

599594-2026 - Hange

Poola – Haridus- ja koolitusteenused – Ogólnopolska kampania 2026, czyli zaplanowanie, przygotowanie, realizacja oraz monitorowanie ogólnopolskiej kampanii edukacyjno-informacyjnej nt. energetyki jądrowej - kontynuacji Kampanii “Czas zrozumieć Atom”
OJ S 167/2026 31/08/2026

Hanketeade – lihtsustatud kord
Teenused

1. Hankija

1.1. Hankija

Ametlik nimi: Ministerstwo Energii
E-posti aadress: zakupy@me.gov.pl
Hankija õiguslik vorm: Keskvalitsusasutus
Hankija tegevus: Üldised avalikud teenused

2. Menetlus

2.1. Menetlus

Pealkiri: Ogólnopolska kampania 2026, czyli zaplanowanie, przygotowanie, realizacja oraz monitorowanie ogólnopolskiej kampanii edukacyjno-informacyjnej nt. energetyki jądrowej - kontynuacji Kampanii “Czas zrozumieć Atom”

Kirjeldus: 1) Przedmiotem zamówienia jest ogólnopolska kampania 2026, czyli zaplanowanie, przygotowanie, realizacja oraz monitorowanie ogólnopolskiej kampanii edukacyjno-informacyjnej nt. energetyki jądrowej - kontynuacji Kampanii “Czas zrozumieć Atom”. 2) Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia stanowi Załącznik nr 2 do SWZ – Szczegółowy Opis przedmiotu zamówienia (SOPZ).

Menetluse tunnus: 5bdd0039-c877-4d5a-9b26-575e5f1ca66e

Sisemine tunnus: BDG-WZP.260.19.2026

Menetluse liik: Avatud

Menetluskorra kirjeldus: 1) Do postępowania zastosowanie mają przepisy ustawy Pzp regulujące postępowanie o udzielenie zamówienia społecznego o wartości równej lub wyższej niż progi unijne. W niniejszym postępowaniu Zamawiający stosuje postanowienia zawarte w art. 360 pkt. 2, 3 i 4 ustawy PZP w zw. z art. 359 pkt 1) ustawy PZP. 2) Wartość zamówienia przekracza progi unijne określone na podstawie art. 3 PZP. 3) W prowadzonym postępowaniu, w oparciu o art. 139 ust. 1 ustawy PZP, Zamawiający najpierw dokona badania i oceny złożonych ofert, a następnie dokona kwalifikacji podmiotowej Wykonawcy, którego oferta została najwyżej oceniona, w zakresie braku podstaw wykluczenia oraz spełniania warunków udziału w postępowaniu, opisanych w Rozdziale II SWZ.

2.1.1. Eesmärk

Lepingu olemus: Teenused
Peamine liigitus (cpv): 80000000 Haridus- ja koolitusteenused
Täiendav liigitus (cpv): 79341400 Reklaamikampaaniateenused

2.1.2. Lepingu täitmise koht

Riik: Poola
Kõikjal asjaomases riigis

2.1.4. Üldine teave

Lisateave: Zamawiający wymaga złożenia przedmiotowych środków dowodowych. 1) W celu potwierdzenia zgodności oferowanych usług z kryteriami oceny ofert, Zamawiający żąda złożenia wraz z ofertą: a) Wstępnej koncepcji Kampanii. b) Dodatkowych działań w zakresie /obszarze działań w Internecie na potrzeby Kampanii 2) Szczegółowy opis kryteriów oceny przedmiotowych środków dowodowych zawiera pkt. III. 9. SWZ – Kryteria oceny ofert. 3) Przedmiotowy środek dowodowy służy potwierdzeniu zgodności z kryteriami oceny ofert. 4) W zakresie ust. 1 lit. a i b wskazane przedmiotowe środki dowodowe nie podlegają uzupełnieniu, gdyż służą potwierdzeniu zgodności z kryteriami oceny ofert. Jeżeli Wykonawca nie złożył przedmiotowych środków w tym zakresie, punkty w danym kryterium nie zostaną przyznane.

Õiguslik alus:

Direktiiv 2014/24/EL

art. 132 w związku z art. 359 pkt 1 ustawy PZP. -

2.1.6. Kõrvaldamise alused

Väljajätmise aluste allikad: Hankedokument

5. Osa

5.1. Osa: LOT-0001

Pealkiri: Ogólnopolska kampania 2026, czyli zaplanowanie, przygotowanie, realizacja oraz monitorowanie ogólnopolskiej kampanii edukacyjno-informacyjnej nt. energetyki jądrowej - kontynuacji Kampanii "Czas zrozumieć Atom"

Kirjeldus: 1) Przedmiotem zamówienia jest ogólnopolska kampania 2026, czyli zaplanowanie, przygotowanie, realizacja oraz monitorowanie ogólnopolskiej kampanii edukacyjno-informacyjnej nt. energetyki jądrowej - kontynuacji Kampanii "Czas zrozumieć Atom". 2) Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia stanowi Załącznik nr 2 do SWZ – Szczegółowy Opis przedmiotu zamówienia (SOPZ).

Sisemine tunnus: BDG-WZP.260.19.2026

5.1.1. Eesmärk

Lepingu olemus: Teenused

Peamine liigitus (cpv): 80500000 Koolitusteenused

Täiendav liigitus (cpv): 79341400 Reklaamikampaaniateenused

5.1.2. Lepingu täitmise koht

Riik: Poola

Kõikjal asjaomases riigis

5.1.3. Eeldatav kestus

Kestuse lõppkuupäev: 09/12/2026

5.1.6. Üldine teave

Reserveeritud osalemine:

Osalemine ei ole reserveeritud.

Hankeprojekt, mida ei rahastata ELi vahenditest

See hange sobib ka väikestele ja keskmise suurusega ettevõtjatele (VKE'd): jah

Lisateave: Zamawiający wymaga złożenia przedmiotowych środków dowodowych. 1) W celu potwierdzenia zgodności oferowanych usług z kryteriami oceny ofert, Zamawiający żąda złożenia wraz z ofertą: a) Wstępnej koncepcji Kampanii. b) Dodatkowych działań w zakresie

/obszarze działań w Internecie na potrzeby Kampanii 2) Szczegółowy opis kryteriów oceny przedmiotowych środków dowodowych zawiera pkt. III. 9. SWZ –Kryteria oceny ofert. 3) Przedmiotowy środek dowodowy służy potwierdzeniu zgodności z kryteriami oceny ofert. 4) W zakresie ust. 1 lit. a i b wskazane przedmiotowe środki dowodowe nie podlegają uzupełnieniu, gdyż służą potwierdzeniu zgodności z kryteriami oceny ofert. Jeżeli Wykonawca nie złożył przedmiotowych środków w tym zakresie, punkty w danym kryterium nie zostaną przyznane.

5.1.9. Kvalifitseerimistingimused

Valikukriteeriumide allikad: Teade

Kriteerium: Viited määratud teenustele

Valikukriteeriumi kirjeldus: Wykonawca zobowiązany jest wykazać, że: w okresie ostatnich 3 (trzech) lat przed terminem składania ofert (a jeśli okres prowadzenia działalności jest krótszy, w tym okresie), należycie wykonał co najmniej 2 (dwa) zamówienia (umowy), z których każde obejmowało przeprowadzenie kampanii edukacyjno-informacyjnej lub promocyjnej o zasięgu ogólnopolskim (tj. wykorzystujące media ogólnokrajowe), z czego: a) każde zamówienie (umowa) obejmowało zaplanowanie i emisję kampanii w mediach ogólnopolskich oraz w Internecie a wartość tych usług w ramach każdego zamówienia (umowy) wynosiła co najmniej 200 000,00 PLN brutto*; *W przypadku, gdy wartość zamówienia (umowy) wyrażona jest w innej walucie niż w złotych polskich, Zamawiający dokona przeliczenia wartości wykonanego zamówienia w innej walucie na złote polskie – na podstawie średniego kursu złotego w stosunku do walut obcych określonego w Tabeli Kursów Narodowego Banku Polskiego, obowiązującego na dzień publikacji ogłoszenia o przedmiotowym zamówieniu w Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej. b) każde zamówienie (umowa) obejmowało analizę przebiegu emisji kampanii w mediach oraz opracowanie raportu poemisijnego; c) każde zamówienie (umowa) obejmowało zaplanowanie i wdrożenie współpracy z twórcą internetowym lub twórcami internetowymi d) minimum 1 (jedno) zamówienia (umowa) obejmowała kampanię społeczną (przez kampanię społeczną Zamawiający rozumie działania zaplanowane w konkretnym czasie, skierowane do określonej grupy docelowej, której celem jest doprowadzenie do wzrostu wiedzy, zmiany myślenia, zachowania wobec określonego problemu społecznego lub prowadzi do rozwiązywania problemu społecznego blokującego osiągnięcie dobra wspólnego zdefiniowanego jako dany cel marketingowy).

Kriteerium: Tehnikud või tehnilised organid töö teostamiseks

Valikukriteeriumi kirjeldus: Wykonawca zobowiązany jest wykazać, że: dysponuje potencjałem osób skierowanych do realizacji zamówienia, tj.: a) co najmniej jedną osobą – Kierownikiem projektu, która zostanie oddelegowana do realizacji przedmiotu niniejszego zamówienia, która: - posiada co najmniej 5-letnie doświadczenie w kierowaniu zespołem specjalistów ds. planowania i zakupu kampanii mediowych oraz posiadająca doświadczenie w przygotowywaniu i wdrażaniu strategii mediowych (na przykład na stanowisku Account Director lub równoważnym lub wyższym); - w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert w postępowaniu była odpowiedzialna za koordynowanie zespołem współpracującym z Klientem i zlecającym kampanie (w tym przygotowanie strategii, wdrożenie strategii i analizę wyników) dla co najmniej 2 ogólnopolskich kampanii informacyjnych, edukacyjnych lub promocyjnych, a wartość każdej kampanii wyniosła co najmniej 200 000,00 zł brutto; b) co najmniej jedną osobą – Media Managera, która zostanie oddelegowana do realizacji przedmiotu niniejszego zamówienia, która: - posiada co najmniej 3-letnie doświadczenie w zarządzaniu zaplanowanymi działaniami mediowymi, w planowaniu i rozliczaniu kampanii online i offline, koordynacji pracy zespołu projektowego odpowiedzialnego za różne kanały mediowe w kampanii (na przykład na stanowisku Media Manager lub równoważnym lub wyższym); - w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu

składania ofert w postępowaniu była odpowiedzialna za współpracę z Klientem dla co najmniej 2 ogólnopolskich kampanii informacyjnych, edukacyjnych lub promocyjnych, a wartość każdej kampanii wyniosła co najmniej 200 000,00 zł brutto; c) co najmniej jedną osobą – Specjalistą ds. redakcji tekstów, która zostanie oddelegowana do realizacji przedmiotu niniejszego zamówienia, która: - w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert w postępowaniu tworzyła i redagowała artykuły i teksty reklamowe, przeznaczone do publikacji w prasie papierowej i Internecie, przeznaczonych do realizacji co najmniej 2 różnych kampanii w mediach, w tym jednej w prasie i jednej w Internecie; c) co najmniej jedną osobą – Specjalistą ds. współpracy z influencerami (Influencer Marketing Specialist), która zostanie oddelegowana do realizacji przedmiotu niniejszego zamówienia, która: - posiada co najmniej 3-letnie doświadczenie w planowaniu i prowadzeniu kampanii z udziałem twórców internetowych); - w okresie ostatnich 3 lat przed upływem terminu składania ofert w postępowaniu była odpowiedzialna za samodzielne przygotowanie i realizację kampanii z udziałem influencerów dobór odpowiednich influencerów zgodnie z celami kampanii i grupą docelową, negocjowanie warunków współpracy i koordynacja działań twórców, planowanie, negocjowanie i prowadzenie współprac z influencerami, analizę efektywności prowadzonych kampanii, raportowanie wyników oraz przedstawianie rekomendacji w oparciu o cele Klienta, bezpośredni kontakt i współpracę z twórcami internetowymi.

5.1.10. Pakkumuste hindamise kriteeriumid

Kriteerium:

Liik: Hind

Nimi: Cena (C)

Kirjeldus: Kryterium nr 1 – 1) W ramach kryterium nr 1 „Cena (C)” oceniana będzie cena łączna brutto podana w ofercie. W ramach kryterium „Cena” ocena ofert zostanie dokonana przy zastosowaniu wzoru: $C_n P = \frac{C_n}{C_b} * 100$ gdzie: P – suma punktów, jakie Wykonawca uzyskał w kryterium, z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku; C_n – najniższa cena brutto oferty spośród ofert niepodlegających odrzuceniu; C_b – cena brutto oferty badanej niepodlegającej odrzuceniu.

Hindamise kaalukriteeriumi kategooria: Kaal (protsentides, täpne)

Hindamiskriteerium – arv: 50

Kriteerium:

Liik: Kvaliteet

Nimi: Wstępna koncepcja Kampanii (K)

Kirjeldus: Kryterium nr 2 – Wstępna koncepcja Kampanii (K)” ocenie podlegać będzie przedmiotowy środek dowodowy o którym mowa w roz. II ust. 3 pkt 1 lit a SWZ, wg następującego schematu: Oferta będzie oceniana w skali 1-5 oraz mnożona przez wagę danego podkryterium, gdzie: 1 – spełnia dane kryterium w minimalnym stopniu 2 - spełnia dane kryterium w stopniu niewielkim 3 – spełnia dane kryterium w stopniu średnim 4 – spełnia dane kryterium w stopniu wysokim 5 – spełnia dane kryterium w stopniu bardzo wysokim Wykonawca wskaże we wstępnej koncepcji Kampanii: 1 - dobór właściwych kanałów komunikacji, w tym rzetelność przeprowadzenia analizy doboru twórców internetowych. 2 – opisy wyznawanych przez nich wartości i zainteresowań, informacje o spójności i braku sprzeczności publikowanych przez nich treści z tematyką Kampanii, stylu komunikacji, jakości komentarzy, historii współprac, zaangażowania społeczności, w tym wskazanie wskaźnika Engagement Rate wraz z opisem jego wyliczenia. 3 - kanały dotarcia, dzięki przeprowadzonej analizie psychograficznej i demograficznej komunikacyjnej grupy docelowej Kampanii w zakresie identyfikacji barier poznawczych odnośnie tematu wiodącego Kampanii są dopasowane do tematyki poruszanych zagadnień oraz grup docelowych Kampanii. Na potrzeby przyznania punktów w kryterium nr 2 – „Wstępna koncepcja Kampanii (K)”

wykonawca w koncepcji Kampanii przedstawia następujące elementy: 1. Koncepcję strategiczną Kampanii, zawierającą: a) analizę psychograficzną i demograficzną komunikacyjnej grupy docelowej Kampanii w zakresie identyfikacji barier poznawczych odnośnie tematu wiodącego Kampanii oraz wskazanie motywacji, oczekiwań i przekonań umożliwiających zbudowanie stabilnego i świadomego poziomu akceptacji społecznej dla energetyki jądrowej; b) opis głównych założeń i planowanych rezultatów Kampanii; c) strategię komunikacji z odbiorcami Kampanii (w tym z grupami docelowymi), uwzględniającą określone przez Zamawiającego działania i kanały komunikacji, wraz z uzasadnieniem tej strategii, uwzględniającą analizę doboru poszczególnych twórców internetowych do grup docelowych Kampanii – wraz z uzasadnieniem tej strategii. Analiza doboru twórców internetowych powinna zawierać opisy wyznawanych przez nich wartości i zainteresowań, informacje o spójności i braku sprzeczności publikowanych przez nich treści z tematyką Kampanii, stylu komunikacji, jakości komentarzy, historii współprac, zaangażowania społeczności, w tym wskazanie wskaźnika Engagement Rate wraz z opisem jego wyliczenia, dopasowanie tonu przekazu do specyfiki grup docelowych. Maksymalna liczba punktów możliwa do uzyskania w ramach kryterium wynosi 10. Punktację w każdym z kryteriów przyznaje Komisja przetargowa. Każdy członek komisji ocenia ofertę indy-widualnie, następnie punkty zostaną zsumowane i podzielone przez ilość członków komisji która brała udział w ocenie ofert. Średnia ilość punktów będzie stanowić sumę punktów uzyskanych w danym kryterium ocenianej oferty (Ko). Punktacja za kryterium (K) zostanie wyliczona zgodnie z poniższym wzorem: $K = \frac{Ko}{10} \times 100 \text{ pkt} \times 10\%$ gdzie: K - liczba punktów przyznana ocenianej ofercie 10 – maksymalna suma punktów do uzyskania w kryterium Ko – suma punktów uzyskanych w kryterium ocenianej oferty.

Hindamise kaalukriteeriumi kategooria: Kaal (protsentides, täpne)

Hindamiskriteerium – arv: 10

Kriteerium:

Liik: Kvaliteet

Nimi: Zasięg twórców internetowych (Z)

Kirjeldus: Kryterium nr 3 Zasięg twórców internetowych (Z) „Zasięg twórców internetowych (Z)” oceniany będzie zasięg 11 twórców internetowych podany w ofercie. Maksymalną liczbę punktów (30 punktów) otrzyma Wykonawca, który zaproponuje największy zasięg w ramach współpracy z twórcami internetowymi. Pozostali Wykonawcy otrzymają liczbę punktów, zgodnie z poniższym wzorem: $P = \frac{Z}{Z_{\text{max}}} \times 30$ gdzie: P – suma punktów, jakie Wykonawca uzyskał w kryterium, z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku; Z – zasięg twórców internetowych oferty badanej spośród ofert niepodlegających odrzuceniu; Z_{max} – zasięg twórców internetowych oferty z największym zasięgiem niepodlegającej odrzuceniu. Przez „Zasięg twórców internetowych”, Zamawiający rozumie łączną liczbę osób obserwujących profil twórców internetowych (followersów) proponowanych do realizacji zamówienia. Jeśli na danym profilu nastąpi emisja kilku (różnych) publikacji dźwiękowych lub filmowych, liczbę followersów należy pomnożyć przez liczbę planowanych do wyemitowania publikacji dźwiękowych lub filmowych. Należy wskazać liczbę followersów oraz liczbę planowanych emisji dla każdego proponowanego twórcy (bez działań dodatkowych). Należy również podać całkowity zasięg twórców internetowych (bez działań dodatkowych), rozumiany jako łączna liczba obserwujących wszystkich twórców internetowych (jeśli na danym profilu nastąpi emisja kilku (różnych) publikacji dźwiękowych lub filmowych, liczbę followersów należy pomnożyć przez liczbę planowanych do wyemitowania publikacji dźwiękowych lub filmowych).

Hindamise kaalukriteeriumi kategooria: Kaal (protsentides, täpne)

Hindamiskriteerium – arv: 30

Kriteerium:

Liik: Kvaliteet

Nimi: Dodatkowe działania (DZ)

Kirjeldus: Kryterium nr 4 - „Dodatkowe działania (DZ)” ocenie podlegać będzie przedmiotowy środek dowodowy o którym mowa w roz. II ust. 3 pkt 1 lit b SWZ, wg następującego schematu: Oferta będzie oceniana w skali 1-5 oraz mnożona przez wagę danego podkryterium, gdzie: 1 – spełnia dane kryterium w minimalnym stopniu 2 – spełnia dane kryterium w stopniu niewielkim 3 – spełnia dane kryterium w stopniu średnim 4 – spełnia dane kryterium w stopniu wysokim 5 – spełnia dane kryterium w stopniu bardzo wysokim Wykonawca wskaże w Dodatkowych działaniach: 1 - dodatkowe działania zaproponowane przez Wykonawcę tak aby były zbieżne z celami i tematyką kampanii, czy przyciągają uwagę, są zrozumiałe i czytelne dla wskazanej grupy docelowej, czy mają silne przesłanie i gwarantują efektywność kosztową, 2 - formy działań dodatkowych z uzasadnieniem czy zostały dostosowane do charakterystyki wskazanej konkretnej grupy docelowej do której ma dotrzeć, czy dany kanał jest zgodny z zainteresowaniami i motywacjami danej grupy docelowej. Maksymalna liczba punktów możliwa do uzyskania w ramach kryterium wynosi 10. Punktację w każdym z kryteriów przyznaje Komisja przetargowa. Każdy członek komisji ocenia ofertę indywidualnie, następnie punkty zostaną zsumowane i podzielone przez ilość członków komisji która brała udział w ocenie ofert. Średnia ilość punktów będzie stanowić sumę punktów uzyskanych w danym kryterium ocenianej oferty (Ko). Punktacja za kryterium (DZ) zostanie wyliczona zgodnie z poniższym wzorem: $K = Ko \times 10 \times 100 \text{ pkt} \times 10\%$ gdzie: K - liczba punktów przyznana ocenianej ofercie 10 – maksymalna suma punktów do uzyskania w kryterium Ko – suma punktów uzyskanych w kryterium ocenianej oferty. Uwaga: Zamawiający informuje, że Wstępna koncepcja Kampanii oraz Dodatkowe działania stanowią przedmiotowy środek dowodowy (patrz pkt II. ust. 3 pkt 1 lit. a-b SWZ) i w przypadku ich niezłożenia, punkty w danym kryterium nie zostaną przyznane.

Hindamise kaalukriteeriumi kategooria: Kaal (protsentides, täpne)

Hindamiskriteerium – arv: 10

5.1.11. Hankedokumendid

Keeled, milles hankedokumendid on ametlikult kättesaadavad: poola keel

Hankedokumentide aadress: <https://energia.ezamawiajacy.pl>

Sihtotstarbeline teavevahetuskanal:

URL: <https://energia.ezamawiajacy.pl>

5.1.12. Hanke tingimused

Esitamise tingimused:

Elektrooniline esitamine: Lubatud

Esitamise aadress: <https://energia.ezamawiajacy.pl>

Kirjeldus: 1) Wykonawca może złożyć tylko jedną ofertę. 2) Oferta musi być złożona w języku polskim. Treść złożonej oferty musi być zgodna z wymaganiami Zamawiającego określonymi w SWZ. 3) Oferta składana jest pod rygorem nieważności w formie elektronicznej opatrzonej kwalifikowanym podpisem elektronicznym. Ofertę stanowi formularz oferty (Załącznik nr 1 do SWZ)

Keeled, milles võib pakkumusi või osalemistaotlusi esitada: poola keel

Elektrooniline kataloog: Ei ole lubatud

Nõutav on täiustatud või kvalifitseeritud e-allkiri või e-tempel (nagu on määratletud määruses (EL) nr 910/2014)

Variandid: Ei ole lubatud

Pakkujad võivad esitada rohkem kui ühe pakkumuse: Ei ole lubatud

Pakkumuste esitamise tähtaeg: 15/09/2026 10:00:00 (UTC+02:00) Ida-Euroopa aeg, Kesk-Euroopa suveaeg

Periood, mille jooksul pakkumus peab jääma kehtivaks: 90 Päevad

Teave avaliku avamise kohta:

Avamise kuupäev: 15/09/2026 10:15:00 (UTC+02:00) Ida-Euroopa aeg, Kesk-Euroopa suveaeg

Lepingutingimused:

Lepingu täitmine peab toimuma kaitstud tööhõive programmide raames: Ei

E-arveldamine: Lubatud

Kasutatakse elektroonilisi tellimusi: jah

Kasutatakse elektroonilisi makseid: jah

5.1.16. Lisateave, lepitus ja vaidlustus

Lepitusorganisatsioon: Urząd Zamówień Publicznych - Krajowa Izba Odwoławcza

Vaidlustusorgan: Urząd Zamówień Publicznych - Krajowa Izba Odwoławcza

Teave vaidlustamise tähtaegade kohta: Pouczenie o środkach ochrony prawnej przysługujących Wykonawcy 1) Każdemu Wykonawcy, a także innemu podmiotowi, jeżeli ma lub miał interes w uzyskaniu danego zamówienia oraz poniósł lub może ponieść szkodę w wyniku naruszenia przez Zamawiającego przepisów ustawy PZP przysługują środki ochrony prawnej przewidziane w Dziale IX ustawy PZP na zasadach i w terminach jak dla postępowań o wartości nieprzekraczającej równowartość kwoty określonej na podstawie art. 2 ust. 1 pkt 2 ustawy PZP. 2) Środki ochrony prawnej wobec ogłoszenia o zamówieniu oraz SWZ przysługują również organizacjom wpisanym na listę, o której mowa w art. 469 pkt. 15 ustawy PZP, oraz Rzecznikowi Małych i Średnich Przedsiębiorców. 3) Środkami ochrony prawnej, o których mowa w pkt 1 SWZ są odwołanie i skarga do sądu. 4) Kwestie dotyczące odwołania uregulowane są w art. 513 – 578 ustawy PZP. 5) Na orzeczenie Krajowej Izby Odwoławczej oraz postanowienie Prezesa Izby, o którym mowa w art. 519 ust. 1 ustawy PZP, stronom oraz uczestnikom postępowania odwoławczego przysługuje skarga do sądu. Kwestie dotyczące skargi do sądu regulowane są w art. 579 – 590 ustawy PZP.

Organisatsioon, mis annab lisateavet hankemenetluse kohta: Ministerstwo Energii

Hankedokumentidele internetivälilist juurdepääsu pakkuv organisatsioon: Ministerstwo Energii

Organisatsioon, mis annab lisateavet vaidlustamise kohta: Urząd Zamówień Publicznych - Krajowa Izba Odwoławcza

Organisatsioon, millele laekuvad osalemistaotlused: Ministerstwo Energii

Pakkumusi menetlev organisatsioon: Ministerstwo Energii

8. Organisatsioonid

8.1. ORG-0001

Ametlik nimi: Ministerstwo Energii

Registreerimisnumber: REGON 527872166

Osakond: Biuro Dyrektora Generalnego

Postiaadress: Przemysłowa 26

Linn: Warszawa

Sihtnumber: 00-450

Riik – jaotus (NUTS): Miasto Warszawa (PL911)

Riik: Poola

E-posti aadress: zakupy@me.gov.pl

Telefon: 226264330

Internetiaadress: <https://www.gov.pl/web/energia>

Hankija profiil: <https://www.gov.pl/web/energia/zamowienia-publiczne6>

Selle organisatsiooni rollid:

Hankija
Organisatsioon, mis annab lisateavet hankemenetluse kohta
Hankedokumentidele internetivälist juurdepääsu pakkuv organisatsioon
Organisatsioon, millele laekuvad osalemistaotlused
Pakkumusi menetlev organisatsioon

8.1. ORG-0002

Ametlik nimi: Urząd Zamówień Publicznych - Krajowa Izba Odwoławcza
Registreerimisnumber: 5262239325
Postiaadress: Postępu 17a
Linn: Warszawa
Sihtnumber: 02-676
Riik – jaotus (NUTS): Miasto Warszawa (PL911)
Riik: Poola
E-posti aadress: odwolania@uzp.gov.pl
Telefon: (22) 458 78 40
Internetiaadress: <https://www.gov.pl/web/uzp/krajowa-izba-odwolawcza>

Selle organisatsiooni rollid:

Vaidlustusorgan
Organisatsioon, mis annab lisateavet vaidlustamise kohta
Lepitusorganisatsioon

8.1. ORG-0000

Ametlik nimi: Publications Office of the European Union
Registreerimisnumber: PUBL
Linn: Luxembourg
Sihtnumber: 2417
Riik – jaotus (NUTS): Luxembourg (LU000)
Riik: Luksemburg
E-posti aadress: ted@publications.europa.eu
Telefon: +352 29291
Internetiaadress: <https://op.europa.eu>

Selle organisatsiooni rollid:

TED eSender

Teave teate kohta

Teate tunnus/version: c5baded5-e4ef-4125-8ef7-06b9a60b1785 - 01
Vormi liik: Hange
Teate liik: Hanketeade – lihtsustatud kord
Teate alaliik: 20
Teate saatmise kuupäev: 28/08/2026 10:46:14 (UTC+00:00) Lääne-Euroopa aeg, Greenwichi aeg
Keeled, milles käesolev teade on ametlikult kättesaadav: poola keel
Teate avaldamise number: 599594-2026
ELT S väljaande number: 167/2026
Avaldamise kuupäev: 31/08/2026