

599594-2026 - Konkurss

Polija – Izglītības un mācību pakalpojumi – 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

Paziņojums par līgumu — atvieglotais režīms
Pakalpojumi

1. Pircējs

1.1. Pircējs

Oficiālais nosaukums: Ministerstwo Energii

E-pasts: zakupy@me.gov.pl

Pircēja juridiskais statuss: Centrālās pārvaldes iestāde

Līgumslēdzējas iestādes darbības joma: Vispārēji sabiedriskie pakalpojumi

2. Procedūra

2.1. Procedūra

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

Apraksts: 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).

Procedūras identifikators: 5bdd0039-c877-4d5a-9b26-575e5f1ca66e

Iekšējais identifikators: BDG-WZP.260.19.2026

Procedūras veids: Atklāta

Procedūras galvenās iezīmes: 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. Mērķis

Līguma veids: Pakalpojumi

Galvenā klasifikācija (cpv): 80000000 Izglītības un mācību pakalpojumi

Papildu klasifikācija (cpv): 79341400 Reklāmas kampaņu pakalpojumi

2.1.2. Izpildes vieta

Valsts: Polija

Jebkur attiecīgajā valstī

2.1.4. **Vispārīga informācija**

Papildu informācija: 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.

Juridiskais pamats:

Direktīva 2014/24/ES

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

2.1.6. **Izslēgšanas iemesli**

Izslēgšanas iemeslu avoti: Iepirkuma dokuments

5. **Daļa**

5.1. **Daļa: LOT-0001**

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

Apraksts: 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).

Iekšējais identifikators: BDG-WZP.260.19.2026

5.1.1. **Mērķis**

Līguma veids: Pakalpojumi

Galvenā klasifikācija (cpv): 80500000 Mācību pakalpojumi

Papildu klasifikācija (cpv): 79341400 Reklāmas kampaņu pakalpojumi

5.1.2. **Izpildes vieta**

Valsts: Polija

Jebkur attiecīgajā valstī

5.1.3. **Paredzamais ilgums**

Ilguma beigu datums: 09/12/2026

5.1.6. **Vispārīga informācija**

Rezervēta dalība:

Dalība nav rezervēta.

Iepirkuma projekts, kas netiek finansēts no ES fondiem

Šis iepirkums ir piemērots arī maziem un vidējiem uzņēmumiem (MVU): jā

Papildu informācija: 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. Atlases kritēriji

Atlases kritēriju avoti: Paziņojums

Kritērijs: Atsauksmes par noteiktām pakalpojumiem

Atlases kritērija apraksts: 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).

Kritērijs: Tehnikai vai tehniskās iestādes darba veikšanai

Atlases kritērija apraksts: 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. Piešķiršanas kritēriji

Kritērijs:

Veids: Cena

Nosaukums: Cena (C)

Apraksts: 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 piešķiršanas kritērija svārs: Svērums (precīza procentuālā attiecība)

Piešķiršanas kritērija skaitlis: 50

Kritērijs:

Veids: Kvalitāte

Nosaukums: Wstępna koncepcja Kampanii (K)

Apraksts: 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 piešķiršanas kritērija svārs: Svērums (precīza procentuālā attiecība)

Piešķiršanas kritērija skaitlis: 10

Kritērijs:

Veids: Kvalitāte

Nosaukums: Zasiēg twērcu internetu (Z)

Apraksts: Kryterium nr 3 Zasiēg twērcu internetu (Z) „Zasiēg twērcu internetu (Z)” ocenianu būdnie zasiēg 11 twērcu internetu podanu w ofercie. Maksimālā līcību punktu (30 punktu) otrīzma Wykonawca, ktrī zaproponuē najwīkšy zasiēg w ramach współpracy z twērcami internetu. Pozostali Wykonawcy otrīzmāj līcību punktu, zgodnie z poniższym wzorem: $Zob P = \frac{\text{Wykonawca}}{\text{Zasiēg twērcu internetu oferty badanej}} \times 30$ Zoo gdzie: P – suma punktu, jakie Wykonawca uzyskał w kryterium, z dokładnošā do dwu mīec po przecinku; Zob – zasiēg twērcu internetu oferty badanej spošród ofert niepodlegajācy odrzuceniu; Zoo – zasiēg twērcu internetu oferty z najwīkšym zasiēgiem niepodlegajācej odrzuceniu Przez „Zasiēg twērcu internetu”, Zamawijācy rozumī łācnā līcību osb obserwujācy profil twērcu internetu (followersu) proponowanu do realizacji zamówienia. Ješli na danym profilu nastāpi emisja kilku (różny) publikacji dźwiękownu lub filmownu, līcību followersu nalezy pomnozyć przez līcību planowanu do wyemitowania publikacji dźwiękownu lub filmownu. Nalezy wskazać līcību followersu oraz līcību planowanu emisji dla kādego proponowanego twērcy (bez dzīałań dodatkownu). Nalezy również podać całkowity zasiēg twērcu internetu (bez dzīałań dodatkownu), rozumianu jako łācna līcība obserwujācy wszystkich twērcu internetu (ješli na danym profilu nastāpi emisja kilku (różny) publikacji dźwiękownu lub filmownu, līcību followersu nalezy pomnozyć przez līcību planowanu do wyemitowania publikacji dźwiękownu lub filmownu.

Kategorija piešķiršanas kritērija svārs: Svērums (precīza procentuālā attiecība)

Piešķiršanas kritērija skaitlis: 30

Kritērijs:

Veids: Kvalitāte

Nosaukums: Dodatke dzialania (DZ)

Apraksts: Kryterium nr 4 - „Dodatke dzialania (DZ)” ocenie podlegac budes przedmiotowy srodek dowodowy o kotrym mowa w roz. II ust. 3 pkt 1 lit b SWZ, wg nastepujacego schematu: Oferta budes oceniania w skali 1-5 oraz mnozona przez wage danego podkryterium, gdzie: 1 – speinia dane kryterium w minimalnym stopniu 2 – speinia dane kryterium w stopniu niewielkim 3 – speinia dane kryterium w stopniu srednim 4 – speinia dane kryterium w stopniu wysokim 5 – speinia dane kryterium w stopniu bardzo wysokim Wykonawca wskaże w Dodatkowych dzialaniach: 1 - dodatke dzialania zaproponowane przez Wykonawce tak aby byly zbiezne z celami i tematyka kampanii, czy przyciagaja uwage, sa zrozumiale i czytelne dla wskazanej grupy docelowej, czy maja silne przeslania i gwarantuja efektywnosc kosztowa, 2 - formy dzialan dodatkowych z uzasadnieniem czy zostaly dostosowane do charakterystyki wskazanej konkretnej grupy docelowej do ktorej ma dotrec, czy dany kanal jest zgodny z zainteresowaniami i motywacjami danej grupy docelowej. Maksymalna liczba punktow mozliwa do uzyskania w ramach kryterium wynosi 10. Punktacje w kazdym z kryteriow przyznaje Komisja przetargowa. Kazdy czlonkiem komisji ocenia oferte indy-widualnie, nastepnie punkty zostana zsumowane i podzielone przez ilosc czlonkow komisji ktora brala udzial w ocenie ofert. Srednia ilosc punktow budes stanowic sume punktow uzyskanych w danym kryterium oce-nianej oferty (Ko). Punktacja za kryterium (DZ) zostanie wyliczona zgodnie z ponizszym wzorem: $K = Ko \times 10 \times 100 \text{ pkt} \times 10\%$ gdzie: K - liczba punktow przyznana ocenianej ofercie 10 – maksymalna suma punktow do uzyskania w kryterium Ko – suma punktow uzyskanych w kryterium ocenianej oferty. Uwaga: Zamawiajacy informuje, ze Wstepna koncepcja Kampanii oraz Dodatke dzialania stanowia przedmiotowy srodek dowodowy (patrz pkt II. ust. 3 pkt 1 lit. a-b SWZ) i w przypadku ich niezlozenia, punkty w danym kryterium nie zostana przyznane.

Kategorija piešķiršanas kritērija svārs: Svērums (precīza procentuālā attiecība)

Piešķiršanas kritērija skaitlis: 10

5.1.11. Iepirkuma dokumenti

Valodas, kurās ir oficiāli pieejami iepirkuma dokumenti: poļu valoda

Adrese, kur pieejami iepirkuma dokumenti: <https://energia.ezamawiajacy.pl>

Ad hoc saziņas kanāls:

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

5.1.12. Iepirkuma noteikumi

Iesniegšanas noteikumi:

Elektroniskā iesniegšana: Atļauts

Iesniegšanas adrese: <https://energia.ezamawiajacy.pl>

Apraksts: 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)

Valodas, kurās var iesniegt piedāvājumus vai dalības pieprasījumus: poļu valoda

Elektroniskais katalogs: Nav atļauts

Vajadzīgs uzlabots vai kvalificēts elektroniskais paraksts vai zīmogs (kā definēts Regulā (ES) Nr. 910/2014)

Varianti: Nav atļauts

Pretendenti var iesniegt vairākus piedāvājumus: Nav atļauts

Piedāvājumu saņemšanas termiņš: 15/09/2026 10:00:00 (UTC+02:00) Austrumeiropas laiks, Centrāleiropas vasaras laiks

Laiks, kurā piedāvājumam jā saglabājas derīgam: 90 Dienas

Informācija par publisko atvēršanu:

Atvēršanas datums: 15/09/2026 10:15:00 (UTC+02:00) Austrumeiropas laiks, Centrāleiropas vasaras laiks

Līguma noteikumi:

Līguma izpilde jāveic saskaņā ar aizsargātas nodarbinātības programmām: Nē

Elektroniskie rēķini: Atļauts

Tiks izmantoti elektroniskie pasūtījumi: jā

Tiks izmantoti elektroniskie maksājumi: jā

5.1.16. Papildu informācija, mediācija un pārskatīšana

Starptautības jeb mediācijas organizācija: Urząd Zamówień Publicznych - Krajowa Izba Odwoławcza

Pārskatīšanas organizācija: Urząd Zamówień Publicznych - Krajowa Izba Odwoławcza

Informācija par pārskatīšanas termiņiem: 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.

Organizācija, kas sniedz papildu informāciju par iepirkuma procedūru: Ministerstwo Energii

Organizācija, kas nodrošina bezsaistes piekļuvi iepirkuma procedūras dokumentiem:

Ministerstwo Energii

Organizācija, kas sniedz sīkāku informāciju par pārskatīšanas procedūru: Urząd Zamówień Publicznych - Krajowa Izba Odwoławcza

Organizācija, kas saņem dalības pieprasījumus: Ministerstwo Energii

Organizācija, kas apstrādā piedāvājumus: Ministerstwo Energii

8. Organizācijas

8.1. ORG-0001

Oficiālais nosaukums: Ministerstwo Energii

Reģistrācijas numurs: REGON 527872166

Departaments: Biuro Dyrektora Generalnego

Pasta adrese: Przemysłowa 26

Pilsēta: Warszawa

Pasta indekss: 00-450

Valsts apakšiedalījums (NUTS): Miasto Warszawa (PL911)

Valsts: Polija

E-pasts: zakupy@me.gov.pl

Tālrunis: 226264330

Interneta adrese: <https://www.gov.pl/web/energia>

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

Šīs organizācijas lomas:

Pircējs

Organizācija, kas sniedz papildu informāciju par iepirkuma procedūru

Organizācija, kas nodrošina bezsaistes piekļuvi iepirkuma procedūras dokumentiem

Organizācija, kas saņem dalības pieprasījumus

Organizācija, kas apstrādā piedāvājumus

8.1. ORG-0002

Oficiālais nosaukums: Urząd Zamówień Publicznych - Krajowa Izba Odwoławcza

Reģistrācijas numurs: 5262239325

Pasta adrese: Postępu 17a

Pilsēta: Warszawa

Pasta indekss: 02-676

Valsts apakšiedalījums (NUTS): Miasto Warszawa (PL911)

Valsts: Polija

E-pasts: odwolania@uzp.gov.pl

Tālrunis: (22) 458 78 40

Interneta adrese: <https://www.gov.pl/web/uzp/krajowa-izba-odwolawcza>

Šīs organizācijas lomas:

Pārskatīšanas organizācija

Organizācija, kas sniedz sīkāku informāciju par pārskatīšanas procedūru

Starpniecības jeb mediācijas organizācija

8.1. ORG-0000

Oficiālais nosaukums: Publications Office of the European Union

Reģistrācijas numurs: PUBL

Pilsēta: Luxembourg

Pasta indekss: 2417

Valsts apakšiedalījums (NUTS): Luxembourg (LU000)

Valsts: Luksemburga

E-pasts: ted@publications.europa.eu

Tālrunis: +352 29291

Interneta adrese: <https://op.europa.eu>

Šīs organizācijas lomas:

TED eSender

Informācija par paziņojumu

Paziņojuma identifikators/versija: c5baded5-e4ef-4125-8ef7-06b9a60b1785 - 01

Veidlapas tips: Konkurss

Paziņojuma veids: Paziņojums par līgumu — atvieglotais režīms

Paziņojuma apakšveids: 20

Paziņojuma nosūtīšanas datums: 28/08/2026 10:46:14 (UTC+00:00) Rietumeiropas laiks

Valodas, kurās oficiāli pieejams šis paziņojums: poļu valoda

Paziņojuma publikācijas numurs: 599594-2026

OV S sērijas izdevuma numurs: 167/2026

Publicēšanas datums: 31/08/2026