

Vägledning för avrop från ramavtalsområdet Mediebyråttjänster

Version nr:	Publicerad datum:	Uppdaterade avsnitt:
1.0	2018-06-29	Publicering
2.0	2018-07-03	7.15 Kravkatalog - Kampanjer
3.0	2018-11-08	6 Förmedling av annonser samt 8.2 Förnyad konkurrensutsättning
4.0	2020-03-25	Delområde Annonser
5.0	2020-04-14	Diariennr. och redaktionella ändr.
6.0	2021-04-23	Delområde Annonser namnändr.
7.0	2021-08-25	7.5 Spotkontroll

1	Inledning	4
2	Avropsberättigade	4
3	Ramavtalsleverantörer	4
3.1	Underleverantörer	4
4	Övergripande information om ramavtalsområdet	5
4.1	Ramavtalens giltighetstid	6
5	Delområde Annonseringsverktyg	6
5.1	Annonser	6
5.2	Webbläsare	7
5.3	Support	7
5.4	Behörighet	7
5.5	Mallar	8
5.6	Information om priser i annonseringsverktyget	8
5.7	Förhandling av rabatter	9
5.8	Förhandsgranskning och godkännande innan publicering	9
5.9	Inlämningstid och materialleverans	9
5.10	Samordning av annonser	9
5.11	Utveckling	9
5.12	Utbildning	9
5.13	Fakturering	10
5.14	Ersättningar från medier	10
5.15	Pris	10
6	Delområde Annonser	11
6.1	Tillgänglighet	11
6.2	Planering och köp av media	11
6.3	Produktion	11
6.4	Samordning av annonser och koordineringsansvar	11
6.5	Godkännande innan publicering	11
6.6	Annonsskontroll	12
6.7	Införandekontroll	12
6.8	Korrekturläsning	12
6.9	Ändring av annons	12
6.10	Kopia på annons	13
6.11	Medieplanering och rådgivning	13
6.12	Handläggningstider	13
6.13	Expressorder	13
6.14	Uppföljning och kontroll	14
6.15	Ersättningar från medier	14
6.16	Pris	14

7	Delområde Kampanjer	14
7.1	Medieplanering och köp	14
7.2	Medieval	14
7.3	Marknadsanalys	14
7.4	Målgruppsanalys	14
7.5	Spotkontroll	15
7.6	Tillgänglighet	15
7.7	Godkännande av pris	15
7.8	Godkännande av annons	15
7.9	Annonskontroll	15
7.10	Införandekontroll	15
7.11	Information inför kampanj	16
7.12	Kampanjuppföljning	16
7.13	Ersättningar från medier	16
7.14	Pris	16
7.15	Kravkatalog vid förnyad konkurrensutsättning - Kampanjer	17
8	Avropsrutin	18
8.1	Avrop – Rangordning	18
8.2	Avrop – Förnyad konkurrensutsättning	19

1 Inledning

Denna vägledning har tagits fram för att vara ett stöd för avropsberättigade myndigheter/organisationer och ramavtalsleverantörer vid avrop från ramavtalen gällande Mediebyråttjänster.

Övrigt stödmaterial och fördjupad information om ramavtalsområdet finns på www.avropa.se där Ni även hittar kontaktuppgifter till Statens inköpscentral.

Vägledningen innehåller rekommendationer från Statens inköpscentral. Avropets omfattning och komplexitet avgör i vilken grad vägledningen är tillämplig. Vägledningen uppdateras kontinuerligt och det är alltid den senaste publicerade versionen på www.avropa.se som är gällande.

2 Avropsberättigade

Ramavtalen för Mediebyråttjänster kan nyttjas av samtliga statliga myndigheter i Sverige, vissa stiftelser och andra organisationer med anknytning till staten som lämnat fullmakt. Avropsberättigade organisationer finns angivna på www.avropa.se.

I denna vägledning används begreppet avropande organisation/er i vidare mening och avser alla organisationer som är avropsberättigade

3 Ramavtalsleverantörer

Ramavtalsleverantörer inom Mediebyråttjänster framgår av www.avropa.se. Då ramavtalet är uppdelat i delområden redovisas leverantörerna särskilt under respektive delområde här nedan.

I denna vägledning används begreppet leverantör och avser då alla ramavtalsleverantörer inom detta ramavtalsområde.

3.1 Underleverantörer

En underleverantör är ett företag som bistår leverantören med tjänster som omfattas av detta ramavtalsområde.

En underleverantör **får inte** ta emot avropsförfrågan, lämna avropssvar, teckna kontrakt eller fakturera myndighet.

4 Övergripande information om ramavtalsområdet

Ramavtalen med dess delområden vilka är tre (3) är indelade enligt följande:

- Delområde **Annonseringsverktyg** där avrop sker till **en angiven leverantör**, vilket omfattas av:
 1. Tillhandahållande av ett webbaserat annonseringsverktyg för beställning, produktion och bokning av standardiserade annonser i valbara medier.
 2. Löpande utveckling av annonsverktyget.
 3. Kundsupport.
 4. Utbildning i annonseringsverktyget.
- Delområde **Annonser** där avrop sker genom **rangordning**, vilket omfattas av:
 1. Analys och rådgivning i enklare mediefrågor av taktisk karaktär.
 2. Produktion av annonser såsom rekryteringsannonser m.m utifrån avropsberättigads grafiska profil och önskemål i samband med köp av annonsutrymme.
 3. Förhandling av rabatter och köp av annonsutrymme.
 4. Bokning av annonsutrymme och administratation.
 5. Optimering av digital annonsering.
 6. Kontroll och kvalitetssäkring av annonser.
 7. Uppföljning.
- Delområde **Kampanjer** där avrop sker genom **förnyad konkurrensutsättning**, vilket omfattas av:
 1. Medieanalys, mediestrategi, medieval samt övrig rådgivning.
 2. Förhandling och köp av medieutrymme.
 3. Bevakning, studerande och analys av prioriterade målgrupper.
 4. Projektledning.
 5. Efterkontroll och uppföljning.

Dessa beskrivs vidare under delområden här nedan.

Ramavtalen omfattas inte av tryckeritjänster, reklamtjänster eller tjänster om rör PR och kommunikation. Inte heller distribution av direktmarknadsföring eller direktreklam omfattas av dessa ramavtal.

4.1 Ramavtalens giltighetstid

Ramavtalet blir bindande mellan parterna när det signerats av leverantörerna och Statens inköpscentral.

Ramavtalet löper efter sitt ikraftträdande under en period av 24 månader. En eventuell förlängning av ramavtalet sker på initiativ av Statens inköpscentral.

Förlängning kan uppgå till högst 24 månader varefter ramavtalet därefter upphör att gälla utan uppsägning.

5 Delområde Annonseringsverktyg

Leverantören tillhandahåller ett webbaserat annonseringsverktyg med dynamiska mallar där avropsberättigad myndighet själva kan lägga in text för att skapa, boka och förmedla annonser för publicering utan manuell handpåläggning av leverantören. Syftet med detta verktyg är att underlätta avropsberättigade myndigheters arbete med skapande och publicering av annonser genom att få en helhetsöverblick av arbetsprocessen.

Annonseringsverktyget ska förmedla såväl annons i tryckt media som webbannonsering.

Användar gränssnittet ska vara på svenska. Annonseringsverktyget ska vara tillgängligt för användning dygnet runt, med undantag för systemunderhåll. Planerat underhåll ska meddelas avropsberättigad myndighet i god tid.

5.1 Annonser

Avropsberättigad myndighet ska i annonseringsverktyget ha möjlighet att välja publiceringsdag för skapad annons.

Varje enskild annons ska kunna publiceras i minst fem (5) olika medier direkt från verktyget.

Annonseringsverktyget ska kunna hantera ändringar/redigeringar i annonsen fram till mediets deadline för insändande av material även efter att avropsberättigad myndighet skickat annonsen för publicering från verktyget.

Det ska vara möjligt att kopiera en tidigare införd annons för nya bokningar och införanden i olika medier.

Annonseringsverktyget ska visa status för var i processen annonsärenden befinner sig, d.v.s om de är påbörjade, beställda eller publicerade.

Samtliga annonser som är publicerade ska sparas i verktygets arkiv.

Det ska vara möjligt att få fram en sammanställning av beställda annonser inklusive medieval och eventuella placeringar i annonseringsverktyget i en sökbar lista.

5.2 Webbläsare

Annonseringsverktyget fungerar med likvärdig funktionalitet i minst följande webbläsare.

- Chrome 20 eller senare
- Firefox 14 eller senare
- Internet Explorer 9 eller senare
- Safari 5 eller senare

Användning av annonseringsverktyget ska inte kräva någon installation av programvara eller liknande.

5.3 Support

Leverantören ska tillhandahålla support i användandet av webblösningen via e-post och telefon 09:00-16:00 helgfri måndag-fredag.

Support ska alltid vara på svenska. Åtgärdsförslag ska ges inom en (1) arbetsdag eller, i enskilda ärenden, efter överenskommelse med avropsberättigad myndighet.

Det ska finnas en användarmanual på svenska som beskriver hur man lägger in olika typer av annonser i verktyget.

5.4 Behörighet

Avropsberättigade myndigheters användare ska inom samma myndighet kunna ha tillgång till och kunna hantera varandras ärenden i verktyget från sina personliga inloggningar.

5.5 Mallar

Leverantören ska ta fram tre (3) mallar i olika storlekar enligt avropsberättigad myndighets grafiska profil och övriga önskemål.

Proportionerna på bilder och logotyp i annonsen ska inte ändras när annonsmallarna dynamiskt anpassar sig till mediets standardannonsformat.

Det ska vara möjligt att ha minst tio (10) olika valbara, av avropsberättigad myndighet utvalda, bilder i annonsmallarna.

Avropsberättigad myndighet ska kunna skriva och redigera annonstext i fördefinierade textutrymmen i annonsmallarna.

Annonseringsverktyget ska varna för inmatning av text om antalet tecken som skrivs in i mallarna överstiger det av avropsberättigad myndighet fördefinierade textutrymmet i mallarna.

På begäran av avropsberättigad myndighet ska anbudsgivaren skapa nya mallar eller ändra i befintliga mallar.

Avropsberättigad myndighet ska kunna skapa egna annonsoriginal utanför annonseringsverktyget, ladda upp dessa i verktyget i ett fast format och skicka via verktyget för publicering i ett eller flera medier.

5.6 Information om priser i annonseringsverktyget

Priser för medieutrymme ska vara uppdaterade i annonseringsverktyget. Anbudsgivaren ska hålla utbudet av valbara medier för annonsering uppdaterat och aktuellt.

Totalkostnaden för publicering av annons ska framgå i annonseringsverktyget och överensstämja med tillhörande faktura. Med totalkostnaden avses samtliga tillhörande kostnader kring publicering av annons. Inga extra kostnader får tillkomma utöver det som anges i annonseringsverktyget.

Utöver totalkostnad ska mediets rabatter och kundens rabatter framgå i verktyget.

5.7 Förhandling av rabatter

Leverantören ska ansvara för kontroll och bevakning av rabatter från media. Leverantören ska även utföra förhandlingar med media för att nå lägre nettopriser och högre kvalitet för avropsberättigad myndighet.

5.8 Förhandsgranskning och godkännande innan publicering

Avropsberättigad myndighet ska i realtid kunna få ut en PDF-fil för att förhandsgranska och godkänna annons innan publicering. PDF-filen ska innehålla annons, publiceringsdatum, val av medier och totalkostnad.

5.9 Inlämningstid och materialleverans

Leverantören ska se till att information om mediernas inlämningstid (materialstopp) är uppdaterad och att annonsen levereras via annonseringsverktyget till mediet i enlighet med utlovad leveranstid.

5.10 Samordning av annonser

Det ska vara möjligt att i verktyget se om flera annonser av samma typ är beställda till samma media och samma dag. I sådana fall ska verktygen skapa förutsättning så att avropsberättigad myndighet kan åtgärda detta genom att skapa en samordnad annons, om så önskas.

5.11 Utveckling

Leverantören ska löpande underhålla och utveckla annonseringsverktyget. Planerat underhåll som påverkar tillgängligheten ska meddelas avropsberättigad myndighet i god tid.

5.12 Utbildning

Leverantören ska kunna erbjuda utbildning i verktyget. Användardokumentationen som används vid utbildningstillfället ska vara på svenska.

5.13 Fakturering

Annonseringsverktyget ska innehålla en av avropsberättigad myndighet inskickad lista över myndighetens olika kostnadsställen där varje kostnadsställe är valbart för respektive annons.

Avropsberättigad myndighet ska kunna ange ett eller flera kostnadsställen på vilka en faktura ska fördelas. Vilka kostnadsställen som ska faktureras ska anges i ärendet i verktyget.

När en platsannons i tryckt media innehåller rekryteringar från flera olika kostnadsställen ska varje rekrytering kopplas till respektive kostnadsställe och kostnaden för annonsen fördelas mellan kostnadsställena efter procentuell andel av annonsen.

5.14 Ersättningar från medier

All ersättning från medierna oavsett vad den kallas ska oavkortat gå till avropsberättigad myndighet, i de fall där inget annat är överenskommet mellan avropsberättigad myndighet och mediebyrå.

Oavsett om ersättningen är kundspecifik eller mediebyråspecifik ska den redovisas med full transparens.

5.15 Pris

Leverantörens offererade pris får inte understiga angivna golvpriser i prislista.

6 Delområde Annonser

6.1 Tillgänglighet

Leverantören ska minst vara tillgänglig för personlig kontakt via mail eller telefon helgfri vardag 08.00-16.00.

6.2 Planering och köp av media

Leverantören ska planera, förmedla, boka och köpa enklare annonser (såsom rekryteringsannonser etc.) i tryckta och digitala medier.

6.3 Produktion

Leverantören ska producera annonsen i enlighet med avropsberättigad myndighets grafiska profil och önskemål.

Anbudsgivaren ska utföra stilsättning, formatanpassning och omfångsberäkning av annonsen.

6.4 Samordning av annonser och koordineringsansvar

Leverantören ska meddela avropsberättigad myndighet om flera annonser av samma typ är beställda till samma media och samma dag. I sådana fall ska anbudsgivaren ansvara för att samordna och koordinera dessa annonser, om avropsberättigad myndighet så önskar.

6.5 Godkännande innan publicering

Leverantören ska informera avropsberättigad myndighet om prisuppgift för annons innan publicering.

Avropsberättigad myndighet ska godkänna annonsen och priset för annonsen innan den skickas för publicering.

När avropsberättigad myndighet har lämnat ett skriftligt godkännande ska leverantören beordra slutlig publicering.

6.6 Annonsskontroll

Leverantören ska granska originalet för att kontrollera att den följer avropsberättigad myndighets grafiska profil och att den har rätt storlek och utformning.

Avropsberättigad myndighet har möjlighet att slutligen godkänna korrektur och original samt ansvarar själv för felaktigheter i stavning, innehåll och övriga fel som skulle ha upptäckts.

6.7 Införandekontroll

Leverantören ska kontrollera införandet av annonsen avseende dag, placering, utrymme, tryck och bildkvalitet.

Leverantören ansvarar för att informera avropsberättigad myndighet om eventuella avvikelser från myndighetens grafiska profil samt att annonsmaterialet följer de instruktioner som lämnats av avropsberättigad myndighet.

Leverantören ansvarar också för att åtgärda de eventuella avvikelser som förekommer efter överenskommelse med avropsberättigad myndighet.

6.8 Korrekturläsning

Leverantören ska erbjuda korrekturläsning av annonsen och då kontrollera att annonsen är rättstavad och grammatiskt korrekt. I det fall korrektur avropas är leverantören ansvarig för felaktigheter i annonsen som denne har korrekturläst och granskat.

Denna tjänst debiteras separat.

6.9 Ändring av annons

Avropsberättigad myndighet ska kostnadsfritt kunna ändra i annonsen en (1) gång. Därutöver har leverantören rätt att ta ut en kostnad vid ändring av annons.

Denna tjänst debiteras separat.

6.10 Kopia på annons

Avropsberättigad myndighet ska, om så önskas, erhålla en kopia på publicerad annons.

6.11 Medieplanering och rådgivning

Leverantören ska kunna tillhandahålla medieplanerare och digitala rådgivare som kan hjälpa avropsberättigad myndighet att skapa en överblick av marknaden för att nå den bästa kommunikationslösningen utifrån de förutsättningar som avropsberättigad myndighet har.

Leverantören ska kunna tillhandahålla rådgivning och rekommendationer när det gäller val av olika medier, planering av annonser och strategier.

Leverantören ska tillhandahålla objektiv rådgivning för att nå den effektivaste medielösningen för avropsberättigad myndighet.

Leverantören ska kunna ge råd för alla typer av medier.

Denna tjänst debiteras separat.

6.12 Handläggningstider

Leverantören ska kunna producera annonser med maximalt tre (3) dagars framförhållning avseende tryckt media och maximalt två (2) dagars framförhållning avseende digital media innan införingsdagen, såvida mediets regler och villkor tillåter detta.

Leverantören ska informera avropsberättigad myndighet om mediets regler och villkor påverkar handläggningstiden.

6.13 Expressorder

Leverantören ska kunna hantera expressorder. Expressorder påbörjas 24 timmar innan mediets materialstopp.

Avropsberättigad myndighet ska tillhandahållas materialet för godkännande av expressordern senast två (2) timmar innan mediets materialstopp.

Denna tjänst debiteras separat.

6.14 Uppföljning och kontroll

Leverantören ska kontrollera att införandet av annonsen i mediet har utförts enligt överenskommelse.

6.15 Ersättningar från medier

All ersättning från medierna oavsett vad den kallas ska oavkortat gå till avropsberättigad myndighet, i de fall där inget annat är överenskommet mellan avropsberättigad myndighet och mediebyrå.

Oavsett om ersättningen är kundspecifik eller mediebyråspecifik ska den redovisas med full transparens.

6.16 Pris

Leverantörens offererade pris får inte understiga angivna golvpriser.

7 Delområde Kampanjer

7.1 Medieplanering och köp

Leverantören ska planera, förmedla, göra kostnadsberäkningar och köpa medieutrymme i alla typer av media.

7.2 Medieval

Leverantören ska kunna tillhandahålla rådgivning och rekommendationer gällande val av olika medier.

7.3 Marknadsanalys

Leverantören ska kunna hjälpa avropsberättigad myndighet med analys och rådgivning för att skapa en överblick av marknaden som ska resultera i den bästa kommunikationslösningen utifrån de förutsättningar som avropsberättigad myndighet har.

7.4 Målgruppsanalys

Leverantören ska kunna tillhandahålla rådgivare för att målgruppsöka utifrån de kampanjmål som finns.

Rådgivaren ska kunna ta fram fakta om målgruppens medievanor, som sedan används för att nå ut till rätt målgrupp.

Denna analys ska även omfatta målgruppsbeteende på webben (beteendedata) om avropsberättigad myndighet så önskar.

7.5 Spotkontroll

Leverantören ska göra spotkontroll vid köp av exempelvis TV, webbTV, radio och sponsrade inlägg i sociala medier.

Spotkontroll är när leverantören kontrollerar att kampanjen fungerar i beställd media.

7.6 Tillgänglighet

Leverantören ska minst vara tillgänglig för personlig kontakt via telefon eller mail helgfri vardag 09:00-16:00.

7.7 Godkännande av pris

Leverantören ska ansvara för utskick av prisuppgift för godkännande till avropsberättigad myndighet innan publicering.

7.8 Godkännande av annons

Leverantören ska invänta skriftligt godkännande av material från avropsberättigad myndighet innan publicering.

När avropsberättigad myndighet lämnat ett skriftligt godkännande ska leverantören beordra slutlig tryckning eller motsvarande produktionsstadium.

7.9 Annonskontroll

Leverantören ska granska originalet för att se att den följer avropsberättigad myndighets grafiska profil och att den har rätt storlek och utformning.

Avropsberättigad myndighet har möjlighet att slutligen godkänna korrektur och original samt ansvarar själv för felaktigheter i stavning, innehåll och övriga fel som skulle ha upptäckts.

7.10 Införandekontroll

Leverantören ska kontrollera införande av annonsen avseende dag, placering, utrymme, tryck och bildkvalitet.

Leverantören ansvarar för att informera avropsberättigad myndighet om eventuella avvikelser från avropsberättigad myndighets grafiska profil.

7.11 Information inför kampanj

Leverantören ska inför ett avrop ta fram underlag till avropsberättigad myndighet där det framgår vilken beräknad kostnad kampanjen kommer att ha och vilket resultat den kommer att få genom att titta på räckvidd, frekvens och kontinuitet.

7.12 Kampanjuppföljning

Leverantören ska redovisa kampanjens utfall mot planerat resultat samt även komma med rekommendationer och förbättringsförslag inför avropsberättigad myndighets framtida kampanjer.

7.13 Ersättningar från medier

All ersättning från medierna oavsett vad den kallas ska oavkortat gå till avropsberättigad myndighet, i de fall där inget annat är överenskommet mellan avropsberättigad myndighet och mediebyrå.

Oavsett om ersättningen är kundspecifik eller mediebyråspecifik ska den redovisas med full transparens.

7.14 Pris

Pris för detta delområde kan enbart begäras in av avropsberättigade myndigheter genom förnyad konkurrensutsättning.

7.15 Kravkatalog vid förnyad konkurrensutsättning - Kampanjer

Utöver de krav som ställts i upphandlingen, kan avropsberättigad använda nedanstående villkor vid avrop av kampanjer genom förnyad konkurrensutsättning.

Nedanstående villkor kan antingen ställas som obligatoriska krav eller användas som tilldelningskriterier vid utvärdering av anbud.

Det är upp till varje avropsberättigad att definiera hur respektive villkor ska användas. Observera att nedan beskrivning av respektive villkor inte är uttömmande utan endast exemplifierar hur detta kan användas vid avrop.

Följande villkor kan användas vid avrop av kampanjer:

1. Pris

Byråarvode i procent, timpris, fast pris, kombination av byråarvode i procent + timpris över en viss angiven summa, takpris, golvpris, lägst pris, pris för eventuella tilläggstjänster.

2. Erfarenhet och kompetens

Referenser, CV, tidigare uppdrag.

3. Resurser

Sammansättning av arbetsgrupp, antal personer i arbetsgrupp.

4. Skriftlig presentation av uppdrag

Beskrivning av tidigare relevant uppdrag, fiktivt case eller aktuellt uppdrag.

5. Muntlig presentation

Presentation av tidigare relevanta uppdrag, fiktivt case, aktuellt uppdrag eller arbetsgrupp.

6. Leveranstider

Vid kort framförhållning, deadlines eller oplanerade kampanjer.

7. Analys och Kampanjuppföljning

Djupare uppföljning och analyser av kampanjutfall, beteendedata, målgruppsbeteende och medievanor.

8 Avropsrutin

8.1 Avrop – Rangordning

För delområdet Annonser sker avrop utifrån en fast rangordning där samtliga villkor är fastställda i ramavtalet enligt 7 kap. 6 § LOU.

Det innebär att avropsberättigad i första hand kontaktar den främst rangordnade ramavtalsleverantören inom respektive delområde. Om denne inte, för tillfället, klarar att leverera eller har godtagbara skäl att avböja avrop, har avropsberättigad rätt att avropa från nästa ramavtalsleverantör i rangordningen, o.s.v.

Avropsberättigad som avropar från ramavtalet kan avvika från rangordningen om följande särskilda skäl föreligger:

- a) om ramavtalsleverantören inte har besvarat avropet alternativt inte återkommit med avropssvar inom skälig tid,
- b) om ramavtalsleverantören inte kan tillhandahålla efterfrågad tjänst,
- c) Om ramavtalsleverantören inte kan leverera efterfrågad tjänst enligt efterfrågad/överenskommen leveransdag (i den mån angiven leveransdag får anses skälig med hänsyn till avropets omfattning och komplexitet),
- d) Om ramavtalsleverantören inte kan leverera efterfrågad tjänst i önskad kvantitet.
- e) om avropet avser en ersättningsanskaffning som beror på att avropsberättigad tidigare hävt eller sagt upp ett kontrakt och detta beror på ramavtalsleverantören, eller
- f) om avropsberättigad anlitat ramavtalsleverantören inom ramen för ramavtalet men med otillfredsställande resultat, vilket lett till reklamation, prisavdrag eller dylikt.

För de situationer som avses i punkt e) och f) ovan gäller att om ramavtalsleverantör levererat tjänst med otillfredsställande resultat, vilket lett till reklamation, prisavdrag, uppsägning av uppdrag eller dylikt

har avropsberättigad rätt att besluta att inte avropa från berörd ramavtalsleverantör under en period om sex (6) månader från det att det otillfredsställande resultatet uppdagats.

8.2 Avrop – Förnyad konkurrensutsättning

För delområdet kampanjer sker avrop genom förnyad konkurrensutsättning enligt 7 kap. 9 § LOU.

Detta innebär att samtliga ramavtalsleverantörer bjuds in att på nytt lämna avropssvar i enlighet med de villkor som anges i ramavtalet. Dessa villkor får, om nödvändigt, preciseras och vid behov kompletteras med andra villkor som angetts i upphandlingsdokumenten.

Avrop genom förnyad konkurrensutsättning kan utmynna i såväl kontrakt/leveransavtal som löper över en längre period eller enstaka avrop.

En förnyad konkurrensutsättning genomförs på följande sätt:

1. Den avropsberättigade ska skicka en skriftlig avropsförfrågan till samtliga ramavtalsleverantörer som Statens inköpscentral har tecknat avtal med för det aktuella delområdet.
2. Den avropsberättigade ska ange en tidsfrist som är skälig för att lämna avropssvar.
Tidsfristen ska fastställas med hänsyn till avropsföremålets komplexitet och omfattning samt den tid som ramavtalsleverantörerna behöver för att lämna avropssvar.
Ramavtalsleverantör som vid avropet inte kan erbjuda efterfrågade tjänster är skyldig att svara varför denne inte kan göra det.
3. Avropssvar ska vara skriftliga och avropsberättigad får ta del av innehållet i dessa först när den angivna tidsfristen för att inkomma med avropssvar löpt ut.
4. Kontrakt tilldelas den ramavtalsleverantör som lämnat det ekonomiskt mest fördelaktiga avropssvaret.

