

1. Samhandlingsavtalen og de samhandlende partene Avtale om elektronisk samhandling (Samhandlingsavtalen) er inngått mellom følgende parter:

Virksomhetens navn

Organisasjonsnummer
(oppført i ELMA=SMP)

Kunden (avtaleansvarlig)

Leverandøren (avtaleansvarlig)

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.

	Ja/Nei	Merknader
Punch-out	Ja	via cXML eller SAP OCI
Produktkatalog	Nei	
Ordre	Ja	
Ordrebekreftelse	Ja	
Ordrebekreftelse med endring	Ja	
EHF Pakkseddel	Ja	
Fakturering	Ja	Lovpålagt

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.

Samhandlingsavtalen utgjør et vedlegg til **XXXX: Rammeavtale for XXXX (Rammeavtalen)**, og beskriver 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 Leverandøren kan gjelde også for en eventuelt ny avtale med den samme Leverandøren. 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	XXXX: Rammeavtale for XXXX Avtalens startdato: XX.XX.XXXX
--	--

Hvis det ikke finnes noen standard kontrakt er gjensidig oppsigelse av samhandlingsavtalen satt til **6** måneder.

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 5 arbeidsdager.

Hvis det er motstrid mellom denne samhandlingsavtalen og Rammeavtalen skal følgende tolkningsprinsipp legges til grunn:

- Det som er avtalt i denne samhandlingsavtalen skal gå foran generelle forretningsvilkår i (Rammeavtalen)

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

Partene skal tilrettelegge sine løsninger for oppstart av elektronisk samhandling. Oppstartdato for elektronisk samhandling iht. denne samhandlingsavtalen skal skje umiddelbart etter kontraktsignering.

Punch-out/roundtrip integrasjon iht. denne samhandlingsavtalen skal være på plass umiddelbart etter kontraktsignering.

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 2 dager og dette ikke er avtalt på forhånd, betraktes avtalen som misligholdt.

Henvendelser vedrørende denne samhandlingsavtalen skal rettes skriftlig til:

	Kunden	Leverandøren
Virksomhetens adresse		
Hovedkontaktperson Tittel		
E-post adresse		

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 EHF transportinfrastruktur (PEPPOL).

Bruk av EHF transportinfrastruktur (EHF) forutsetter at partene 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 meldingsutveksling eller format

Følgende alternative prosess(er) eller formater er avtalt brukt i stedet for eller i tillegg til meldingsutveksling via EHF infrastruktur eller EHF formatet.

Alternativ meldingsutveksling/format	Ja/Nei	Merknader
ePost ordresvar	Ja	I tillegg til eller som erstatning for EHF ordresvar
ePost ordre/bestilling	Ja	I tillegg til eller som erstatning for EHF ordre
Pakkseddel	Ja	I tillegg til eller som erstatning for EHF pakkseddel

2.2 Informasjonsverdier i elektroniske meldinger

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

Spesifisering	Kommentar / Referanse / Eksempel
Identifikasjon av Kunden ¹ .	Organisasjonsnummer
Identifikasjon av kundeadresse.	Maskinlesbart nummer / GLN
Identifikasjon av varer og tjenester.	Leverandørens artikkelnummer, navn på varen, antall
Ordre/bestillingsreferanse	Kundens ordre/bestillingsnummer
Rammeavtale	Kontrakt nummer og kontraktnavn
Formater på vedlegg.	Vedlegg aksepteres

3. Elektronisk produktkatalog

Ikke aktuelt for denne kontrakten.

Meldingsutveksling og informasjonsinnhold i de enkelte meldinger skal være i henhold til gjeldende EHF spesifikasjon ([Lenke til EHF Katalog veileder](#)) 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.

Godkjenning av EHF Katalog

Det er viktig at Kunden og Leverandøren er koordinert på tidspunktet (fast dato eller prosessid) priser skal være tilgjengelig for bestiller. Dette for at ordre, vare og pris fra katalog, er den samme som Leverandøren har i sitt eget system så faktura kan sammenlignes med ordre hos Kunden.

Prosess	Mottatt Kunden
Ny katalog	X
Oppdatering av katalog	X

3.1 Krav til kvalitet i visse katalog felt

Ikke aktuelt for denne kontrakten

Følgende krav stilles til kvalitet i den produktkatalogen som Leverandøren til enhver tid gjør tilgjengelig for Kunden. Ved at felt i matrisen fylles ut er det implisitt at disse feltene fylles ut i katalog.

Vurderingsparameter		Krav til poengsum (0-5) ¹
A	Produktnavn	5
B	Produktbeskrivelse	5
C	Bilder	4
D	Kategorisering (UNSPSC) ²	5
E	Synonymer / nøkkelord	4
F	Produktidentitet ³	5
G	Vedlegg	0
H	Miljømerkede produkter	3

¹ Kravmatrise se kapittel 8.

² Kategorisering av varer og tjenester i henhold til enhver tid gjeldende UNSPSC versjon. Det er viktig at Leverandøren knytter sine varer og tjenester mot riktig kode på det laveste nivå hvis mulig (nivå 4). For mer informasjon: <http://www.gs1.no/unspsc>

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

3.2 Innhold Katalog/Punch-out

Feltnavn se [EHF Katalogformatet](#). Katalog veileder er hovedkilden for korrekt informasjon. Samhandlingsavtalen har til hensikt å hjelpe aktørene om å ha felles forståelse av viktigheten for de felter som skal benyttes i katalog. Denne tabellen må derfor ikke ansees som uttømmende. Kunden kan fjerne linjer i tabellen eller legge til ny linje og benytte kommentarfeltet for å gi utdypende forklaring. Ved å benytte EHF veiledere kan man se om feltet/informasjon er obligatorisk («Syntax» - 1..1) eller valgfri («Syntax» - 0..1). Er feltet obligatorisk må avsender inkludere det. Mottaker kan presisere krav til innhold feltet i kommentarfeltet. Er feltet valgfritt, og Kunden ønsker å benytte det, kan man inkludere det i tabellen.

Katalogfelt	Bruk (ja/nei)	Kommentar
Kontraksnummer	Ja	Kontraksnummer skal fylles inn
Klassifisering av produkter	Ja	Gjeldende UNSPSC versjon: Lenke UNSPSC GS1 ²
Farlig gods/Risikoprodukter	Ja	Skal merkes hvis varen er klassifisert som farlig gods
Best før dato	Ja	
Miljø og sosialt ansvars merker (labels)	Ja	Skal vedlegges der varen har et slikt merke
Bildereferanse	Ja	Det skal finnes en lenke til et bilde for varer og tjenester
Katalognummer/navn	Ja	
Katalog språk	Ja	
Datofelter	Ja	
Aktøridentifikasjon	Ja	
Mailadresse katalogansvarlig Leverandøren	Ja	
Identifikator	Ja	
Bestillbarindikator	Ja	
Bestillingsenhet	Ja	
Prisbeløp	Ja	
Valuta	Ja	
Leverandørens artikkelnummer	Ja	
Produktnavn	Ja	
MVA sats	Ja	
Produktbeskrivelse	Ja	
Nøkkelord	Ja	
Produsent navn og varenummer1	Ja	
Opprinnelsesland (landkode)	Ja	
HMS datablad	Ja	
Pakningsnivå	Ja	
Pakningsenhet og kvantum	Ja	
Ledetid	Ja	
Minste ordrestørrelse	Ja	

4. Punch-out

Meldingsutveksling og informasjonsinnhold i de enkelte meldinger skal være i henhold til gjeldende EHF spesifikasjon ([Lenke til EHF Punch Out veileder](#)) og partenes registrering i ELMA (PEPPOL SMP/SML) med mindre annet er avtalt i punkt 2

4.1 Krav til kvalitet i punch-out løsning

Følgende krav stilles til kvalitet i Leverandørens løsning og i meldingen som sendes til Kunden (bestiller). Ved at felt i matrisen fylles ut er det implisitt at disse kvalitetskrav finnes i Leverandørens punch-out løsning og i xml-filen som sendes bestiller. Det er pålagt både Leverandøren og Kunden å kvalitetssikre at varer og tjenester som vises i Leverandørens løsning er i henhold til inngått avtale.

Kvalitetsparameter		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	1
H	Lagerstatus	5
I	Miljømerkede produkter	5

¹ Kravmatrise se kapittel 8.

² Kategorisering av varer og tjenester i henhold til enhver tid gjeldende UNSPSC versjon. Det er viktig at Leverandøren knytter sine varer og tjenester mot riktig kode på det laveste nivå hvis mulig (nivå 4). For mer informasjon: <http://www.gs1.no/unspsc>

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

4.2 Kundens vilkår til punch-out/roundtrip

Kunden benytter "Punch-out løsning". Punch-out er interaksjonen mellom en leverandørs nettbutikk og kundens innkjøpssystem.

"Punch-out" fungerer slik at bruker hos Kunden logger på sitt eget innkjøpssystem/bestillingssystem og velger aktuell leverandør.

Brukeren blir så overført til valgte leverandør sin nettbutikk hvor han får opp avtalt sortiment og avtalte priser. Lagerstatus og all annen informasjon i valgte leverandør sin nettbutikk vises i sanntid og oppdateres fortløpende. Brukeren legger ønskede produkter i handlevognen. Når brukeren bekrefter bestillingen overføres handlevognen til Kundens innkjøpssystem/bestillingssystem.

Her godkjennes bestillingen og en elektronisk ordre sendes til valgte leverandør.

Leverandøren skal tilpasse varesortimentet i nettbutikken iht. inngått rammeavtale. Det er kun sortiment omfattet av rammeavtalen som skal være synlig for Kundens brukere i Leverandørs nettbutikk.

Punch-out løsningen må være tilpasset flere samtidige brukere på én punch-out bruker.

Oppgitte priser skal til enhver tid være iht. betingelser i rammeavtalen.

5. Bestilling

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

Ordrebekreftelse skal være sendt av Leverandør innen **2** timer etter at bestilling er mottatt. Ved bruk av annet format eller transportkanal enn EHF og EHF infrastruktur meddeles ordrebekreftelsen på følgende måte: **epost**

5.1 Bruk av bekreftelse med endring

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

Type endring	Ja	Nei
Endret leveringsdato som gjelder for hele ordren	x	
Endret leveringsdato for en enkelt varelinje	x	
Reduksjon i kvantum som leveres	x	
Erstatningsprodukt	x	
Endret pris i de tilfeller pris er lavere enn avtalepris og med samme eller bedre kvalitet	x	
Splitting av leveransen for en eller flere varelinjer over to eller flere leveringsdatoer (restordre)	x	
Andre endringer (må spesifiseres):		

5.2 Presisering av informasjonsinnhold ved bestilling

Hvis spesielle behov skal partene tilrettelegge sine løsninger slik at følgende funksjonalitet er tilgjengelig ved bestilling:

Funksjonalitet i bestilling	Tilleggsinformasjon
Vedlegg	Kunden kan knytte vedlegg til bestillingen
Merknader/kommentarer	Kunden kan angi tekst/kommentar på bestilling
Fritekst	Mottas og tolkes av Leverandøren på samme måte som øvrige ordrelinjer

5.3 Kundens håndtering av bekreftelse med endring

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

Prinsipp	Ja	Nei
Stilltiende aksept Dersom Leverandøren bekrefter med status «Akseptert med endring» er Leverandøren endringer å betrakte som akseptert av Kunden med mindre Kunden gir Leverandøren respons innen 4 timer etter mottak av bekreftelsen.	x	
Kansellering og ny bestilling Dersom Leverandøren bekrefter med status «Akseptert med endring» skal Kunden alltid kansellere bestillingen og eventuelt starte bestillingsprosessen på nytt.		x
Endringsordre Dersom Leverandøren bekrefter med status «Akseptert med endring» skal Kunden alltid bekrefte aksept eller avvisning av endringen innen XX dager etter mottak av bekreftelsen.		x

6. Forsendelse og varemottak

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

7. Fakturering

Meldingsutveksling og informasjonsinnhold i de enkelte meldinger skal være i henhold til gjeldende EHF Faktura spesifikasjon ([Lenke til EHF Faktura veileder \(EHF Billing\)](#)) og partenes registrering i ELMA (PEPPOL SMP/SML).

Presisering av informasjon i faktura	Bruk (ja/nei)	Kommentar
Ordreferanse/Ordnummer	Ja	I feltet <OrderReference><ID>
Kundens referanse		Ved manglende ordreferanse/ordnummer
All fakturainformasjon skal inkluderes i EHF faktura/ XML fil	Ja	For analyse av data er det viktig at vedlegg ikke er hovedbærer av informasjon.
Faktureringsprinsipp	Ja	Leverandøren plikter å følge faktureringsprinsippet "én ordre - én faktura", med mindre annet er særskilt avtalt. Dette innebærer at Leverandøren ved delleveranser først skal fakturere Kunden etter at alle varene er mottatt.
Artikkel	Ja	Artikkelnummer i faktura skal samsvare 100% med artikkelnummer i Leverandørens punch-out løsning eller katalog. Frakt/småordretilllegg skal spesifiseres på egen linje i faktura.
Avvik Peppol standard	Ja	I "AdditionalDocumentReference" - "DocumentDescription" skal det stå Commercial Invoice.

8. Kvalitetsparameter

Nedenstående kvalitetsparameterne skal hjelpe Kunden 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 krav til kvalitet i punch-out løsningen kapittel 4.1

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 - Produktbeskrivelse	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 - Kategorisering (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 - Produktidentitet	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 logistikk Leverandører). 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 logistikk Leverandører). 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 logistikk Leverandører). Leverandørens artikkelnummer har samme format / syntaks i e-katalogen og i web shop / trykt katalog.
	0	Ingen bilag

G - Vedlegg	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
H- Lagerstatus	0	Ingen lagerstatus
	1	Lagerstatus-ledetid avtalt sortiment og øvrig sortiment, oppdateres 1 gang pr. døgn (i perioden 07:00 – 17:00)
	2	Lagerstatus-ledetid avtalt sortiment og øvrig sortiment, oppdateres 2 ganger pr. døgn (i perioden 07:00 – 17:00)
	3	Lagerstatus-ledetid avtalt sortiment og øvrig sortiment, oppdateres minst annenhver time (minimum i perioden 07:00 – 17:00)
	4	Lagerstatus-ledetid avtalt sortiment og øvrig sortiment, oppdateres minst 1 gang pr. time (minimum i perioden 07:00 – 17:00)
	5	Lagerstatus-ledetid avtalt sortiment og øvrig sortiment i sanntid
I – Miljømerkede produkter	0	Ingen
	1	10 % av samtlige artikler er miljømerket
	2	25 % av samtlige artikler er miljømerket
	3	50 % av samtlige artikler er miljømerket
	4	75 % av samtlige artikler er miljømerket
	5	99 % av samtlige artikler er miljømerket

9. Nyttige lenker

Format	Link
EHF Katalog	https://anskaffelser.dev/postaward/g3/spec/catalogue-3.0/
EHF Ordre og ordrebekeftelse	https://anskaffelser.dev/postaward/g3/spec/ordering-3.0/ https://anskaffelser.dev/postaward/g3/spec/order-agreement-3.0/
EHF Pakkseddel	https://anskaffelser.dev/postaward/g3/spec/despatch-advice-3.0/
EHF Faktura og kreditnota	https://anskaffelser.dev/postaward/g3/spec/billing-3.0/
EHF tekniske spesifikasjoner	https://anskaffelser.dev/ https://anskaffelser.dev/postaward/g3/spec/
Validator EHF formater	https://anskaffelser.dev/service/validator/

Hvem kan motta EHF formatene	https://www.anskaffelser.no/verktøy/veiledere/mottakere-i-elma#argument=undefined&query=&page=1
Systemleverandør e-handel	Acentio 360 Acentio 360 – Procure-to-Pay Leverandørregistrering