

1. Samhandlingsavtalen og de samhandlende partene

Avtale om elektronisk samhandling (Samhandlingsavtale) er inngått mellom følgende parter:

	Kjøper	Leverandør
Virksomhetens navn		
Organisasjonsnummer		

Samhandlingsavtalen gjelder for gjennomføring av partenes elektroniske samhandling og har til hensikt å avstemme partenes gjensidige forventninger, og sikre en god fremdrift på implementeringen av e-handelsløsningen.

Dette dokumentet gjelder for følgende faser i anskaffelsesprosessen. Fyll ut hvilke aksesspunkt som skal benyttes for å motta de forskjellige formater:

		Aksesspunkt (se http://anskaffelser.no/e-handel/artikler/aksesspunkter)
Produktkatalog (kjøper)	<input type="checkbox"/>	
Ordre (selger)	<input type="checkbox"/>	
Ordrebekreftelse (kjøper)	<input type="checkbox"/>	
EHF Pakkseddel (kjøper)	<input type="checkbox"/>	
Fakturering (kjøper)	<input type="checkbox"/>	

Partene er innforstått med at tekniske e-handelsløsninger og tjenester inngått med 3. part skal være i henhold til de krav som stilles i denne avtalen.

Hvis det er opprettet en forretningsavtale eller kjøpsavtale mellom partene vil Samhandlingsavtalen utgjøre et vedlegg til den merkantile avtalen, og beskrive vilkårene og betingelsene som skal styre den elektroniske samhandlingen mellom partene. Er det ikke opprettet annen avtale vil Samhandlingsavtalen utgjøre en egen selvstendig avtale. Samhandlingavtale inngått med en leverandør kan gjelde også for en eventuelt ny avtale med samme leverandør. En samhandlingsavtale vil dermed kunne gjelde for to eller flere separate avtaler med samme leverandør.

Referanse til den(de) forretningsavtale(r) som samhandlingsavtalen gjelder for	
--	--

Hvis det ikke finnes noe forretningsavtale er gjensidig oppsigelse av samhandlingsavtalen satt til ____ dager.

Endringer til samhandlingsavtalen skal være gjensidig avtalt og dokumentert i en revidert versjon av avtalen. Ønske om eventuelle endringer skal meddeles den annen part skriftlig med ____ måneders varsel. Tilsvar skal gis innen 10 arbeidsdager.

Hvis det er motstrid mellom denne samhandlingsavtale og den/de refererte forretningsavtalen(e)/kjøpsavtalen(e), skal følgende tolkningsprinsipp legges til grunn:

- Det som er avtalt i denne samhandlingsavtalen skal gå foran generelle forretningsvilkår i kjøpsavtalen(e)/forretningsavtalen(e)

Ved manglende oppfølging eller mislighold av samhandlingsavtalen kan det være aktuelt med sanksjoner der det følger av forretningsavtalen/kjøpsavtalen eller av alminnelige avtalerettslige prinsipper.

Partene skal tilrettelegge sine tekniske løsninger, rutiner og organisasjon – inklusive nødvendige avtaleforhold med eventuell operatør av løsningsplattform - slik at elektronisk samhandling i henhold til beskrivelsene i denne samhandlingsavtalen kan skje senest fra: _____

Oppstartdato for elektronisk samhandling iht denne samhandlingsavtalen: _____

Alle tidligere samhandlingsavtalene opphører fra samme dato.

Partene har en aktiv opplysningsplikt om forhold som vedrører tilgjengelighet av de tjenester og tekniske løsninger som partene etablerer etter denne avtalen og som påvirker partenes mulighet til å gjennomføre elektronisk samhandling.

Dersom en part forårsaker at det ikke er mulig å gjennomføre elektronisk samhandling i en periode på _____ og dette ikke er avtalt på forhånd, betraktes avtalen som misligholdt.

Henvendelser vedrørende denne samhandlingsavtalen skal rettes skriftlig til:

	Kjøper	Leverandør
Virksomhetens adresse		
Hovedkontaktperson		
E-post adresse		

For øvrig henvises til kontaktpersoner angitt i den til forretningsavtalen mellom partene.

	Kjøper	Leverandør
Forpliktende underskrift		
Dato for underskrift		

2. Meldingsutveksling

Med mindre annet er eksplisitt avtalt i punkt 2.1 og 2.2 skal all utveksling av elektroniske meldinger mellom partene gjøres i henhold til gjeldene EHF formater og formidles til mottaker over PEPPOL definerte komponenter og transportinfrastruktur (http://www.peppol.eu/peppol_components).

Bruk av PEPPOL transportinfrastruktur forutsetter at partner er registrert i ELMA eller annen PEPPOL SMP, og at elektroniske meldinger leveres til den adresse som er angitt i PEPPOL SML.

2.1 Alternative transportkanaler

<p>Følgende alternativ(e) transportkanal(er) er avtalt bruk for utveksling av elektroniske meldinger i stedet for PEPPOL transportinfrastruktur. F.eks.: ordremelding via e-post, punch-out via html (kataloginformasjon der kjøper aksesserer leverandørs nettside og velger/plukker produkter).</p>	
---	--

2.2 Alternative meldingsformater

<p>Følgende alternative meldingsformat(er) er avtalt bruk for utveksling av elektronisk meldinger i stedet for EHF. F. eks.: punch-out (kataloginformasjon der kjøper aksesserer leverandørs nettside og velger / plukker produkter). F.eks. I format OCI eller cXML.</p>	
---	--

2.3 Informasjonsverdier i elektroniske meldinger

Avtalepartene er enig om at følgende verdier skal benyttes i de elektroniske meldinger som utveksles:

	Type	Kommentar / Referanse / Eksempel
Identifikasjon av kunde ¹ .		
Identifikasjon av kundeadresse ² .		
Identifikasjon av varer og tjenester ³ .		
Ordre/bestillingsreferanse		
Fakturareferanse		
Rammeavtale ⁴ .		
Formater på vedlegg ⁵ .		

¹ F.eks. Organisasjonsnummer, kundenummer eller GLN

² F.eks. post/gateadresse eller GLN

³ F.eks. GTIN, kundens artikkelnummer eller leverandørens artikkelnummer

⁴ F.eks. referanse til rammeavtale hvis relevant/eksisterende.

⁵ For de leverandører som ønsker å legge ved vedlegg, så skal vedlegget være i et av de anbefalte formatene definert av EHF.

3. Elektronisk produktkatalog

Meldingsutveksling og informasjonsinnhold i de enkelte meldinger skal være i henhold til gjeldende EHF spesifikasjon og partenes registrering i ELMA (PEPPOL SMP/SML) med mindre annet er avtalt i punkt 2.

Produktkatalogen skal oppdateres etter avtale og/eller minst _____ ganger pr år.

Dersom katalogrespons benyttes skal denne være sendt av kjøper innen _____ timer etter at katalogen er mottatt.

3.1 Krav til kvalitet

Følgende krav stilles til kvalitet i den produktkatalogen som leverandør til enhver tid gjør tilgjengelig for kjøper:

Vurderingsparameter		Krav til poengsum (0-5) ¹
A	Produktnavn	
B	Produktbeskrivelse	
C	Bilder	
D	Kategorisering (UNSPSC) ²	
E	Synonymer / nøkkelord	
F	Produktidentitet ³	
G	Vedlegg	

¹ Kravmatrise se avsnitt 7.

² Kategorisering av varer og tjenester i henhold til UNSPSC er obligatorisk i produktkataloger. Den vanligste versjonen bland offentlige virksomheter er 7.0401. Det er viktig at det avstemmes mellom kjøper og leverandør hvilken versjon som skal benyttes. Se <http://anskaffelser.no/e-handel/tjenester-og-verktoy/unspsc>.

³ Med produktidentitet menes produsentens navn og artikkelnummer, i tillegg til leverandørens artikkelnummer.

4. Bestilling

Meldingsutveksling og informasjonsinnhold i de enkelte meldinger skal være i henhold til gjeldende EHF spesifikasjon og partenes registrering i ELMA (PEPPOL SMP/SML) med mindre annet er avtalt i punkt 2.

Dersom ordrebekreftelse benyttes skal denne være sendt av leverandør innen ____ timer etter at bestilling er mottatt.

4.1 Bruk av bekreftelse med endring

Partene er enig om at Leverandør kan benytte bekreftelser med status «Akseptert med endring» i følgende situasjoner:

Type endring	Ja	Nei
Endret leveringsdato som gjelder for hele ordren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Endret leveringsdato for en enkelt varelinje	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reduksjon i kvantum som leveres	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Erstatningsprodukt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Endret pris (i de tilfeller man har en avtalefestet variabel pris eller pris er lavere enn avtalepris)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Splitting av leveransen for en eller flere varelinjer over to eller flere leveringsdato (restordre)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andre endringer (må spesifiseres):	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4.2 Kjøpers håndtering av bekreftelse med endring

Et av følgende prinsipper er avtalt for kjøpers behandling av bekreftelser med status «Akseptert med endring»:

Prinsipp	Ja	Nei
Stilltiende aksept Dersom Leverandør bekrefter med status «Akseptert med endring» er Leverandørens endringer å betrakte som akseptert av kjøper med mindre kjøper gir leverandør respons innen ____ dager etter mottak av bekreftelsen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kansellering og ny bestilling Dersom Leverandør bekrefter med status «Akseptert med endring» skal kjøper alltid kansellere bestillingen og eventuelt starte bestillingsprosessen på nytt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Endringsordre Dersom Leverandør bekrefter med status «Akseptert med endring» skal kjøper alltid bekrefte aksept eller avvisning av endringen innen ____ dager etter mottak av bekreftelsen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Forsendelse og varemottak

Meldingsutveksling og informasjonsinnhold i de enkelte meldinger skal være i henhold til gjeldende EHF spesifisering (EHF Pakkseddel) og partenes registrering i ELMA (PEPPOL SMP/SML) med mindre annet er avtalt i punkt 2.

6. Fakturering

Meldingsutveksling og informasjonsinnhold i de enkelte meldinger skal være i henhold til gjeldende EHF spesifisering og partenes registrering i ELMA (PEPPOL SMP/SML) med mindre annet er avtalt i punkt 2.

7. Kvalitetsparameterne for produktkatalog

Nedenstående kvalitetsparameterne skal hjelpe Kjøper å sette krav til Leverandør for ønsket kvalitet i den elektroniske katalogen. Dette for å øke innkjøpsopplevelsen og søkbarhet i innkjøpssystemet for sluttbruker for derigjennom øke avtalelojalitet, anbefales høyest mulig poengskår. Tallverdi fylles inn i avsnitt for produktkatalog.

Attributt	Verdi	Kriterier
A - Produktnavn	0	Artikkelnummer, typebetegnelse eller lignende brukes som artikkelnavn. Ingen informasjon om produkttype.
	1	Nøkkelterminologi er forkortet. Viktig produktinformasjon savnes (for eksempel produsent/modell). Artikkelnavnet er ikke unikt.
	2	Se verdi 1. Artikkelnavnene er unike.
	3	Artikkelnavnet er unikt og beskrivende, men ikke rasjonalisert (se verdi 4). Ingen forkortede nøkkeltermer.
	4	Rasjonaliserte artikkelnavn ifølge anbefalt syntaks-> (Type av produkt - merke / modell - nøkkelattributt). Unike navn. Ingen forkortede nøkkeltermer.
	5	Se verdi 4. Konvensjonelle navn og termer brukes (brukervennlige, enkle å forstå for alle sluttbrukere).
B - Produkt- beskrivelse	0	Produktbeskrivelsene er kortere og mindre utførlige enn artikkelnavnet. Produktbeskrivelser savnes.
	1	Produktbeskrivelse = Artikkelnavnet
	2	Viktig informasjon savnes (for eksempel minnet til en PC)
	3	Produktenes formål og egenskaper er beskrevet. Nøkkeltermer er forkortet.
	4	Utførlige beskrivelser med all vital produktinformasjon. Ingen forkortede nøkkeltermer.
	5	Saklig informasjon som beskriver produktenes formål og egenskaper. Ingen unødig reklame eller irrelevant informasjon. (Alle produkter har en produktbeskrivelse)
C - Bilder	0	Mindre enn 15 % av samtlige artikler har bildelenker
	1	Minst 15 % av samtlige artikler har bildelenker
	2	25 % av samtlige artikler har bildelenker
	3	50 % av samtlige artikler har bildelenker
	4	Rett formaterte (størrelse og vekt) og relevante bilder lenket til 80 % av samtlige artikler
	5	Rett formaterte (størrelse og vekt) og relevante bilder lenket til 99 % av samtlige artikler
D - Kategori- sering (UNSPSC)	0	Mindre enn 80 % av samtlige artikler kategorisert i korrekt segment (nivå 2)
	1	Minst 80 % av samtlige artikler kategorisert i korrekt segment (nivå 2)
	2	99 % av samtlige artikler kategorisert i korrekt segment (nivå 2)
	3	99 % av samtlige artikler kategorisert i korrekt familie (nivå 3)
	4	90 % av samtlige artikler kategorisert i korrekt klasse (nivå 4). Øvrige 10 % må være kategorisert i korrekt familie (nivå 3).
	5	99 % av samtlige artikler kategorisert i korrekt varegruppe (nivå 4). Øvrige 1 % må være kategorisert i korrekt familie (nivå 3).
E - Synonymer	0	Ingen synonymer /nøkkelord
	1	Synonymer /nøkkelord identifiserer sortimentet / leverandøren snarere enn de enkelte produktene, for eksempel 'kontormateriell', 'møbler', 'vaskeutstyr' etc., som kan medføre irrelevante søketreff.
	2	Synonymer / nøkkelord identifiserer 25 % av samtlige artikler
	3	Synonymer /nøkkelord identifiserer 50 % av samtlige artikler. De må være så eksakte som mulig for å gi bra søkepresisjon. For generelle synonymer gir irrelevante søketreff.
	4	Synonymer / nøkkelord identifiserer 75 % av samtlige artikler. De må være så eksakte som mulig for å gi bra søkepresisjon. For generelle synonymer gir irrelevante søketreff.
	5	Synonymer / nøkkelord identifiserer 99 % av samtlige artikler. De må være så eksakte som mulig for å gi bra søkepresisjon. For generelle synonymer gir irrelevante søketreff.
F - Produkt- identitet	0	Leverandørens artikkelnummer har dårlig format med lav søkbarhet (for eksempel begynner med '0000' eller er separerte med mellomrom).
	1	Leverandørens artikkelnummer har samme format / syntaks i e-katalogen og i web shop / trykt katalog.
	2	Leverandørens artikkelnummer har samme format / syntaks i e-katalogen og i web shop / trykt katalog. Katalogen savner navn på produsent samt produsentens artikkelnummer.
	3	25 % av samtlige artikler har med produsent og produsentens artikkelnummer. (Unntak: tjenester og logistikkleverandører). Leverandørens artikkelnummer har samme format / syntaks i e-katalogen og i web shop / trykt katalog.
	4	50 % av samtlige artikler har med produsent og produsentens artikkelnummer. (Unntak: tjenester og logistikkleverandører). Leverandørens artikkelnummer har samme format / syntaks i e-katalogen og i web shop / trykt katalog.
	5	99 % av samtlige artikler har med produsent og produsentens artikkelnummer. (Unntak: tjenester og logistikkleverandører). Leverandørens artikkelnummer har samme format / syntaks i e-katalogen og i web shop / trykt katalog.
G - Vedlegg	0	Ingen bilag
	1	Link til leverandørens hjemmeside. Ingen produktspesifikke lenker, tekniske spesifikasjoner eller materialdatablad.
	2	25 % av samtlige artikler har produktspesifikke lenker. (OBS! Ikke bildelenker), tekniske spesifikasjoner eller materialdatablad.
	3	50 % av samtlige artikler har produktspesifikke lenker. (OBS! Ikke bildelenker), tekniske spesifikasjoner eller materialdatablad.
	4	75 % av samtlige artikler har produktspesifikke lenker. (OBS! Ikke bildelenker), tekniske spesifikasjoner eller materialdatablad.
	5	99 % av samtlige artikler har produktspesifikke lenker. (OBS! Ikke bildelenker), tekniske spesifikasjoner eller materialdatablad

8. Referanser

Format	Link
EHF Katalog	https://github.com/difi/VEFValidatorConf/tree/master/STANDARD/EHFCatalogue http://anskaffelser.no/e-handel/artikler/ehf-katalog
EHF Ordre	https://github.com/difi/VEFValidatorConf/tree/master/STANDARD/EHFOrder http://anskaffelser.no/e-handel/elektronisk-handel/aktualiteter-hendelser/ehf-ordre
EHF Pakkseddel	http://anskaffelser.no/e-handel/elektronisk-handel/aktualiteter-hendelser/ehf-pakkseddel
EHF Faktura	https://github.com/difi/VEFValidatorConf/tree/master/STANDARD/EHFInvoice
EHF Kreditnota	https://github.com/difi/VEFValidatorConf/tree/master/STANDARD/EHFInvoice
PEPPOL infrastruktur	http://www.peppol.eu/peppol_components/-transport-infrastructure