

## Dialog med markedet – Noen overordnede retningslinjer

---

Dialog mellom oppdragsgivere og leverandører kan være et godt redskap i forberedelsen av en anskaffelse for å skape en effektiv konkurranse. Dette er lov så lenge du

- Sikrer likebehandling, gjennomsiktighet og etterprøvnbarhet
- Ikke røper leverandørenes forretningshemmeligheter for andre
- Treffer egnede tiltak for å sikre at de leverandører som har gitt råd, ikke får en urimelig konkurransefordel

Etter at du har kunngjort anskaffelsen, eller henvendt deg til leverandørene med anskaffelsesdokumentene, er det for sent å ta hensyn til eventuelle råd.

### Eksempler på tilfeller hvor dialog kan være hensiktsmessig

- Avdekke hva markedet kan levere: Få en oversikt over produkter, tjenester eller bygge- og anleggsarbeider som finnes, f.eks nye ideer til løsning
- Kontakte leverandøren som allerede har/har hatt et konkret oppdrag for å få faktiske opplysninger om de oppgavene som er utført
- Kontakte markedet for å høre om det kan ha oppstått nye måter å løse en oppgave på siden man gjennomførte siste anskaffelse

### Eksempler på ulike måter å gå i dialog på

- Aktivt søke råd hos leverandører, bransjer, rådgivere, andre virksomheter, uavhengige eksperter, forskningsmiljøer eller andre markedsaktører
- Motta råd uoppfordret fra for eksempel leverandører, bransjer, rådgivere
- Delta på messer og andre steder fagmiljøer møtes
- Informere om kommende anskaffelser og behov
- Be om å få tilsendt skriftlig informasjon fra leverandørene
- Legge hele eller deler av konkurransegrunnlaget, kravspesifikasjonen og kontraktvilkår ut på «høring» til leverandørene

### Slik sikrer du likebehandling

Du må overholde de grunnleggende prinsippene til forutberegnelighet, gjennomsiktighet og etterprøvnbarhet. Eksempler kan være:

- Sørge for at alle får den samme informasjonen og like mye møtetid
- All informasjon du har meddelt leverandørene også blir tilgjengeliggjort for andre potensielle leverandører i anskaffelsesdokumentene
- Lang nok tilbudsfrist for å gi alle potensielle leverandører mulighet til å sette seg inn i dokumentasjonen
- Være tydelig på hva som er formålet med dialogen og en agenda
- Presentere virksomheten og behovet deres for å sikre at dere kommuniserer samme budskap til alle
- Skrive referat fra alle møter eller råd du mottar uoppfordret

- Være tydelig på at sensitiv informasjon vil bli hemmeligholdt

### Slik røper du ikke forretningshemmeligheter

Ved å ikke røpe informasjon mottatt av leverandører om deres

- Produkter og arbeidsteknikk/ produksjonsmetoder
- Forretnings- og markedsføringsstrategier
- Markedsanalyser
- Økonomiske utregninger og prognoser

### Slik utjevner du urimelig konkurransefordel

Rådene du har fått må vurderes konkret

- Selvstendig vurdering av den informasjonen du har mottatt - Både når du selv har innhentet det gjennom markedsdialog eller du har mottatt råd fra leverandører uoppfordret.
- Kritisk bruk av informasjon, som for eksempel hvilke krav som kan eller bør stilles, hvordan (kravs-) spesifikasjonen skal utformes, hva som bør vektlegges, når en konkurranse bør lyses ut med mer.

Gi alle leverandører samme informasjon

- Anskaffelsesdokumentene må være mer utfyllende, suppleres med for eksempel referater fra åpne møter, rapporter eller annen type informasjon som er meddelt potensielle leverandører

Vurderer hva som er tilstrekkelig lang nok frist for innlevering av tilbud

- Du må vurdere om fristen bør forlenges for å sikre tilstrekkelig konkurranse. Andre potensielle tilbydere kan trenge lenger tid til å sette seg inn i anskaffelsesdokumentene, enn de som har deltatt i dialogen.

Bruk åpne spesifikasjoner som ytelses- og funksjonskrav

- Åpne spesifikasjoner angir behovet og hvilke nødvendige grensesnitt (absolutte krav) som må være oppfylt. Det vil si at spesifikasjonen ikke er «skreddersydd» til én leverandør – Og er den spesifikasjonsformen som åpner for best mulige løsningsforslag fra leverandørene.

Angi behovet og ønsket resultat

- Angi behovet og hvilke resultater du ønsker å oppnå, ikke hvordan det skal gjøres. Det er det leverandørene som har spisskompetansen

### Nærmere om bestemmelsene

Det er like bestemmelser i del II og III. Ifølge §§ 8-1 og 12-1 første ledd kan oppdragsgiver, før han setter i gang en anskaffelsesprosess, gjennomføre markedsundersøkelser for å forberede anskaffelsen og gi informasjon til leverandørene om sine planer og behov. For dette formålet kan oppdragsgiver søke eller motta råd fra uavhengige eksperter, myndigheter, leverandører eller andre markedsaktører. Rådene kan benyttes i planleggingen og gjennomføringen av anskaffelsesprosedyren, men forutsetningen er at rådene ikke har som effekt at konkurransen blir vridd og ikke fører til brudd på likebehandlingsprinsippet.