

*Artikel av Dan Sjöblom, generaldirektör, Konkurrensverket, publicerad i Upphandling 24 den 3 november 2015*

## **Glöm inte att efterannonsera!**

**Efterannonsering är en viktig del av offentlig upphandling. Det ger bättre statistik och högre transparens för hur offentliga medel används. Men många missar att efterannonsera. Konkurrensverket uppmanar därför upphandlingschefer och upphandlare att se över och förbättra sina riktlinjer för efterannonsering.**

Enligt upphandlingslagarna ska alla upphandlingar över tröskelvärdet efterannonseras. Trots det är det många som missar att göra det. Faktum är att Sverige är det EU-land som redovisar de sämsta siffrorna avseende efterannonsering. Det leder till brister i statistiken och sämre transparens och insyn i offentliga affärer.

För att öka antalet efterannonser har Konkurrensverket startat ett tillsynsprojekt om efterannonsering. Som ett första steg i projektet informerar vi om skyldigheten och nyttan med efterannonsering. I ett senare skede kommer Konkurrensverket att starta tillsynsärenden mot myndigheter som genomför upphandlingar som ska efterannonseras.

### **Avsluta upphandlingen med efterannonsering**

Det är lätt att tro att en upphandlingsprocess är klar när kontraktet har undertecknats. Men i upphandlingsprocessen ingår även att annonsera resultatet av en upphandling. Resultatet av en upphandling över tröskelvärdet ska annonseras i databasen TED. Det är ett lagkrav enligt upphandlingslagarna. Även de nya upphandlingsdirektiven, som är under implementering, innehåller krav på efterannonsering.

Efterannonsering ska göras av alla upphandlingar över tröskelvärdet. Skyldigheten gäller för både A- och B-tjänster och för alla upphandlingsförfaranden i LOU, LUF och LUF5.

Adress 103 85 Stockholm  
Besöksadress Torsgatan 11  
Telefon 08-700 16 00  
Fax 08-24 55 43  
konkurrensverket@kkv.se

### **Det ska vara lätt att se hur offentliga medel används**

Ett viktigt syfte med efterannonser är att lägga grunden för en heltäckande och pålitlig statistik. Sådan statistik skapar förutsättningar för välgrundade politiska beslut på upphandlingsområdet, såväl hos upphandlande myndigheter som på policy-nivå nationellt och på EU-nivå. Statistiken används även i det stödjande arbetet, genom att den hjälper till att peka ut områden med ökat behov av stödinsatser. Utöver bra statistik så leder efterannonsering även till ökad transparens av de offentliga inköpen. Det ger allmänheten bättre insyn och förbättrar förutsättningarna för uppföljning.

### **Efterannonsering sänker fristen för ogiltighetstalan**

Utöver att bidra till statistik och transparens finns för den enskilda myndigheten en mer direkt fördel med att efterannonsera. Den leverantör som vill överklaga ett avtals giltighet har normalt sex månader på sig att göra det. Om upphandlingen efterannonseras kortas denna frist ner till 30 dagar från det att annonsen publiceras i TED. Denna möjlighet gäller även för upphandlingar under tröskelvärdet.

### **Vad ska efterannonsen innehålla?**

Ur ett statistikperspektiv är kontraktets värde den allra viktigaste uppgiften i en efterannons. Det är därför viktigt att värdet beräknas efter bästa förmåga. Värdet av ett kontrakt kan vara svårt att beräkna. Särskilt om det är ett ramavtal. Om det inte finns ett fast värde på kontraktet ska en uppskattning göras. En sådan uppskattning kan exempelvis göras med vägledning av tidigare inköp.

För att en efterannons ska vara komplett ska den förutom värdet bland annat innehålla uppgift om vilket förfarande som har använts i upphandlingen och vilka kriterier som legat till grund för tilldelningen. Annonsen ska också innehålla information om hur många anbud som mottagits och uppgifter om vilken eller vilka leverantörer som tilldelats kontrakt. Alla uppgifter i efterannonsen är obligatoriska att fylla i. Det gäller även om dessa uppgifter inte framstår som obligatoriska i det e-verktyg som eventuellt används för att göra efterannonsen.

Det finns flera sätt att skicka efterannonsen på. Man kan bland annat fylla i efterannonseringsformuläret och skicka för publicering i TED. Den som använder sig av ett e-verktyg kan ofta efterannonsera via detta. Det är alltid den upphandlande myndigheten som har ansvaret för att efterannonsering görs och att efterannonsen kommer fram till TED.

### **Se över riktlinjerna**

I stort sett varje myndighet har upprättat skriftliga riktlinjer för hur en upphandlings-process går till. Riktlinjerna bör innehålla information om hur efterannonsering går till och att efterannonsering är en lagstadgad skyldighet vid upphandlingar över tröskelvärdet. Konkurrensverket uppmanar därför alla

upphandlingschefer, och alla upphandlare, att se över riktlinjerna på er myndighet och att göra de ändringar som krävs.

### **Dan Sjöblom**

Generaldirektör, Konkurrensverket

#### **FAKTA**

- År 2013 innehöll endast 9 % av efterannonserna uppgift om upphandlingens värde.
- Formulär för efterannonsering finns på <http://simap.ted.europa.eu/sv>. Klicka sedan på fliken "Standardformulär för offentlig upphandling" och välj det formulär som du ska fylla i. I formuläret finns adressen som efterannonserna ska skickas till för publicering.

#### **Aktuella tröskelvärden LOU:**

Varor och tjänster, statliga myndigheter - 1 169 378 kronor

Varor och tjänster, övriga upphandlande myndigheter - 1 806 427 kronor

Byggtreprenader, alla upphandlande myndigheter - 45 256 666 kronor

#### **Aktuella tröskelvärden LUF/LUFS:**

Varor och tjänster, upphandlande myndigheter/enheter - 3 612 854 kronor

Byggtreprenader, upphandlande myndigheter/enheter - 45 256 666 kronor

Tidsfrister för då efterannonser ska vara publicerad från det kontraktet tilldelats eller ramavtal ingåtts:

LOU: 48 dagar

LUF: 60 dagar

LUFS: 48 dagar

- Den nyinrättade Upphandlingsmyndigheten lämnar stöd i frågor om offentlig upphandling. De nås på 08-586 21 701