



UPPHANDLINGSGUIDE

-----

# Grafiska tjänster & trycksaker



grafiska  
FÖRETAGEN

# En guide för bättre offentliga upphandlingar

**Det finns en potential** för offentliga upphandlare att göra bättre affärer.

Denna guide syftar till att underlätta för dig som gör offentlig upphandling av trycksaker och grafiska tjänster.

Med klara mål och rättvisa jämförelser ökar förutsättningarna för en korrekt genomförd upphandling och att du kan tillfredsställa din organisations behov.

Det ligger i alla inblandade parter intresse att de offentliga upphandlingarna blir så transparenta och effektiva som möjligt. Därför har vi tagit fram den här guiden som går igenom det viktigaste att tänka på före, under och efter en upphandling.

Självklart kan även privata företag använda denna guide för att utveckla sina affärer inom det grafiska området.



## Tänk på

- Ta reda på era behov.
- Ge upphandlingen tid och låt alla göra ett grundligt jobb.
- Minimera antalet krav! De kan bli konkurrenshämmande och risken för överprövning ökar.

## LAGEN OM OFFENTLIG UPPHANDLING, LOU

LOU syftar till att gynna den inre marknaden inom EU men det finns inget hinder att de också kan generera kostnadseffektiva offentliga affärer genom att dra nytta av konkurrensen på marknaden.

*Guiden underlättar för upphandlande myndigheter och enheter som ska genomföra en upphandling inom ramen för LOU/LUF. Målet är transparenta förfrågningsunderlag där anbuden blir rättvist bedömda och som innebär en bra offentlig affär.*

# Att tänka på inför en upphandling – analyser & uppföljning

---

Tänk på att ni ska ingå ett partnerskap och låt samarbete vara ledord där krav följs av motprestationer. Det är fullt möjligt och relevant att ställa bra krav. Vilka dessa är beror helt på identifierade behov. Upphandling av trycksaker ska utvärderas på ett för alla parter objektivt och transparent sätt. Det är därför centralt att definiera den kvalitet man avser att köpa.

**Tillsätt en arbetsgrupp** och arbeta tvärfunktionellt vid framtagande av förfrågningsunderlag. Har ni inte beställarna och deras önskemål med så blir det oftast svårt att få ett fungerande avtal. Låt om möjligt även samma arbetsgrupp delta vid utvärdering av de inkomna anbuden.

## Behovsanalys

Före upphandlingen görs en grundläggande behovsanalys och informationsinsamling som är grunden till ett bra förfrågningsunderlag. Den bör även inkludera samtliga värden som beställaren önskar få tillgodosett samt en kartläggning av eventuella affärsrisker som projektet innebär. Beskriv behoven utifrån funktion och nytta och håll isär behov från krav på leverantören.

## Marknadsanalys

När behoven har fastställts bör en marknadsanalys genomföras. Marknadsanalysen ger dig informa-

tion om vilka potentiella leverantörer som finns på marknaden som uppfyller kraven du ställer på en leverantör och som kan tillfredsställa det behov din organisation har. Marknadsanalysen bör inkludera en ingående dialog med olika aktörer och potentiella leverantörer på marknaden för att samla in information och kartlägga utbudet. Kraven på din leverantör hanteras i en så kallad kvalificeringsprocess. Det är viktigt att upphandlande enhet gör uppföljning hos befintlig leverantör men också viktigt att se sig om efter nya leverantörer.

## Uppföljning

Du bör föra en dialog med befintliga leverantörer som en del av leverantörsuppföljningen, vad som fungerat bra respektive mindre bra med befintligt avtal, de kvaliteter ni köpt och det behov ni haft. Ni kan även prata med andra leverantörer på marknaden för att kartlägga konkurrenssituationen och upptäcka trender och förändringar.



# Förfrågningsunderlaget är nyckeln till en bra affär

För alla offentliga affärer är förfrågningsunderlaget nyckeln till den goda affären. För att ta fram och besvara ett förfrågningsunderlag krävs att båda parter har en god förståelse för branschen, marknaden och de mekanismer som råder vid upphandling.



En väl fungerande kommunikation mellan kund och inblandade leverantörer ger goda förutsättningar för ett bra samarbete. För att undvika risken för överprövning krävs tydliga kriterier som är lika för alla, transparenta och enkla för att utvärdera kvaliteten på den produkt eller funktion som upphandlas. Vi kommer i denna guide presentera ett antal kriterier som Grafiska Företagen anser är väsentliga för att definiera kvalitén i produktionen av grafiska tjänster och produkter.

Grafiska Företagen har tagit fram ett flertal publikationer och riktlinjer som stödjer säljare och köpare i att definiera kvalitet vid köp av grafiska tjänster och produkter samt för att underlätta avtalshanteringen. Exempel på publikationer är ALG 10, Riktlinjer för leverans av digitala produktionsmaterial samt Certifierad Grafisk Produktion (CGP).

CGP är branschens egen standard som omfattar de flesta kvalitetskraven. Om man ställer krav på att leverantören är certifierad enligt ISO 12647/CGP kan man vara säker på att få en hög och jämn kvalitet.

## ALLMÄNNA LEVERANSVILLKOR FÖR GRAFISKA PRESENTATIONER 2010 (ALG 10)

ALG 10 är normalvillkor utarbetade i samverkan mellan Grafiska Företagen, Svenska Förläggarföreningen, Sveriges Annonssörer, Sveriges Kommunikationsbyråer, Sveriges Tidskrifter och Tidningsutgivarna. ALG 10 innehåller beprövade och balanserade normalvillkor särskilt avpassade för avtal om grafiska prestationer.

## RIKTLINJER FÖR DIGITALA PRODUKTIONSDOKUMENT

Riktlinjerna har tagits fram för att underlätta för beställare som tillhandahåller leverantören digitala dokument. Syftet är att säkerställa att materialet håller en standard som gör det möjligt för leverantören att fullgöra sin prestation på ett fackmässigt sätt utan störningar.

## ISO 12647/CGP – CERTIFIERAD GRAFISK PRODUKTION

CGP är en standard som beskriver väsentliga delar av tryckprocessen och som innehåller relevanta specifikationer och definierad terminologi. Syftet med CGP är att uppnå produkter med en god funktion, förutsägbarhet och effektivare produktion så att tex bild och färgåtergivning kvalitetssäkras. CGP omfattar kvalitetssäkring inom prepress och tryck. **För mer information om detta se [grafiska.se](http://grafiska.se)**



## Vad är relevanta kriterier vid upphandling av grafiska tjänster?

---



### KRAV PÅ TRYCKERIER

Krav på leverantörer ska utgå från de behov på tjänsten som identifierats under behovsanalysen och kan omfatta följande:

- Hur ser de historiska volymerna ut och vad säger de om det framtida behovet? Statistik och fakta. Redan här kan det vara en idé att kartlägga vilken statistik som kan vara relevant inför uppföljning och även nästa upphandling. Diskutera statistik vid avtalstecknande då det, beroende på de olika tryckeriernas rutiner, kan vara olika svårt att ta fram retroaktivt.
- Krav på ledtider och/eller flexibilitet. Notera att kraven bör baseras på leveranstid efter godkänt provtryck.
- Krav på yrkeskompetens och erfarenhet.
- Behov av programvaror eller IT-system, t ex webbshop. Är det en enkel webbshop som efterfrågas eller är det en webbshop som kräver utveckling, profilering eller övriga specifika krav? Tänk efter; är det rimligt eller praktiskt att webbshop ingår i tryckpris eller bör den pris-sättas separat?
- Referenser; tänk på att du dels kan använda referenser i kvalificeringsfasen och dels i utvärderingsfasen, men det är viktigt att formulera frågeställningen korrekt för att inte öppna upp för överprövningar.

- Tjänste- och produktutbud, utvecklingsresurser, kärnkompetenser och supportkonsultation.
- Beställningsinstruktioner och samarbetsrutiner med tryckeriet.
- Kvalitet - vilka är kraven och hur ska de utvärderas och följas upp? Trycksaker ska utvärderas på ett för alla parter likabehandlande och transparent sätt. Det är centralt att definiera den kvalitet man avser att köpa och på ett objektiva och förutsägbart sätt utvärdera den. Utvärderingen bör göras i enlighet med gällande standarder och branschriktlinjer för tryck.

### KRAV I KVALIFICERINGSPROCESSEN

Formella krav att ställa på leverantörer som hanteras i kvalificeringsprocessen kan vara:

- Företagets ekonomiska status, UC nivå/kreditrating
- Leveransvillkor enligt ALG 10
- Försäkringar, ansvarsförsäkringar utifrån de krav som finns
- Verksamhetscertifieringar och intyg, ex ISO 9000, ISO 14000 Kvalitetscertifiering för tryck, såsom ISO 12647/CGP
- Krav på kollektivavtal och miljö, t ex ISO 14000 eller Svanen

**Sätt kraven utifrån funktion och nytta.** Var försiktig med att låsa fast era krav vid t ex specifik tryckteknik då detta utvecklas löpande. En produktion som bör produceras i offsetpress vid förfrågningsunderlagets formulerande kan under avtalsperioden bli oekonomisk i samma pressar beroende på den tekniska utvecklingen.

Har man låst produkterna och delat avtalen i offset och digital kan det bli komplicerat och förhindra ett levande avtal. Är det av någon anledning av yttersta vikt att en produktion produceras i en viss sorts tryckpress måste det dock framgå i förfrågningsunderlaget.

# Vad är relevanta förutsättningar för utvärdering av anbud?

## FÖRUTSÄTTNINGAR FÖR ATT PRISER RÄKNAS PÅ SAMMA UNDERLAG

- Papper: kvalitet, obestruket/bestruket, gramvikt, färgat/vitt papper
- Omfattning: upplaga, format, antal sidor samt färg/ svartvitt. Observera att antal sidor vid offsettryck minimum ska vara delbart med 4 och vid digitaltryck minimum delbart med 2
- Krav på original samt rutin för process för originalhantering av fysiska- och digitala dokument se "Riktlinjer/ Checklista för digitala produktionsdokument"
- Typ av färgkorrektur som önskas, på skärm eller fysiskt färgprov. Kammarkollegiet publicerar ett dokument som beskriver "provtryck" - utgå gärna från det
- Tidsplan för del- och slutleveranser

## FÖRUTSÄTTNINGAR FÖR EN OBJEKTIV UTVÄRDERING AV TRYCKKVALITET

För att kunna göra en korrekt bedömning av tryckkvalitet och färgåtergivning ställs ett antal grundkrav, vilka alla styrs av olika ISO-standarder. Inom dessa regleras, exempelvis, vilket betraktningförhållande (ljus) tryck och färgprov ska bedömas i, vilka mätmetoder som ska användas då färg ska mätas in och jämföras mot standardreferens.

Ett tryckeri som är certifierat enligt ISO 12647/CGP uppfyller alla dessa krav och har således möjlighet att förse upphandlande part med alla relevanta mätvärden. Detta kan underlätta då upphandlaren kanske inte själv har rätt utrustning för att göra en sådan kontroll.

### Tryckvillkor

För att bedömning av tryckkvalitet ska kunna göras på ett säkert och smidigt sätt så är det viktigt att både upphandlaren och tryckeriet känner till tryckstandard och tryckvillkor uppdraget ska produceras enligt. Inom standarden anges också de toleranser tryckleverantören har att förhålla sig till.

### Exempel (tryck på bestruket papper):

- ISO-standard: ISO 12647-2
  - Tryckvillkor: PC1
  - Pappersklass: PS1
  - TVI-kurva: A
  - ICC-profil: Fogra51/PSOcoated v3
- Denna information bäddas automatiskt in i tryckoriginalet om tryckfilen är skapad som en PDF/X-4.

## FÖRUTSÄTTNINGAR FÖR KRINGTJÄNSTER; MILJÖ, KVALITET, SERVICE

### Var tydlig med vad som ska ingå:

- Servicenivå, rådgivning och tillgänglighet - beskrivande text
- Produktionsprocess - beskrivande text
- Roll- och ansvarsfördelning under produktionsprocessen
- Hur kvalitetssäkring av produkten ska ske, t ex i enlighet med CGP; Certifierad Grafisk Produktion
- Kvalitetsarbete - beskrivande text
- Miljöarbete - beskrivande text
- Certifieringar

### PDF-format (tryckfil)

En PDF-fil för tryck bör vara gjord enligt standarden PDF/X-4 för att säkerställa kompatibilitet med tryckeriets utrustning. Alla program som idag används för grafisk produktion kan skapa sådana. En PDF/X-4 skapad på rätt sätt innehåller den information tryckeriet behöver för att återge innehållet korrekt eller säkerställa att den är skapad för att tryckas enligt beställarens önskemål.

### Mätstrip för verifiering av tryck och färgprov

Vid kvalitetsbedömning av tryck eller färgprov måste en mätstrip för kvalitetskontroll finnas med - exempelvis Fogra MediaWedge v3 eller liknande. Mätningar ska jämföras enligt de tillättna avvikelserna för det valda tryckvillkoret eller toleranser för färgprov.

### Mätningar och mätdata

Ett steg i bedömningsprocessen är att utvärdera leverantören utifrån uppmätningar av tryck och färg. För att få korrekta och jämförbara mätvärden är det därför viktigt att mätmetoden är korrekt. För tryck och färgprov ska mätmetoden vara M1 enligt ISO13655:2009, och det krävs då att mätutrustningen stöder detta.

### Betraktningssljus

Kritisk visuell bedömning av tryck och färgprov måste ske i korrekt betraktningssljus (5000K, CRI >90, enligt ISO 3664:2009). Sker visuell bedömning i annat ljusförhållande kan det visuella intrycket avvika och är därför ej lämpligt för kritisk bedömning.

# Varför är det viktigt med en uppföljning av ställda krav?

Leveransuppföljningen garanterar den goda affären. Uppföljningsprocessen är viktig för att utvärdera om kunden fått det som beställdes men även för att på lång sikt utveckla affärerna till att bli bättre och effektivare.

**Uppföljning bör ske regelbundet.** Ansvarig för uppdraget inkl. uppföljning och ansvarig löpande kontakt bör anges senast vid avtalstecknande och delges den upphandlande organisationen. Enbart vid specifika behov bör t ex projektledare krävas angivet i anbudet. Anledningen är att upphandlingsprocessen kan vara långvarig och angiven person inte längre är aktuell för uppdraget. Då blir det en process i sig att ändra. Rekommendation är att vid

behov sätta upp önskade egenskaper som krav.

Uppföljning av leveransen ska ske enligt de krav och kriterier som ställdes i förfrågningsunderlaget. Att inte ha en klar strategi kring uppföljning av dessa krav strider mot likabehandlingsprincipen. Uppföljning tjänar även syftet att hjälpa företaget inom branschen att utveckla sig och därmed sortera bort oseriösa och belöna seriösa leverantörer.

## Tänk på

- Ta reda på era behov.
- Ge upphandlingen tid och låt alla göra ett grundligt jobb.
- Minimera antalet krav! De kan bli konkurrens-hämmande och risken för överprövning ökar.



**GRAFISKA FÖRETAGEN** är bransch- och arbetsgivarorganisationen för den grafiska industrin. Våra 400 medlemsföretag med cirka 12 000 anställda utvecklar, förpackar och distribuerar budskap för hela samhället. Den

grafiska industrin som omsätter cirka 35 miljarder kronor har en viktig uppgift i marknadsekonomi, demokrati och i utbildningen. Grafiska Företagen inspirerar till nytänkande och företagsamhet. [grafiska.se](http://grafiska.se)

# En guide till bättre affärer.

**Denna guide syftar till** att underlätta för dig som gör offentlig upphandling av trycksaker och grafiska tjänster.

Med klara mål och rättvisa jämförelser ökar förutsättningarna för en korrekt genomförd upphandling och att du kan tillfredsställa din organisations behov.

Det ligger i alla inblandade parter intresse att de offentliga upphandlingarna blir så transparenta och effektiva som möjligt. Därför har vi tagit fram den här guiden som går igenom det viktigaste att tänka på före, under och efter en upphandling.

## // Huvudkontor //

### **STOCKHOLM**

Storgatan 19  
Box 555 25  
102 04 Stockholm  
Tel: 08-762 68 00

## // Regionkontor //

### **UMEÅ**

Sveagatan 8  
903 27 Umeå  
Tel: 090-71 82 81

### **FALUN**

Ölandsgatan 6  
Box 1958  
791 19 Falun  
Tel: 023-580 82

### **JÖNKÖPING**

Skolgatan 4  
Box 445  
551 16 Jönköping  
Tel: 036-30 32 27

### **GÖTEBORG**

Södra Hamngatan 53  
Box 404  
401 26 Göteborg  
Tel: 031-62 94 23

### **VÄXJÖ**

Södra Järnvägsgatan 4A  
352 29 Växjö  
Tel: 0470-74 84 22

### **MALMÖ**

Navigationsgatan 1 A  
Box 186  
201 21 Malmö  
Tel: 040-35 25 60