

## 599594-2026 - Procedură concurențială

**Polonia – Servicii de învățământ și formare profesională – 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**

**Anunț de participare - regim simplificat**

**Servicii**

### 1. Cumpărător

---

#### 1.1. Cumpărător

Denumire oficială: Ministerstwo Energii

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

Forma juridică a achizitorului: Autoritate guvernamentală centrală

Activitatea autorității contractante: Servicii publice generale

### 2. Procedură

---

#### 2.1. Procedură

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

Descriere: 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).

Identifikatorul procedurii: 5bdd0039-c877-4d5a-9b26-575e5f1ca66e

Identificator intern: BDG-WZP.260.19.2026

Tip de procedură: Deschisă

Principalele caracteristici ale procedurii: 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 zastosuje 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. Scop

Natura contractului: Servicii

Clasificarea principală (cpv): 80000000 Servicii de învățământ și formare profesională

Clasificare suplimentară (cpv): 79341400 Servicii de campanii de publicitate

##### 2.1.2. Locul de executare

Țara: Polonia

Oriunde în țara respectivă

#### 2.1.4. Informații generale

Informații suplimentare: 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.

#### **Temei juridic:**

Directiva 2014/24/UE

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

#### 2.1.6. Motive de excludere

Sursele motivelor de excludere: Document de achiziție

## 5. Lot

---

### 5.1. Lot: LOT-0001

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

Descriere: 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).

Identifikator intern: BDG-WZP.260.19.2026

#### 5.1.1. Scop

Natura contractului: Servicii

Clasificarea principală (cpv): 80500000 Servicii de formare

Clasificare suplimentară (cpv): 79341400 Servicii de campanii de publicitate

#### 5.1.2. Locul de executare

Țara: Polonia

Oriunde în țara respectivă

#### 5.1.3. Durata estimată

Data de sfârșit a duratei: 09/12/2026

#### 5.1.6. Informații generale

##### **Participare rezervată:**

Participarea nu este rezervată.

Proiect de achiziții publice nefinanțat din fonduri UE

Această procedură de achiziții publice este adecvată și pentru întreprinderile mici și mijlocii (IMM-uri): da

Informații suplimentare: 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. Criterii de selecție

Sursele criteriilor de selecție: Anunț

Criteriu: Referințe despre servicii specificate

Descrierea criteriului de selecție: 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).

Criteriu: Tehnicienii sau organisme tehnice pentru a efectua lucrarea

Descrierea criteriului de selecție: 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. Criterii de atribuire**

##### **Criteriu:**

Tip: Preț

Denumire: Cena (C)

Descriere: 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<sub>n</sub> – najniższa cena brutto oferty spośród ofert niepodlegających odrzuceniu; C<sub>b</sub> – cena brutto oferty badanej niepodlegającej odrzuceniu.

Categorie a criteriului de atribuire greutate: Ponderare (procentaj, valoare exactă)

Număr legat de criteriul de atribuire: 50

##### **Criteriu:**

Tip: Calitate

Denumire: Wstępna koncepcja Kampanii (K)

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

zakresie identyfikacji barier poznawczych odnośnie tematu wiodącego Kampanii są dopasowane do tematyki poruszanych zagadnień oraz grup docelowych Kampanii. Na potrzeby przyznania punktów w kryterium nr 2 – „Wstępna koncepcja Kampanii (K)” wykonawca w koncepcji Kampanii przedstawia następujące elementy: 1. Koncepcję strategiczną Kampanii, zawierającą: a) analizę psychograficzną i demograficzną komunikacyjnej grupy docelowej Kampanii w zakresie identyfikacji barier poznawczych odnośnie tematu wiodącego Kampanii oraz wskazanie motywacji, oczekiwań i przekonań umożliwiających zbudowanie stabilnego i świadomego poziomu akceptacji społecznej dla energetyki jądrowej; b) opis głównych założeń i planowanych rezultatów Kampanii; c) strategię komunikacji z odbiorcami Kampanii (w tym z grupami docelowymi), uwzględniającą określone przez Zamawiającego działania i kanały komunikacji, wraz z uzasadnieniem tej strategii, uwzględniającą analizę doboru poszczególnych twórców internetowych do grup docelowych Kampanii – wraz z uzasadnieniem tej strategii. Analiza doboru twórców internetowych powinna zawierać opisy wyznawanych przez nich wartości i zainteresowań, informacje o spójności i braku sprzeczności publikowanych przez nich treści z tematyką Kampanii, stylu komunikacji, jakości komentarzy, historii współprac, zaangażowania społeczności, w tym wskazanie wskaźnika Engagement Rate wraz z opisem jego wyliczenia, dopasowanie tonu przekazu do specyfiki grup docelowych. Maksymalna liczba punktów możliwa do uzyskania w ramach kryterium wynosi 10. Punktację w każdym z kryteriów przyznaje Komisja przetargowa. Każdy członek komisji ocenia ofertę indy-widualnie, następnie punkty zostaną zsumowane i podzielone przez ilość członków komisji która brała udział w ocenie ofert. Średnia ilość punktów będzie stanowić sumę punktów uzyskanych w danym kryterium ocenianej oferty (Ko). Punktacja za kryterium (K) zostanie wyliczona zgodnie z poniższym wzorem:  $K = Ko \times 100 \text{ pkt} \times 10\%$  gdzie: K - liczba punktów przyznana ocenianej ofercie 10 – maksymalna suma punktów do uzyskania w kryterium Ko – suma punktów uzyskanych w kryterium ocenianej oferty.

Categorii a criteriului de atribuire greutate: Ponderare (procentaj, valoare exactă)

Număr legat de criteriul de atribuire: 10

#### **Criteriu:**

Tip: Calitate

Denumire: Zasięg twórców internetowych (Z)

Descriere: 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. Categorie a criteriului de atribuire greutate: Ponderare (procentaj, valoare exactă)

Număr legat de criteriul de atribuire: 30

**Criteriu:**

Tip: Calitate

Denumire: Dodatke działania (DZ)

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

Categorie a criteriului de atribuire greutate: Ponderare (procentaj, valoare exactă)

Număr legat de criteriul de atribuire: 10

**5.1.11. Documentele achiziției**

Limbile în care documentele achiziției sunt disponibile oficial: polonă

Unde se găsesec documentele achiziției: <https://energia.ezamawiajacy.pl>

**Canal de comunicare ad-hoc:**

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

**5.1.12. Condițiile achiziției publice**

**Condiții de depunere:**

Depunere electronică: Autorizată

Adresa de depunere: <https://energia.ezamawiajacy.pl>

Descriere: 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)

Limbile în care pot fi depuse ofertele sau cererile de participare: polonă

Catalog electronic: Nu este permisă

Este nevoie de semnătura sau sigiliul electronic(ă) avansat(ă) sau calificat(ă) [conform definiției din Regulamentul (UE) nr. 910/2014]

Variante: Nu este permisă

Ofertanții pot depune mai multe oferte: Nu este permisă

Termenul-limită pentru primirea ofertelor: 15/09/2026 10:00:00 (UTC+02:00) ora Europei de Est, ora de vară a Europei Centrale

Durata în care oferta trebuie să rămână valabilă: 90 Zile

**Informații privind deschiderea publică:**

Data deschiderii: 15/09/2026 10:15:00 (UTC+02:00) ora Europei de Est, ora de vară a Europei Centrale

**Clauzele contractuale:**

Executarea contractului trebuie efectuată în cadrul unor programe de angajare protejată: Nu

Facturare electronică: Autorizată

Se va utiliza comanda electronică: da

Se va utiliza plata electronică: da

**5.1.16. Informații suplimentare, mediere și căi de atac**

Organizație de mediere: Urząd Zamówień Publicznych - Krajowa Izba Odwoławcza

Organizația responsabilă cu căile de atac: Urząd Zamówień Publicznych - Krajowa Izba Odwoławcza

Informații privind termenele-limită pentru reexaminare: 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.

Organizația care furnizează informații suplimentare cu privire la procedura de achiziții: Ministerstwo Energii

Organizația care oferă acces offline la documentele achiziției: Ministerstwo Energii

Organizația care furnizează mai multe informații cu privire la căile de atac: Urząd Zamówień Publicznych - Krajowa Izba Odwoławcza

Organizația care primește cererile de participare: Ministerstwo Energii

Organizația care prelucrează ofertele: Ministerstwo Energii

## 8. Organizații

---

**8.1. ORG-0001**

Denumire oficială: Ministerstwo Energii

Număr de înregistrare: REGON 527872166

Departament: Biuro Dyrektora Generalnego

Adresă poștală: Przemysłowa 26

Localitate: Warszawa

Cod poștal: 00-450

Subdiviziunea țării (NUTS): Miasto Warszawa (PL911)

Țara: Polonia

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

Telefon: 226264330

Adresa de internet: <https://www.gov.pl/web/energia>

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

**Rolurile acestei organizații:**

Cumpărător

Organizația care furnizează informații suplimentare cu privire la procedura de achiziții

Organizația care oferă acces offline la documentele achiziției

Organizația care primește cererile de participare

Organizația care prelucrează ofertele

**8.1. ORG-0002**

Denumire oficială: Urząd Zamówień Publicznych - Krajowa Izba Odwoławcza

Număr de înregistrare: 5262239325

Adresă poștală: Postępu 17a

Localitate: Warszawa

Cod poștal: 02-676

Subdiviziunea țării (NUTS): Miasto Warszawa (PL911)

Țara: Polonia

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

Telefon: (22) 458 78 40

Adresa de internet: <https://www.gov.pl/web/uzp/krajowa-izba-odwolawcza>

**Rolurile acestei organizații:**

Organizația responsabilă cu căile de atac

Organizația care furnizează mai multe informații cu privire la căile de atac

Organizație de mediere

**8.1. ORG-0000**

Denumire oficială: Publications Office of the European Union

Număr de înregistrare: PUBL

Localitate: Luxembourg

Cod poștal: 2417

Subdiviziunea țării (NUTS): Luxembourg (LU000)

Țara: Luxemburg

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

Telefon: +352 29291

Adresa de internet: <https://op.europa.eu>

**Rolurile acestei organizații:**

TED eSender

## Informații privind anunțul

---

Identificatorul versiunea anunțului: c5baded5-e4ef-4125-8ef7-06b9a60b1785 - 01

Tip de formular: Procedură concurențială

Tip de anunț: Anunț de participare - regim simplificat

Subtipul anunțului: 20

Data notificării expedierii: 28/08/2026 10:46:14 (UTC+00:00) ora Europei Occidentale, GMT

Limbile în care acest anunț este disponibil oficial: polonă

Numărul de publicare al anunțului: 599594-2026

Numărul ediției JO S: 167/2026

