

599594-2026 - Konkursas

Lenkija – Švietimo ir mokymo paslaugos – 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

Skelbimas apie pirkimą. Paprastesnis režimas
Paslaugos

1. Pirkėjas

1.1. Pirkėjas

Oficialus pavadinimas: Ministerstwo Energii

E. paštas: zakupy@me.gov.pl

Pirkėjo teisinė forma: Centrinės valdžios institucija

Perkančiosios organizacijos veiklos sritis: Bendrosios viešosios paslaugos

2. Procedūra

2.1. Procedūra

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

Aprašymas: 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).

Procedūros identifikatorius: 5bdd0039-c877-4d5a-9b26-575e5f1ca66e

Vidaus identifikatorius: BDG-WZP.260.19.2026

Pirkimo būdas: Atviras

Pagrindiniai procedūros ypatumai: 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. Tikslas

Sutarties objektas: Paslaugos

Pagrindinis klasifikacijos kodas (cpv): 80000000 Švietimo ir mokymo paslaugos

Kiti klasifikacijos kodai (cpv): 79341400 Reklamos kampanijų paslaugos

2.1.2. Sutarties vykdymo vieta

Šalis: Lenkija

Bet kurioje konkrečios šalies vietoje

2.1.4. Bendra informacija

Papildoma informacija: 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.

Teisinis pagrindas:

Direktyva 2014/24/ES

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

2.1.6. Pašalinimo pagrindai

Pašalinimo pagrindų šaltiniai: Pirkimo dokumentas

5. Pirkimo dalis

5.1. Pirkimo dalis: LOT-0001

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

Aprašymas: 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).

Vidaus identifikatorius: BDG-WZP.260.19.2026

5.1.1. Tikslas

Sutarties objektas: Paslaugos

Pagrindinis klasifikacijos kodas (cpv): 80500000 Apmokymo paslaugos

Kiti klasifikacijos kodai (cpv): 79341400 Reklamos kampanijų paslaugos

5.1.2. Sutarties vykdymo vieta

Šalis: Lenkija

Bet kurioje konkrečios šalies vietoje

5.1.3. Numatomas galiojimas

Trukmės pabaigos data: 09/12/2026

5.1.6. Bendra informacija

Rezervuota dalyvavimo teisė:

Dalyvavimas nerezervuotas.

Iš ES fondų nefinansuojamas pirkimo projektas

Šis viešasis pirkimas taip pat tinkamas mažosioms ir vidutinėms įmonėms (MVĮ): taip

Papildoma informacija: 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. Atrankos kriterijai

Pasirinkimo kriterijų šaltiniai: Pranešimas

Kriterijus: Rekomendacijos dėl nurodytų paslaugų

Atrankos kriterijaus aprašymas: 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).

Kriterijus: Technikai ar techninės organizacijos darbai atlikti

Atrankos kriterijaus aprašymas: 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. Skrymo kriterijai

Kriterijus:

Rūšis: Kaina

Pavadinimas: Cena (C)

Aprašymas: 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.

Kategorija skrymo kriterijaus svoris: Lyginamasis svoris (procentinė dalis, tikslus skaičius)

Skyrimo kriterijus: skaičius: 50

Kriterijus:

Rūšis: Kokybės

Pavadinimas: Wstępna koncepcja Kampanii (K)

Aprašymas: 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 indywidually, 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.

Kategorija skyrimo kriterijaus svoris: Lyginamasis svoris (procentinė dalis, tikslus skaičius)
Skyrimo kriterijus: skaičius: 10

Kriterijus:

Rūšis: Kokybės

Pavadinimas: Zasięg twórców internetowych (Z)

Aprašymas: 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: $Zob P = \frac{\text{Zasięg Wykonawcy}}{\text{Zasięg oferty}} \times 30$ 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. Kategorija skyrimo kriterijaus svoris: Lyginamasis svoris (procentinė dalis, tikslus skaičius)

Skyrimo kriterijus: skaičius: 30

Kriterijus:

Rūšis: Kokybės

Pavadinimas: Dodatkové działania (DZ)

Aprašymas: 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 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 (DZ) zostanie wyliczona zgodnie z poniższym wzorem: $K = Ko \cdot 10 \times 100 \text{ pkt} \times 10\%$ 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.

Kategorija skyrimo kriterijaus svoris: Lyginamasis svoris (procentinė dalis, tikslus skaičius)

Skyrimo kriterijus: skaičius: 10

5.1.11. Pirkimo dokumentai

Kalbos, kuriomis oficialiai skelbiami pirkimo dokumentai: lenkų kalba

Pirkimo dokumentų adresas: <https://energia.ezamawiajacy.pl>

Ad hoc ryšių kanalas:

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

5.1.12. Pirkimo sąlygos

Pateikimo sąlygos:

Pateikimas elektroninėmis priemonėmis: Neprivalomas

Pateikimo adresas: <https://energia.ezamawiajacy.pl>

Aprašymas: 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)

Kalbos, kuriomis galima pateikti pasiūlymus arba dalyvavimo prašymus: lenkų kalba

Elektroninis katalogas: Draudžiamas

Reikalingas pažangusis arba kvalifikuotas elektroninis parašas (kaip apibrėžta Reglamente (ES) Nr. 910/2014)

Alternatyvūs pasiūlymai: Draudžiamas

Dalyviai gali pateikti daugiau kaip vieną pasiūlymą: Draudžiamos
Pasiūlymų priėmimo terminas: 15/09/2026 10:00:00 (UTC+02:00) Rytų Europos laikas, Vidurio Europos vasaros laikas

Laikotarpis, per kurį pasiūlymas turi išlikti galiojantis: 90 Dienos

Informacija apie viešą vokų atplėšimą:

Atidarymo data: 15/09/2026 10:15:00 (UTC+02:00) Rytų Europos laikas, Vidurio Europos vasaros laikas

Sutarties sąlygos:

Sutartis turi būti vykdoma pagal globojamų darbo grupių užimtumo programas: Ne

Elektroninės sąskaitos faktūros: Neprivalomos

Bus naudojami elektroniniai užsakymai: taip

Bus naudojami elektroniniai mokėjimai: taip

5.1.16. Išsamesnė informacija, tarpininkavimas ir peržiūra

Tarpininkavimo organizacija: Urząd Zamówień Publicznych - Krajowa Izba Odwoławcza

Peržiūros organizacija: Urząd Zamówień Publicznych - Krajowa Izba Odwoławcza

Informacija apie peržiūros terminus: 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.

Organizacja, teikianti papildomą informaciją apie pirkimo procedūrą: Ministerstwo Energii

Organizacija, teikianti neinternetinę prieigą prie pirkimo dokumentų: Ministerstwo Energii

Organizacija, teikianti daugiau informacijos apie peržiūros procedūras: Urząd Zamówień Publicznych - Krajowa Izba Odwoławcza

Organizacija, priimanti dalyvavimo prašymus: Ministerstwo Energii

Organizacija, tvarkanti pasiūlymus: Ministerstwo Energii

8. Organizacijos

8.1. ORG-0001

Oficialus pavadinimas: Ministerstwo Energii

Registracijos numeris: REGON 527872166

Padalinys: Biuro Dyrektora Generalnego

Pašto adresas: Przemysłowa 26

Miestas: Warszawa

Pašto kodas: 00-450

Šalies administracinis vienetas (NUTS): Miasto Warszawa (PL911)

Šalis: Lenkija

E. paštas: zakupy@me.gov.pl

Telefono numeris: 226264330

Interneto adresas: <https://www.gov.pl/web/energia>

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

Šios organizacijos vaidmenys:

Pirkėjas

Organizacija, teikianti papildomą informaciją apie pirkimo procedūrą

Organizacija, teikianti neinternetinę prieigą prie pirkimo dokumentų

Organizacija, priimanti dalyvavimo prašymus

Organizacija, tvarkanti pasiūlymus

8.1. ORG-0002

Oficialus pavadinimas: Urząd Zamówień Publicznych - Krajowa Izba Odwoławcza

Registracijos numeris: 5262239325

Pašto adresas: Postępu 17a

Miestas: Warszawa

Pašto kodas: 02-676

Šalies administracinis vienetas (NUTS): Miasto Warszawa (PL911)

Šalis: Lenkija

E. paštas: odwolania@uzp.gov.pl

Telefono numeris: (22) 458 78 40

Interneto adresas: <https://www.gov.pl/web/uzp/krajowa-izba-odwolawcza>

Šios organizacijos vaidmenys:

Peržiūros organizacija

Organizacija, teikianti daugiau informacijos apie peržiūros procedūras

Tarpininkavimo organizacija

8.1. ORG-0000

Oficialus pavadinimas: Publications Office of the European Union

Registracijos numeris: PUBL

Miestas: Luxembourg

Pašto kodas: 2417

Šalies administracinis vienetas (NUTS): Luxembourg (LU000)

Šalis: Liuksemburgas

E. paštas: ted@publications.europa.eu

Telefono numeris: +352 29291

Interneto adresas: <https://op.europa.eu>

Šios organizacijos vaidmenys:

TED eSender

Skelbimo informacija

Skelbimo identifikatorius / versija: c5baded5-e4ef-4125-8ef7-06b9a60b1785 - 01

Formos tipas: Konkursas

Skelbimo rūšis: Skelbimas apie pirkimą. Paprastesnis režimas

Skelbimo porūšis: 20

Skelbimo išsiuntimo data: 28/08/2026 10:46:14 (UTC+00:00) Vakarų Europos laikas, GMT

Kalbos, kuriomis šis skelbimas oficialiai skelbiamas: lenkų kalba

Skelbimo paskelbimo numeris: 599594-2026

OL S numeris: 167/2026

Paskelbimo data: 31/08/2026