

1. Samhandlingsavtalen og de samhandlende partene

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

	Kjøper	Leverandør														
Virksomhetens navn	Foretakene i Helse Midt-Norge som den aktuelle innkjøpskontrakt gjelder for. • Helse Midt-Norge RHF • Avd; Helse Midt-Norge RHF, Stjørdal • Avd; Helse Midt-Norge RHF, Helse Midt-Norge IT (Hemit) • St. Olavs Hospital HF • Helse Nord-Trøndelag HF • Helse Møre og Romsdal HF • Sykehusapotekene i Midt-Norge HF • Trøndelag Ortopediske Verksted AS															
Organisasjonsnummer	Org.nummer til foretakene som de(n) aktuelle innkjøpskontrakt(ene) gjelder for: <table><tr><th>Foretak</th><th>Org.nr.</th></tr><tr><td>Helse Midt-Norge RHF (inkl. Hemit)</td><td>983658776</td></tr><tr><td>St. Olavs Hospital HF</td><td>883974832</td></tr><tr><td>Helse Nord-Trøndelag HF</td><td>983974791</td></tr><tr><td>Helse Møre og Romsdal HF</td><td>997005562</td></tr><tr><td>Sykehusapotekene i Midt-Norge HF</td><td>983974805</td></tr><tr><td>Trøndelag Ortopediske Verksted AS</td><td>987033800</td></tr></table>	Foretak	Org.nr.	Helse Midt-Norge RHF (inkl. Hemit)	983658776	St. Olavs Hospital HF	883974832	Helse Nord-Trøndelag HF	983974791	Helse Møre og Romsdal HF	997005562	Sykehusapotekene i Midt-Norge HF	983974805	Trøndelag Ortopediske Verksted AS	987033800	
Foretak	Org.nr.															
Helse Midt-Norge RHF (inkl. Hemit)	983658776															
St. Olavs Hospital HF	883974832															
Helse Nord-Trøndelag HF	983974791															
Helse Møre og Romsdal HF	997005562															
Sykehusapotekene i Midt-Norge HF	983974805															
Trøndelag Ortopediske Verksted AS	987033800															

Samhandlingsavtalen gjelder for gjennomføring av partenes elektroniske samhandling og har til hensikt å avstemme partenes gjensidige forventninger, og sikre en god fremdrift på implementering 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)	☒	www.evry.no/aksesspunkt
Ordre (selger)*	☒	
Ordrebekreftelse (kjøper)	☒	www.evry.no/aksesspunkt
EHF Pakkseddel (kjøper)	☐	
Fakturering (kjøper)	☒	www.evry.no/aksesspunkt

* Meldingsutveksling for ordre og ordrebekreftelse vil innføres etter nærmere avtale mellom partene. Se avtalens punkt 2.1.

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 innkjøpskontrakt 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. Samhandlingsavtalen 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) innkjøpskontrakte(r) som samhandlingsavtalen gjelder for	Alle innkjøpskontrakter som til enhver tid er gjeldende for et eller flere foretak i Helse-Midt-Norge
--	---

Hvis det ikke finnes noen innkjøpskontrakt er gjensidig oppsigelse av samhandlingsavtalen satt til 90 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 2 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 tolkningsprinsipper legges til grunn:

- Det som er avtalt i denne samhandlingsavtalen skal gå foran generelle forretningsvilkår i innkjøpskontakten(e).

Ved manglende oppfølging eller mislighold av samhandlingsavtalen kan det være aktuelt med sanksjoner der det følger av innkjøpskontrakten 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 fra 1.6.2016.

Oppstartdato for elektronisk samhandling iht. denne samhandlingsavtalen.

Samhandlingsavtalen trer i kraft for de ulike foretakene på ulike tidspunkt.

Foretak:	Oppstartdato:
Helse Nord-Trøndelag HF	1.6.2016
Helse Midt-Norge RHF (inkl. Hemit)	1.6.2016
St. Olavs Hospital HF	1.03.2017
Trøndelag Ortopediske Verksted AS	1.03.2017
Helse Møre og Romsdal HF	1.12.2016
Sykehusapotekene i Midt- Norge HF	1.12.2016

Alle tidligere samhandlingsavtaler 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 14 kalenderdager og dette ikke er avtalt på forhånd, betraktes avtalen som misligholdt.

Henvendelser vedrørende denne samhandlingsavtalen skal rettes skriftlig til:

	Kjøper	Leverandør
Virksomhetens adresse	Helse Midt-Norge RHF Strandveien 1 7500 Stjørdal	
Hovedkontaktperson	Driftssenteret	
E-post adresse	hmn.katalog@helse-midt.no	

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

	Kjøper	Leverandør
Forpliktende underskrift	Ingerid Gunnerød	
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

Fra og med 1.10.2016 vil meldingsutveksling for ordre og ordrebekreftelse innføres etter nærmere avtale mellom partene. Inntil dette skjer vil ordre oversendes leverandør via e-post.

Som standard skal det ikke angis alternative transportkanaler	
---	--

2.2 Alternative meldingsformater

Som standard skal det ikke angis alternative meldingsformater	
---	--

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 .	Org. Nummer	
Identifikasjon av kundeadresse ² .	Post/gateadresse	
Identifikasjon av varer og tjenester ³ .	Primært kundens artikkelnummer. Sekundært leverandørens artikkelnr.	Dersom kundens artikkelnr ikke er tilgjengelig skal leverandørens artikkelnummer benyttes.
Ordre/bestillingsreferanse	Kundens Ordrenummer	Dersom kundens ordrenummer ikke er tilgjengelig skal en angi en personreferanse.
Fakturareferanse	Kundens Ordrenummer	Dersom kundens ordrenummer ikke er tilgjengelig skal en angi en personreferanse.
Rammeavtale ⁴ .	Kundens saks- og arkivnummer	
Formater på vedlegg ⁵ .	I henhold til EHF spesifikasjonene	

¹ F.eks. Organisasjonsnummer, kundennummer 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 1 gang pr år.

Dersom katalogrespons benyttes skal denne være sendt av kjøper innen 3 arbeidsdager 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	5
B	Produktbeskrivelse	5
C	Bilder	5
D	Kategorisering (UNSPSC) ²	5
E	Synonymer / nøkkelord	5
F	Produktidentitet ³	5
G	Vedlegg	5- Gjelder risikoprodukter der HMS- sikkerhets-datablad* er obligatorisk

* Bruk betegnelsen med referanse til definisjonen som arbeidstilsynet har.

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 10.5. Det er viktig at det avstemmes mellom kjøper og leverandør hvilken versjon som skal benyttes. <http://www.anskaffelser.no/elektronisk-handel/temaer-elektronisk-handel/klassifisering-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 1 virkedag 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	☒	☐
Endret leveringsdato for en enkelt varelinje	☒	☐
Reduksjon i kvantum som leveres	☒	☐
Erstatningsprodukt*	☐	☒
Endret pris (i de tilfeller man har en avtalefestet variabel pris eller pris er lavere enn avtalepris)	☒	☐
Splitting av leveransen for en eller flere varelinjer over to eller flere leveringsdato (restordre) Splitting av leveransen er kun tillatt dersom ikke annet er avtalt spesifikt i en annen innkjøpskontrakt mellom partene.	☒	☐
Andre endringer (må spesifiseres):	☐	☒

*Må avtales med kjøper før ordrebekreftelse sendes.

4.2 Kjøpers håndtering av bekreftelse med endring

Et av følgende prinsipp 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 1 virkedag etter mottak av bekreftelsen.	☒	☐
Kansellering og ny bestilling Dersom Leverandør bekrefter med status "Akseptert med endring" skal kjøper alltid kansellere bestillingen og eventuelt starte bestillingsprosessen på nytt.	☐	☒
Endringsordre Dersom Leverandør bekrefter med status "Akseptert med endring" skal kjøper alltid bekrefte aksept eller avvisning av endringen innen 3 virkedager etter mottak av bekreftelsen.	☐	☒

5. Forsendelse og varemottak

Meldingsutveksling og informasjonsinnhold i de enkelte meldinger skal være i henhold til gjeldende EHF spesifikasjon (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 spesifikasjon 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 unødige 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	http://www.anskaffelser.no/prosess/elektronisk-handel/bruk-av-digitale-verktoy/folge-opp-leveranse-og-kontrakt/katalogprosess
EHF Ordre	http://www.anskaffelser.no/prosess/elektronisk-handel/bruk-av-digitale-verktoy/folge-opp-leveranse-og-kontrakt/ordre-og-0
EHF Pakkseddel	http://www.anskaffelser.no/prosess/elektronisk-handel/bruk-av-digitale-verktoy/folge-opp-leveranse-og-kontrakt-0
EHF Faktura	http://www.anskaffelser.no/prosess/elektronisk-handel/bruk-av-digitale-verktoy/folge-opp-leveranse-og-kontrakt/fakturaprocess-5
EHF Kreditnota	http://www.anskaffelser.no/prosess/elektronisk-handel/bruk-av-digitale-verktoy/folge-opp-leveranse-og-kontrakt/fakturaprocess-5
PEPPOL infrastruktur	http://www.anskaffelser.no/elektronisk-handel/temaer-elektronisk-handel/aksesspunkt-transportformidlar-i-infrastruktur
Validator EHF formater	http://vefa.difi.no/validator/