

## 699202-2025 - Wyniki

Polska – Usługi edukacyjne i szkoleniowe – „Ogólnopolska kampania 2025, czyli zaplanowanie, przygotowanie, realizacja oraz monitorowanie ogólnopolskiej kampanii edukacyjno-informacyjnej nt. Energetyki jądrowej”.

OJ S 204/2025 23/10/2025

Ogłoszenie o udzieleniu zamówienia lub ogłoszenie o udzieleniu koncesji – tryb uproszczony Usługi

### 1. Nabywca

---

#### 1.1. Nabywca

Oficjalna nazwa: Ministerstwo Energii

E-mail: [zakupy@me.gov.pl](mailto:zakupy@me.gov.pl)

Status prawny nabywcy: Instytucja administracji centralnej

Sektor działalności instytucji zamawiającej: Ogólne usługi publiczne

### 2. Procedura

---

#### 2.1. Procedura

Tytuł: „Ogólnopolska kampania 2025, czyli zaplanowanie, przygotowanie, realizacja oraz monitorowanie ogólnopolskiej kampanii edukacyjno-informacyjnej nt. Energetyki jądrowej”.

Opis: Postępowanie o udzielenie zamówienia publicznego prowadzone jest w trybie przetargu nieograniczonego, na podstawie art. 132 w związku z art. 359 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (tj. Dz. U. z 2024 r., poz. 1320 z późn. zm.) [zwanej dalej także „PZP”]. W niniejszym postępowaniu Zamawiający zastosuje przesłanki zawarte w art. 360 pkt 1 ust. 2 i 3 ustawy PZP. Zamawiający przewiduje zastosowanie procedury, o której mowa w art. 139 ust. 1 ustawy PZP, tj. Zamawiający najpierw dokona badania i oceny ofert, a następnie kwalifikacji podmiotowej wykonawcy, którego oferta została najwyżej oceniona, w zakresie braku podstaw wykluczenia oraz spełniania warunków udziału w postępowaniu.

Identyfikator procedury: 662a0e44-0f49-45d8-af2e-8588e031636d

Poprzednie ogłoszenie: 604384-2025

Wewnętrzny identyfikator: BDG.260.24.2025

Rodzaj procedury: Otwarta

Główne aspekty procedury: 1) Postępowanie o udzielenie zamówienia publicznego prowadzone jest w trybie przetargu nieograniczonego, na podstawie art. 132 w związku z art. 359 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (tj. Dz. U. z 2024 r., poz. 1320 z późn. zm.) [zwanej dalej także „PZP”]. 2) W niniejszym postępowaniu Zamawiający zastosuje przesłanki zawarte w art. 360 pkt 1 ust. 2 i 3 ustawy PZP. 3) Zamawiający przewiduje zastosowanie procedury, o której mowa w art. 139 ust. 1 ustawy PZP, tj. Zamawiający najpierw dokona badania i oceny ofert, a następnie kwalifikacji podmiotowej wykonawcy, którego oferta została najwyżej oceniona, w zakresie braku podstaw wykluczenia oraz spełniania warunków udziału w postępowaniu. 4) Informacje o przewidywanym wyborze najkorzystniejszej oferty z zastosowaniem aukcji elektronicznej wraz z informacjami, o których mowa w art. 227 pkt 1 PZP. Zamawiający nie przewiduje wyboru najkorzystniejszej oferty z zastosowaniem aukcji elektronicznej. 5) Wartość zamówienia przekracza progi unijne określone na podstawie art. 3 PZP. 6) W zakresie nieuregulowanym niniejszą Specyfikacją

Warunków Zamówienia, zwaną dalej „SWZ”, zastosowanie mają przepisy ustawy PZP, przepisy wykonawcze do ustawy oraz przepisy ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (t.j. Dz. U. 2024 poz. 1320 z późn. zm.).

#### **2.1.1. Przeznaczenie**

Charakter zamówienia: Usługi

Główna klasyfikacja (cpv): 80000000 Usługi edukacyjne i szkoleniowe

Dodatkowa klasyfikacja (cpv): 92200000 Usługi radiowe i telewizyjne

#### **2.1.2. Miejsce realizacji**

Kraj: Polska

W dowolnym miejscu w danym państwie

Informacje dodatkowe: Polska

#### **2.1.4. Informacje ogólne**

##### **Podstawa prawna:**

Dyrektywa 2014/24/UE

na podstawie art. 132 w związku z art. 359 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych

## **5. Część zamówienia**

---

### **5.1. Część zamówienia: LOT-0001**

Tytuł: Ogólnopolska kampania 2025, czyli zaplanowanie, przygotowanie, realizacja oraz monitorowanie ogólnopolskiej kampanii edukacyjno-informacyjnej nt. Energetyki jądrowej

Opis: Przedmiotem zamówienia jest ogólnopolska kampania 2025, czyli zaplanowanie, przygotowanie, realizacja i monitorowanie ogólnopolskiej kampanii edukacyjno-informacyjnej (dalej: „Kampania”), której głównym celem jest podniesienie świadomości społeczeństwa na temat energetyki jądrowej oraz zbudowanie stabilnego oraz świadomego poziomu akceptacji społecznej dla energetyki jądrowej. Szczegółowy opis przedmiotu zamówienia stanowi Załącznik nr 2 do SWZ – Szczegółowy Opis przedmiotu zamówienia (SOPZ)

Wewnętrzny identyfikator: BDG.260.24.2025

#### **5.1.1. Przeznaczenie**

Charakter zamówienia: Usługi

Główna klasyfikacja (cpv): 80000000 Usługi edukacyjne i szkoleniowe

Dodatkowa klasyfikacja (cpv): 92200000 Usługi radiowe i telewizyjne

#### **5.1.2. Miejsce realizacji**

Kraj: Polska

W dowolnym miejscu w danym państwie

Informacje dodatkowe: Kampania realizowana jest w ramach Programu polskiej energetyki jądrowej (Program PEJ). Ze względu na procedowaną aktualizację dokumentu, zadanie przewidziane w: Załączniku 2. - Zadania do wykonania w ramach Programu PEJ, 2. Działania edukacyjno-informacyjne, 2.4 Ogólnopolska kampania edukacyjno - informacyjna skierowana do wszystkich obywateli

#### **5.1.3. Szacowany okres obowiązywania**

Data zakończenia trwania: 09/12/2025

#### **5.1.6. Informacje ogólne**

Projekt zamówienia niefinansowany z funduszy UE

#### 5.1.10. Kryteria udzielenia zamówienia

##### **Kryterium:**

Rodzaj: Jakość

Nazwa: "K" Wstępna koncepcja kreatywna i strategiczna Kampanii

Opis: Kryterium 2 „Wstępna koncepcja kreatywna i strategiczna Kampanii” Maksymalna liczba punktów możliwa do uzyskania w ramach kryterium wynosi 20. Spójność koncepcji kreatywnej Ocenie będzie podlegała spójność technik i pomysłów kreatywnych kampanii: ogólnej koncepcji, logotypu, hasła, grafik, kolorystyki: Każdy członek Komisji przetargowej przyzna następujące punkty od 0 do 5\* Następnie punkty uzyskane przez każdego z Wykonawców w tym podkryterium zostaną wyliczone zgodnie ze wzorem: suma uzyskanych punktów/liczba członków Komisji Atrakcyjność, zauważalność i zapamiętywalność przekazu Ocenie będzie podlegał stopień w jakim, dzięki zastosowanym technikom i pomysłom kreatywnym, kampania będzie atrakcyjna dla grupy docelowej, będzie wyróżniała się spośród innych kampanii (zwłaszcza społecznych) oraz będzie zapamiętywalna. Każdy członek Komisji przetargowej przyzna punkty od 0 do 5\* Następnie punkty uzyskane przez każdego z Wykonawców w tym podkryterium zostaną wyliczone zgodnie ze wzorem: suma uzyskanych punktów/liczba członków Komisji Jasność i przejrzystość komunikacji, Ocenie będzie podlegało w jakim stopniu przekazy w ramach Kampanii będą formułowane w sposób jednoznaczny i łatwy do zrozumienia dla grup docelowych. Każdy członek Komisji przetargowej przyzna punkty od 0 do 5\* Następnie punkty uzyskane przez każdego z Wykonawców w tym podkryterium zostaną wyliczone zgodnie ze wzorem: suma uzyskanych punktów/liczba członków Komisji Perswazyjność przekazu (w tym Key Message), Ocenie będzie podlegało w jakim stopniu, dzięki formie i zawartości merytorycznej, a także dzięki przeprowadzonej analizie psychograficznej i demograficznej komunikacyjnej grupy docelowej Kampanii w zakresie identyfikacji barier poznawczych odnośnie tematu wiodącego Kampanii oraz wskazaniu motywacji, oczekiwań i przekonań umożliwiających zbudowanie stabilnego i świadomego poziomu akceptacji społecznej dla energetyki jądrowej oraz strategii komunikacji z odbiorcami Kampanii, Kampania będzie przekonująca dla grup docelowych i przyczyni się do zbudowania stabilnego i świadomego poziomu akceptacji społecznej dla energetyki jądrowej. Każdy członek Komisji przetargowej przyzna punkty od 0 do 5\* Następnie punkty uzyskane przez każdego z Wykonawców w tym kryterium zostaną wyliczone zgodnie ze wzorem: suma uzyskanych punktów/liczba członków Komisji Punkty uzyskane przez każdego z Wykonawców w podkryteriach a)-d) zostaną zsumowane, a następnie Punktacja za kryterium zostanie wyliczona zgodnie z poniższym wzorem:  $K = K_o / 20 \times 100 \text{ pkt} \times "20" \%$  gdzie: K - liczba punktów przyznana ocenianej ofercie 20 – maksymalna suma punktów do uzyskania w kryterium Ko – suma punktów uzyskanych w kryterium ocenianej oferty Uwaga: W kryteriach 2, 3, 4, 5, 6, 7 oferta będzie oceniana w skali 0-5, gdzie: 0– nie spełnia danego kryterium w żadnym stopniu 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

Kategoria kryterium udzielenia zamówienia waga: Waga (wartość procentowa, dokładna)

Kryterium udzielenia - Liczba: 20

##### **Kryterium:**

Rodzaj: Cena

Nazwa: Cena całkowita brutto

Opis: Maksymalna liczba punktów możliwa do uzyskania w ramach kryterium wynosi 30.

Oceniane będzie metodą punktową wg wzoru:  $C = C_n / C_o \times 100 \text{ pkt} \times "30" \%$  gdzie: C - liczba punktów przyznana ocenianej ofercie Cn - najniższa cena oferty brutto wśród wszystkich ofert podlegających ocenie Co - cena ocenianej oferty brutto

Kategoria kryterium udzielenia zamówienia waga: Waga (wartość procentowa, dokładna)

Kryterium udzielenia - Liczba: 30

**Kryterium:**

Rodzaj: Jakość

Nazwa: Wstępna koncepcja telewizyjnych spotów reklamowych

Opis: Kryterium 3 „Wstępna koncepcja telewizyjnych spotów reklamowych” W ramach tego kryterium wykonawca może otrzymać maksymalnie 15 punktów. Ocenie będzie podlegała Atrakcyjność formy i treści wstępnych koncepcji scenariuszy spotów (storyboardów), czyli w jakim stopniu koncepcje w ciekawy i jednocześnie merytoryczny sposób obrazują wiodącą tematykę kampanii. Czy jest zrozumiała i łatwa do zapamiętania czy jest zbieżna z celami i tematyką kampanii, czy wyróżnia się spośród innych telewizyjnych komunikatów reklamowych, czy pierwsze 5 sekund spotu przyciąga uwagę odbiorcy i zachęca do obejrzenia spotu do końca. Każdy członek Komisji przetargowej przyzna punkty od 0 do 5\*, a następnie suma uzyskanych punktów zostanie podzielone przez liczbę członków komisji. Punktacja za kryterium zostanie wyliczona zgodnie z wzorem (wzór do obliczenia punktacji w SWZ)

Kategoria kryterium udzielenia zamówienia waga: Waga (wartość procentowa, dokładna)

Kryterium udzielenia - Liczba: 15

**Kryterium:**

Rodzaj: Jakość

Nazwa: Wstępna Koncepcja internetowych spotów reklamowych

Opis: Kryterium 4– „Wstępna Koncepcja internetowych spotów reklamowych” W ramach tego kryterium wykonawca może otrzymać maksymalnie 10 punktów. Ocenie będzie podlegała Atrakcyjność formy i treści wstępnych koncepcji scenariuszy spotów (storyboardów), czyli w jakim stopniu koncepcje w ciekawy i jednocześnie merytoryczny sposób obrazują wiodącą tematykę kampanii. Czy jest zrozumiała i łatwa do zapamiętania czy jest zbieżna z celami i tematyką kampanii, czy wyróżnia się spośród innych internetowych komunikatów reklamowych, czy pierwsze 5 sekund spotu przyciąga uwagę odbiorcy i zachęca o do obejrzenia spotu do końca. Każdy członek Komisji przetargowej przyzna następujące punkty od 0 do 5\*, a następnie suma uzyskanych punktów zostanie podzielone przez liczbę członków komisji, a następnie punktacja za kryterium zostanie wyliczona zgodnie z wzorem podanym w SWZ.

Kategoria kryterium udzielenia zamówienia waga: Waga (wartość procentowa, dokładna)

Kryterium udzielenia - Liczba: 10

**Kryterium:**

Rodzaj: Jakość

Nazwa: Wstępna koncepcja przeprowadzenia kampanii internetowej

Opis: Kryterium 5– „Wstępna koncepcja przeprowadzenia kampanii internetowej” Maksymalna liczba punktów możliwa do uzyskania w ramach kryterium wynosi 10 rozumianych jako suma punktów przyznanych w podkryteriach: a)- maks. 3 pkt i b) maks. 7 pkt, [KK = Ok + Z] a) Dobór właściwych kanałów komunikacji. Ocenie będzie podlegało czy wskazane kanały dotarcia są dopasowane do tematyki poruszanych zagadnień oraz grup docelowych Kampanii. Każdy członek Komisji przetargowej przyzna punkty od 0 do 5\*, a następnie suma uzyskanych punktów zostanie podzielone przez liczbę członków komisji. (wzór do obliczenia punktacji w SWZ) b) Zasięg kampanii internetowej. Przez „zasięg kampanii internetowej” ,Zamawiający rozumie łączną liczbę osób obserwujących profil twórców internetowych (followersów) proponowanych do współpracy w projekcie. 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 kampanii internetowej (bez

działań dodatkowych). Ocenie będzie podlegał jak największy zasięg w ramach kampanii internetowej (Wzór do obliczenia punktacji w SWZ)

Kategoria kryterium udzielenia zamówienia waga: Waga (wartość procentowa, dokładna)

Kryterium udzielenia - Liczba: 10

**Kryterium:**

Rodzaj: Jakość

Nazwa: Wstępna koncepcja filmowych materiałów edukacyjnych

Opis: Kryterium 6– „Wstępna koncepcja filmowych materiałów edukacyjnych” W ramach tego kryterium wykonawca może otrzymać maksymalnie 5 punktów. Ocenie będzie podlegała Atrakcyjność formy i treści wstępnych koncepcji scenariuszy filmowych materiałów edukacyjnych, czyli w jakim stopniu koncepcje w ciekawy i jednocześnie merytoryczny sposób obrazują wiodącą tematykę kampanii. Czy jest zrozumiała i łatwa do zapamiętania czy jest zbieżna z celami i tematyką kampanii, czy wyróżnia się spośród innych filmowych materiałów edukacyjnych, czy pierwsze 20 sekund filmu przyciąga uwagę odbiorcy i zachęca go do obejrzenia filmów do końca, czy propozycje lektorów to osoby charyzmatyczne, uznane w świecie nauki i innowacji. Każdy członek Komisji przetargowej przyzna następujące punkty od 0 do 5\*, a następnie suma uzyskanych punktów zostanie podzielone przez liczbę członków komisji. Punktacja za kryterium zostanie wyliczona zgodnie z wzorem podanym w SWZ. (Wzór do obliczenia punktacji w SWZ)

Kategoria kryterium udzielenia zamówienia waga: Waga (wartość procentowa, dokładna)

Kryterium udzielenia - Liczba: 5

**Kryterium:**

Rodzaj: Jakość

Nazwa: Działania dodatkowe

Opis: Kryterium 7– „Działania dodatkowe” W ramach tego kryterium wykonawca może otrzymać maksymalnie 10 punktów. Ocenie będzie podlegało czy dodatkowe działania zaproponowane przez Wykonawcę są 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, czy wskazana dana forma działań dodatkowych została uzasadniona tj. dostosowana do charakterystyki wskazanej konkretnej grupy docelowej do której ma dotrzeć, czy dany kanał jest zgodny z zainteresowaniami i motywacjami danej grupy docelowej. Każdy członek Komisji przetargowej przyzna punkty od 0 do 5\*, a następnie suma uzyskanych punktów zostanie podzielone przez liczbę członków komisji. Punktacja za kryterium zostanie wyliczona zgodnie z wzorem podanym w SWZ. Uwaga: Punkty zostaną przyznane, jeżeli dwa z trzech zaproponowanych działań dodatkowych będą działaniami w zakresie/obszarze działań w Internecie, zgodnie z wymogiem przedstawionym w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia. Uwaga: W kryteriach 2, 3, 4, 5, 6, 7 oferta będzie oceniana w skali 0-5, gdzie: 0 – nie spełnia danego kryterium w żadnym stopniu 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

Kategoria kryterium udzielenia zamówienia waga: Waga (wartość procentowa, dokładna)

Kryterium udzielenia - Liczba: 10

#### **5.1.15. Techniki**

**Umowa ramowa:**

Brak umowy ramowej

**Informacje o dynamicznym systemie zakupów:**

Brak dynamicznego systemu zakupów

#### 5.1.16. Dalsze informacje, mediacja i odwołanie

Organ odwoławczy: Urząd Zamówień Publicznych - Krajowa Izba Odwoławcza

Informacje o terminach odwołania: 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 udzielająca dodatkowych informacji na temat postępowania o udzielenie zamówienia: Ministerstwo Energii

Organizacja udzielająca dodatkowych informacji na temat procedur odwoławczych: Urząd Zamówień Publicznych - Krajowa Izba Odwoławcza

## 6. Wyniki

---

Wartość wszystkich umów przyznanych w tym zawiadomieniu: 2 994 924,55 PLN

### 6.1. Wyniki – ID części zamówienia: LOT-0001

Status wyboru zwycięzcy: Wyłoniono co najmniej jednego zwycięzcę.

#### 6.1.2. Informacje o zwycięzcach

##### Zwycięzca:

Oficjalna nazwa: ADVALUE Sp. z o.o.

##### Oferta:

Identyfikator oferty: Oferta nr 3

Identyfikator części zamówienia lub grupy części: LOT-0001

Wartość przetargu: 2 994 924,55 PLN

Oferta została sklasyfikowana: tak

Pozycja oferty: 1

Oferta jest ofertą wariantową: nie

##### Informacje dotyczące zamówienia:

Identyfikator umowy: Umowa 197/ME/2025

Tytuł: Ogólnopolska kampania 2025, czyli zaplanowanie, przygotowanie, realizacja oraz monitorowanie ogólnopolskiej kampanii edukacyjno-informacyjnej nt. Energetyki jądrowej

Data wyboru zwycięzcy: 07/10/2025

Data zawarcia umowy: 21/10/2025

#### 6.1.4. Informacje statystyczne

##### Otrzymane oferty lub wnioski o dopuszczenie do udziału:

Rodzaj otrzymanych ofert lub wniosków: Oferty

Liczba otrzymanych ofert lub wniosków o dopuszczenie do udziału: 7

## 8. Organizacje

---

#### 8.1. ORG-0001

Oficjalna nazwa: Ministerstwo Energii

Numer rejestracyjny: REGON 527872166

Departament: Biuro Dyrektora Generalnego

Adres pocztowy: Książęca 4

Miejscowość: Warszawa

Kod pocztowy: 00-498

Podpodział krajowy (NUTS): Miasto Warszawa (PL911)

Kraj: Polska

E-mail: [zakupy@me.gov.pl](mailto:zakupy@me.gov.pl)

Telefon: 3224334201

Adres strony internetowej: [www.gov.pl/energia](http://www.gov.pl/energia)

Profil nabywcy: <https://www.gov.pl/web/przemysl/zamowienia-publiczne6>

##### **Role tej organizacji:**

Nabywca

Organizacja udzielająca dodatkowych informacji na temat postępowania o udzielenie zamówienia

#### 8.1. ORG-0002

Oficjalna nazwa: Urząd Zamówień Publicznych - Krajowa Izba Odwoławcza

Numer rejestracyjny: 5262239325

Adres pocztowy: Postępu 17a

Miejscowość: Warszawa

Kod pocztowy: 02-676

Podpodział krajowy (NUTS): Miasto Warszawa (PL911)

Kraj: Polska

E-mail: [odwolania@uzp.gov.pl](mailto:odwolania@uzp.gov.pl)

Telefon: (22) 458 78 40

Adres strony internetowej: <https://www.gov.pl/web/uzp/krajowa-izba-odwolawcza>

##### **Role tej organizacji:**

Organ odwoławczy

Organizacja udzielająca dodatkowych informacji na temat procedur odwoławczych

#### 8.1. ORG-0003

Oficjalna nazwa: ADVALUE Sp. z o.o.

Wielkość podmiotu gospodarczego: Mikro-, małe lub średnie przedsiębiorstwo

Numer rejestracyjny: 5252438359

Adres pocztowy: ul. Przeskok 2

Miejscowość: Warszawa

Kod pocztowy: 00-032

Podpodział krajowy (NUTS): Miasto Warszawa (PL911)

Kraj: Polska

##### **Role tej organizacji:**

Oferent

**Zwycięzca tych części zamówienia: LOT-0001**

#### 8.1. ORG-0000

Oficjalna nazwa: Publications Office of the European Union

Numer rejestracyjny: PUBL

Miejscowość: Luxembourg

Kod pocztowy: 2417

Podpodział krajowy (NUTS): Luxembourg (LU000)

Kraj: Luksemburg

E-mail: [ted@publications.europa.eu](mailto:ted@publications.europa.eu)

Telefon: +352 29291

Adres strony internetowej: <https://op.europa.eu>

**Role tej organizacji:**

TED eSender

## Informacje o ogłoszeniu

---

Identyfikator/wersja ogłoszenia: bd08ed68-113e-45b9-b361-0b80648f348f - 01

Typ formularza: Wyniki

Rodzaj ogłoszenia: Ogłoszenie o udzieleniu zamówienia lub ogłoszenie o udzieleniu koncesji  
– tryb uproszczony

Podrodzaj ogłoszenia: 33

Ogłoszenie – data wysłania: 22/10/2025 11:44:51 (UTC+00:00) czas zachodnioeuropejski,  
GMT

Języki, w których przedmiotowe ogłoszenie jest oficjalnie dostępne: polski

Numer publikacji ogłoszenia: 699202-2025

Numer wydania Dz.U. S: 204/2025

Data publikacji: 23/10/2025