

599594-2026 - Kilpailu

Puola – Yleissivistävän ja ammatillisen koulutuksen palvelut – 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

Hankintailmoitus – kevennetty järjestely

Palvelut

1. Ostaja

1.1. Ostaja

Virallinen nimi: Ministerstwo Energii

Sähköposti: zakupy@me.gov.pl

Ostajan oikeudellinen muoto: Keskushallinnon viranomainen

Pääasiallinen toimiala: Yleinen julkishallinto

2. Menettely

2.1. Menettely

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

Kuvas: 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).

Menettelyn tunniste: 5bdd0039-c877-4d5a-9b26-575e5f1ca66e

Sisäinen tunniste: BDG-WZP.260.19.2026

Menettelyn tyyppi: Avoin

Menettelyn tärkeimmät piirteet: 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. Tarkoitus

Pääasiallinen hankintalaji: Palvelut

Pääasiallinen luokitus (cpv): 80000000 Yleissivistävän ja ammatillisen koulutuksen palvelut

Lisäluokitus (cpv): 79341400 Mainoskampanjapalvelut

2.1.2. Suorituspaikka

Maa: Puola

Missä tahansa tietyn maan alueella

2.1.4. Yleistä tietoa

Lisätiedot: 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.

Oikeusperusta:

Direktiivi 2014/24/EU

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

2.1.6. Poissulkemisperusteet

Poissulkemisperusteiden ilmoittamispaikka: Hankinta-asiakirja

5. Osa

5.1. Osa: LOT-0001

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

Kuvas: 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).

Sisäinen tunniste: BDG-WZP.260.19.2026

5.1.1. Tarkoitus

Pääasiallinen hankintalaji: Palvelut

Pääasiallinen luokitus (cpv): 80500000 Ammattikoulutuspalvelut

Lisäluokitus (cpv): 79341400 Mainoskampanjapalvelut

5.1.2. Suorituspaikka

Maa: Puola

Missä tahansa tietyn maan alueella

5.1.3. Arvioitu kesto

Päätymispäivä: 09/12/2026

5.1.6. Yleistä tietoa

Varattu osallistuminen:

Osallistumista ei ole varattu.

Hankintaa ei ole rahoitettu EU:n varoista

Tämä hankinta soveltuu myös pienille ja keskisuurille yrityksille (pk-yrityksille): kyllä

Lisätiedot: 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. Valintaperusteet

Valintaperusteiden ilmoittamispaikka: Ilmoitus

Kriteeri: Viitteet määriteltyihin palveluihin

Valintaperusteen kuvaus: 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 poemisyjnego; 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).

Kriteeri: Teknikot tai tekniset elimet työn suorittamiseen

Valintaperusteen kuvaus: 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. Vertailuperusteet

Kriteeri:

Tyypit: Hinta

Nimi: Cena (C)

Kuvas: 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.

Kategoria vertailuperusteet: Painotus (prosentteina, tarkka)

Vertailuperusteen luku: 50

Kriteeri:

Tyypit: Laatu

Nimi: Wstępna koncepcja Kampanii (K)

Kuvas: 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 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 (K) zostanie wyliczona zgodnie z poniższym wzorem: $K = Ko \times 100 \text{ pkt} \times 10\%$ gdzie: K - liczba punktów przyznana ocenianej ofercie 10 – maksymalna suma punktów do uzyskania w kryterium Ko – suma punktów uzyskanych w kryterium ocenianej oferty.

Kategoria vertailuperuste paino: Painotus (prosentteina, tarkka)

Vertailuperusteen luku: 10

Kriteeri:

Tyypit: Laatu

Nimi: Zasięg twórców internetowych (Z)

Kuvas: 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: $Zob\ P = \frac{\text{zasięg twórców oferty}}{\text{zasięg twórców oferty z największym zasięgiem niepodlegającej odrzuceniu}} \times 30$ gdzie: P – suma punktów, jakie Wykonawca uzyskał w kryterium, z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku; Zob – zasięg twórców internetowych oferty badanej spośród ofert niepodlegających odrzuceniu; Zoo – 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.

Kategoria vertailuperuste paino: Painotus (prosentteina, tarkka)

Vertailuperusteen luku: 30

Kriteeri:

Tyypit: Laatu

Nimi: Dodatkowe działania (DZ)

Kuvaus: Kriteerium 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.

Kategoria vertailuperuste paino: Painotus (prosentteina, tarkka)

Vertailuperusteen luku: 10

5.1.11. Hankinta-asiakirjat

Kielet, joilla hankinta-asiakirjat ovat virallisesti saatavilla: puola

Hankinta-asiakirjojen osoite: <https://energia.ezamawiajacy.pl>

Tilapäinen viestintäkanava:

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

5.1.12. Hankinnan ehdot

Tarjouksen/hakemuksen jättämisen ehdot:

Tarjouksen/hakemuksen jättäminen sähköisesti: Sallittu

Tarjouksen/hakemuksen toimitusosoite: <https://energia.ezamawiajacy.pl>

Kuvaus: 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)

Kielet, joilla tarjoukset tai osallistumishakemukset voidaan toimittaa: puola

Sähköinen luettelo: Ei sallittu

Vaaditaan kehittynyt tai hyväksytty sähköinen allekirjoitus tai leima (sellaisena kuin se on määritelty asetuksessa (EU) N:o 910/2014)

Vaihtoehtoiset tarjoukset: Ei sallittu

Tarjoaja voi jättää useamman kuin yhden tarjouksen: Ei sallittu

Tarjousten vastaanottamisen määräaika: 15/09/2026 10:00:00 (UTC+02:00) Itä-Euroopan aika, Keski-Euroopan kesäaika

Ajanjakso, jonka tarjouksen on pysyttävä voimassa: 90 Päivät

Tietoa julkisesta avaamisesta:

Tarjousten avaamisen päivämäärä: 15/09/2026 10:15:00 (UTC+02:00) Itä-Euroopan aika, Keski-Euroopan kesäaika

Sopimusehdot:

Sopimuksen täytäntöönpano on rajattu tehtäväksi suojatyöohjelmien puitteissa: Ei

Sähköinen laskutus: Sallittu

Tilaukset tehdään sähköisesti: kyllä

Maksut tehdään sähköisesti: kyllä

5.1.16. Lisätietoja, sovittelu ja muutoksenhaku

Välityselin: Urząd Zamówień Publicznych - Krajowa Izba Odwoławcza

Muutoksenhakuelin: Urząd Zamówień Publicznych - Krajowa Izba Odwoławcza

Tietoa muutoksenhaun määräaajoista: 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.

Hankintamenettelystä lisätietoja antava organisaatio: Ministerstwo Energii

Hankinta-asiakirjoja offline-tilassa tarjoava organisaatio: Ministerstwo Energii

Muutoksenhakumenettelyjen määräaajoista lisätietoja tarjoava organisaatio: Urząd Zamówień Publicznych - Krajowa Izba Odwoławcza

Osallistumishakemuksia vastaanottava organisaatio: Ministerstwo Energii

Tarjouksia käsittelevä organisaatio: Ministerstwo Energii

8. Organisaatiot**8.1. ORG-0001**

Virallinen nimi: Ministerstwo Energii

Rekisterinumero: REGON 527872166

Yksikkö: Biuro Dyrektora Generalnego

Postiosoite: Przemysłowa 26

Postitoimipaikka: Warszawa

Postinumero: 00-450

Maaryhmittely (NUTS): Miasto Warszawa (PL911)

Maa: Puola

Sähköposti: zakupy@me.gov.pl

Puhelin: 226264330

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

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

Tämän organisaation roolit:

Ostaja

Hankintamenettelystä lisätietoja antava organisaatio
Hankinta-asiakirjoja offline-tilassa tarjoava organisaatio
Osallistumishakemuksia vastaanottava organisaatio
Tarjouksia käsittelevä organisaatio

8.1. **ORG-0002**

Virallinen nimi: Urząd Zamówień Publicznych - Krajowa Izba Odwoławcza
Rekisterinumero: 5262239325
Postiosoite: Postępu 17a
Postitoimipaikka: Warszawa
Postinumero: 02-676
Maaryhmittely (NUTS): Miasto Warszawa (PL911)
Maa: Puola
Sähköposti: odwolania@uzp.gov.pl
Puhelin: (22) 458 78 40
Internetosoite: <https://www.gov.pl/web/uzp/krajowa-izba-odwolawcza>

Tämän organisaation roolit:

Muutoksenhakuelin
Muutoksenhakumenettelyjen määräajoista lisätietoja tarjoava organisaatio
Välityselin

8.1. **ORG-0000**

Virallinen nimi: Publications Office of the European Union
Rekisterinumero: PUBL
Postitoimipaikka: Luxembourg
Postinumero: 2417
Maaryhmittely (NUTS): Luxembourg (LU000)
Maa: Luxemburg
Sähköposti: ted@publications.europa.eu
Puhelin: +352 29291
Internetosoite: <https://op.europa.eu>

Tämän organisaation roolit:

TED eSender

Ilmoituksen tiedot

Ilmoituksen tunniste/versio: c5baded5-e4ef-4125-8ef7-06b9a60b1785 - 01
Lomakkeen tyyppi: Kilpailu
Ilmoituksen tyyppi: Hankintailmoitus – kevennetty järjestely
Ilmoituksen alatyyppe: 20
Ilmoituksen lähetyspäivä: 28/08/2026 10:46:14 (UTC+00:00) Länsi-Euroopan aika, GMT
Kielet, joilla tämä ilmoitus on virallisesti saatavilla: puola
Ilmoituksen julkaisunumero: 599594-2026
EUVL S -lehden numero: 167/2026
Julkaisupäivä: 31/08/2026