

MINISTERSTWO RODZINY, PRACY I POLITYKI SPOŁECZNEJ
BIURO ADMINISTRACYJNE

ul. Nowogrodzka 1/3/5, 00-513 Warszawa, tel. +48 22 661 14 35, fax +48 22 661 14 36

www.mrpips.gov.pl; e-mail: wzp@mrpips.gov.pl

BA.II.271.22.2016.AL.KP

Warszawa, dnia 08 listopada 2016 r.

Uczestnicy postępowania

Dotyczy: postępowania o udzielenie zamówienia publicznego na **Przeprowadzenie ogólnopolskiej, medialnej kampanii społecznej, dotyczącej przeciwdziałania przemocy w rodzinie oraz przemocy wobec kobiet, realizowanej w ramach Projektu „Rodzina polska-wolna od przemocy” oraz Programu Operacyjnego PL 14 „Przeciwdziałanie przemocy w rodzinie i przemocy ze względu na płeć”, współfinansowanego z Funduszy Norweskich**, znak sprawy: 22/DPS/PN/2016.

**WYJAŚNIENIE I ZMIANA TREŚCI
SPECYFIKACJI ISTOTNYCH WARUNKÓW ZAMÓWIENIA**

Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej z siedzibą w (00-513) Warszawie przy ul. Nowogrodzkiej 1/3/5, jako zamawiający, działając na podstawie art. 38 ust. 2 i 4 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2015, poz. 2164 z późn. zm.), w odpowiedzi na wniosek wykonawcy o wyjaśnienie treści SIWZ, udziela wyjaśnień oraz dokonuje zmiany treści Specyfikacji Istotnych Warunków Zamówienia:

1. **PYTANIE:** „Zamawiający wskazał, iż budżet na Internet wynosi 640 000 zł z VAT, po czym wskazuje że: „Budżet na emisję nie może przekraczać 50% budżetu brutto na kampanię w Internecie, tj. 300 000,00 zł z VAT, w podziale budżetu 50:50 dla każdego ze spotów” oraz „Budżet na promocję strony nie może przekraczać 50% budżetu brutto na kampanię w Internecie, tj. 340 000,00 zł z VAT.” Proszę o wyjaśnienie czy Zamawiający nie miał na myśli podziału po 320 000 z VAT co łącznie da wartość 640 000 zł brutto.

ODPOWIEDŹ: Zamawiający wyjaśnia, iż nastąpiła omyłka pisarska w tym zakresie. W związku z tym Zamawiający dokonuje zmiany treści SIWZ **poprzez zmianę treści załącznika nr 6 do SIWZ – SOPZ, w zakresie:**

- 1) **pkt 1.2.1 ppkt 1). Nowe brzmienie tego punktu jest następujące:** „Budżet na emisję nie może przekraczać 50% budżetu brutto na kampanię w Internecie, tj. 320 000 zł z VAT, w podziale budżetu 50:50 dla każdego ze spotów”;
- 2) **pkt 1.2.2 ppkt 3). Nowe brzmienie tego punktu jest następujące:** Budżet na promocję strony nie może przekraczać 50% budżetu brutto na kampanię w Internecie, tj. 320 000 zł z VAT”.
2. **Zmianie ulega pkt 6 SOPZ. Nowe brzmienie tego punktu jest następujące:** „Kampania skierowana jest do ogółu społeczeństwa, ze szczególnym uwzględnieniem specyficznych adresatów kampanii: osób doświadczających przemocy w rodzinie, osób stosujących przemoc w rodzinie, świadków przemocy w rodzinie. Na potrzeby planowania i zakupu mediów stworzone zostały następujące grupy celowe TG:
- Ogół społeczeństwa, w tym świadkowie przemocy: Wszyscy 18-59 lat
- Osoby doświadczające przemocy: Kobiety 30-59 lat”.
3. **Zmianie ulega wzór wykazu usług**, stanowiący załącznik nr 4 do SIWZ. Zamawiający zamieszcza na stronie internetowej **nowy wzór** wykazu pod nazwą: „**Wykaz usług - Zmieniony**”.

4. Zmianie ulega wzór oświadczenia o przynależności do grupy kapitałowej, stanowiący załącznik nr 5 do SIWZ. Zamawiający zamieszcza na stronie internetowej **nowy wzór** oświadczenia pod nazwą: „**Oświadczenie o przynależności lub braku przynależności do tej samej grupy kapitałowej, o której mowa w art. 24 ust. 1 pkt 23 ustawy – Zmieniony**”.

Wszelkie zmiany treści SIWZ stanowią jej integralną część.

Pozostałe zapisy SIWZ nie ulegają zmianie.

Przewodniczący Komisji Przetargowej

/-/ Sylwia Boratyńska