meddelande: 555475-2023

Intern identifierare: 2300499

Typ av förfarande: Öppet

2.1.1. Föremålet för upphandlingen

Kontraktets art: Tjänster

Huvudklassificering (cpv): 79340000 Reklam och marknadsföring

Ytterligare klassificering (cpv): 79341000 Reklam, 79341100 Reklamrådgivning, 79342000 Marknadsföring

2.1.2. Leveransplats

Land: Tjeckien

Var som helst i det aktuella landet

2.1.3. Värde

Beräknat värde exklusive moms: 20 000 000,00 CZK

2.1.4. Allmänna upplysningar

Rättslig grund:

Direktiv 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. Del (anbudssområde): LOT-0001

Titel: Nákup mediálního prostoru - OOH

Beskrivning: 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).

Intern identifierare: 2300499

5.1.1. Föremålet för upphandlingen

Kontraktets art: Tjänster

Huvudklassificering (cpv): 79340000 Reklam och marknadsföring

Ytterligare klassificering (cpv): 79341000 Reklam, 79342000 Marknadsföring, 79341100 Reklamrådgivning

5.1.2. Leveransplats

Land: Tjeckien

Var som helst i det aktuella landet

5.1.3. Uppskattad löptid

Startdatum: 05/04/2024

Slutdatum för varaktighet: 05/04/2026

5.1.5. Värde

Beräknat värde exklusive moms: 20 000 000,00 CZK

Högsta värde för ramavtalet: 20 000 000,00 CZK

5.1.6. Allmänna upplysningar

Upphandlingsprojekt som inte finansieras med EU-medel

Upphandlingen omfattas av Världshandelsorganisationens avtal om offentlig upphandling, GPA : ja

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

5.1.7. Strategisk upphandling

Syftet med strategisk upphandling: Främjande av social hållbarhet

Beskrivning: 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).

Socialt mål som främjas: Tillgänglighet för alla

5.1.10. Tilldelningskriterier

Kriterium:

Typ: Pris

Namn: Celková cena v Kč bez DPH

Beskrivning: 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)

Kategori av tilldelningskriteriet vikt: Viktning (procentandel, exakt)

Sifferangivelse för tilldelningskriterium: 60

Kriterium:

Typ: Kvalitet

Namn: Závazný způsob vyhodnocení zásahu

Beskrivning: 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.

Kategori av tilldelningskriteriet vikt: Vikting (procentandel, exakt)

Sifferangivelse för tilldelningskriterium: 30

Kriterium:

Typ: Kvalitet

Namn: Lokality s průkazným uvedením frekvence zásahu za měsíc

Beskrivning: 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)

Kategori av tilldelningskriteriet vikt: Viktning (procentandel, exakt)

Sifferangivelse för tilldelningskriterium: 10

Beskrivning av den metod som ska användas om viktning inte kan uttryckas med kriterierna:

Subkriterium hodnocení B odst.a) = $100 \times (\text{Hodnota posuzované nabídky}) / (\text{Hodnota nejvhodnější nabídky}) \times 0,08$ (váha kritéria B)

Subkriterium hodnocení B odst.c) = $100 \times (\text{Hodnota posuzované nabídky}) / (\text{Hodnota nejvhodnější nabídky}) \times 0,03$ (váha kritéria B)

Subkriterium hodnocení B odst.d) = $100 \times (\text{Hodnota posuzované nabídky}) / (\text{Hodnota nejvhodnější nabídky}) \times 0,06$ (váha kritéria B)

Subkriterium hodnocení B odst.b) = $100 \times (\text{Posuzovaný vzorek konzumentů}) / (\text{Nejvyšší vzorek konzumentů}) \times 0,05$ (váha kritéria B)

Subkriterium hodnocení B odst.e) = $100 \times (\text{Hodnota nejnižšího počtu měsíců}) / (\text{Posuzovaný počet měsíců}) \times 0,08$ (váha kritéria B) Kritérium hodnocení B = $100 \times (\text{Hodnota posuzované nabídky}) / (\text{Hodnota nejvhodnější nabídky}) \times 0,30$ (váha kritéria B)

5.1.15. Metoder

Ramavtal: Ramavtal utan förnyad konkurrensutsättning

Information om det dynamiska inköpssystemet:

Upphandlingen avser inte ett dynamiskt inköpssystem

Elektronisk auktion: nej

5.1.16. Kompletterande information, medling och prövning

Prövningsorganisation: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

Information om tidsfrist för prövning: 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 odmítl 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.

Organisation som ger mer information om förvaltningsförfaranden: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže

6. Resultat

Värdet av alla de kontrakt som tilldelas i det här förfarandet: 2 414 080,00 CZK

6.1. Resultat – delkontraktets id: LOT-0001

Status på val av vinnare: Minst en vinnare har valts ut.

6.1.2. Information om vinnarna

Verklig ägare:

Officiellt namn: BigMedia, spol. s r.o.

Vinnarens underleverantörer:

Officiellt namn: RAILREKLAM, spol. s r.o., MetroZoom s.r.o., outdoor akzent s.r.o.

Anbud:

Identifierare för anbudsgivare: 2300499/1

Identifierare för del eller grupp av delar: LOT-0001

Anbudet rangordnades: nej

Anbudets placering i tävlingen: 1

Koncessionens värde:

Anbudet är ett alternativt anbud: nej

Anlitande av underleverantör: Ja

Värdet på underentreprenaden är känt: nej

Andelen som ska läggas ut på underentreprenad är känd: nej

Beskrivning: 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

Information om kontraktet:

Identifikationsnummer för kontraktet: 04/OMKK/2024

Titel: Rámcová dohoda o nákupu mediálního prostoru - OOH

Datum då vinnaren utsågs: 16/02/2024

Datum för ingående av kontraktet: 29/08/2024

Kontraktet tilldelas inom ett ramavtal: nej

6.1.4. Statistisk information:

Sammanfattning av de ansökningar om prövning som köparen fått

Antal klagomål: 0

Inkomna anbud eller intresseanmälningar:

Typ av inlämningar: Anbudsansökan

Antal anbud, anbudsansökningar och intresseanmälningar som inkommit: 0

Typ av inlämningar: Anbud som lämnas in elektroniskt

Antal anbud, anbudsansökningar och intresseanmälningar som inkommit: 2

Typ av inlämningar: Anbud från anbudsgivare som är registrerade i länder utanför Europeiska ekonomiska samarbetsområdet

Antal anbud, anbudsansökningar och intresseanmälningar som inkommit: 0

Typ av inlämningar: Anbud från anbudsgivare som är registrerade i andra länder i Europeiska ekonomiska samarbetsområdet än köparens land

Antal anbud, anbudsansökningar och intresseanmälningar som inkommit: 0

Typ av inlämningar: Anbud från mikroföretag samt små och medelstora företag

Antal anbud, anbudsansökningar och intresseanmälningar som inkommit: 0

Typ av inlämningar: Anbud som har kontrollerats och som inte är godtagbara

Antal anbud, anbudsansökningar och intresseanmälningar som inkommit: 0

Typ av inlämningar: Anbud som har kontrollerats och som inte är godtagbara på grund av ett onormalt lågt pris eller en onormalt låg kostnad

Antal anbud, anbudsansökningar och intresseanmälningar som inkommit: 0

Typ av inlämningar: Anbud

Antal anbud, anbudsansökningar och intresseanmälningar som inkommit: 0

8. Organisationer

8.1. ORG-0001

Officiellt namn: VŠEOBECNÁ ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA ČESKÉ REPUBLIKY

Registreringsnummer: 41197518

Postadress: Orlická 2020

Ort: Praha

Postnummer: 13000

Land: Tjeckien

E-postadress: ivana.uhrova@vzp.cz

Tfn: +420 952220292

Köparprofil: <https://www.tenderarena.cz/profily/vzp>

Den här organisationens roller:

Upphandlare

8.1. ORG-0002

Officiellt namn: Úřad pro ochranu hospodářské soutěže
Registreringsnummer: 65349423
Postadress: třída Kpt. Jaroše 1926/7
Ort: Brno
Postnummer: 60200
Del av land (NUTS): Jihomoravský kraj (CZ064)
Land: Tjeckien
E-postadress: posta@uohs.cz
Tfn: +420 542167111
Webbadress: <https://uohs.gov.cz>
Den här organisationens roller:
Prövningsorganisation
Organisation som ger mer information om prövningsförfaranden

8.1. ORG-0003

Officiellt namn: BigMedia, spol. s r.o.
Storlek på den ekonomiska aktören: Stort företag
Registreringsnummer: 26479451
Postadress: Na strži 2097/63
Ort: Praha - Krč
Postnummer: 14000
Del av land (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)
Land: Tjeckien
E-postadress: INFO@BIGMEDIA.CZ
Tfn: +420 246085192
Den här organisationens roller:
Anbudsgivare
Vinnare av de här delkontrakten: LOT-0001

8.1. ORG-0007

Officiellt namn: outdoor akzent s.r.o.
Storlek på den ekonomiska aktören: Mikroföretag eller litet eller medelstort företag
Registreringsnummer: 00545911
Postadress: Na strži 2097/63
Ort: Praha - Krč
Postnummer: 14000
Del av land (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)
Land: Tjeckien
E-postadress: info@outdoor-akzent.cz
Tfn: +420 221475110
Den här organisationens roller:
Underentreprenör

8.1. ORG-0008

Officiellt namn: RAILREKLAM, spol. s r.o.
Storlek på den ekonomiska aktören: Mikroföretag eller litet eller medelstort företag
Registreringsnummer: 17047234
Postadress: Na strži 2097/63
Ort: Praha - Krč
Postnummer: 14000

Del av land (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Land: Tjeckien

E-postadress: info@railreklam.cz

Tfn: +420 221709111

Den här organisationens roller:

Underentreprenör

8.1. ORG-0009

Officiellt namn: MetroZoom s.r.o.

Storlek på den ekonomiska aktören: Mikroföretag eller litet eller medelstort företag

Registreringsnummer: 08291501

Postadress: Na strži 2097/63

Ort: Praha - Krč

Postnummer: 14000

Del av land (NUTS): Hlavní město Praha (CZ010)

Land: Tjeckien

E-postadress: info@metrozoom.cz

Tfn: +420 800300111

Den här organisationens roller:

Underentreprenör

Information om meddelandet

Identifierare/version för meddelandet: dc47feea-9aa3-4577-bfb3-db7ede40bfb1 - 01

Formulärtyp: Resultat

Meddelandetyp: Meddelande om upphandlings- eller koncessionstilldelning – standardsystem

Meddelandets undertyp: 29

Avsändningsdatum för meddelandet: 14/10/2024 15:13:54 (UTC+2)

Språk som det här meddelandet finns officiellt tillgängligt på: tjeckiska

Meddelandets publiceringsnummer: 624975-2024

EUT S-nummer: 202/2024

Publiceringsdatum: 16/10/2024