

§ 15 c

§ 15 c, stk. 1

§ 15 c, stk. 1, indfører en pligt for udbyderne til at offentliggøre en annonce om kontrakten. Formålet med annonceringspligten er at orientere potentielle tilbudsgivere om den kommende kontrakt og derved give en bred kreds af virksomheder mulighed for at komme i betragtning.

Annonceringen skal ske forud for indgåelsen af kontrakten. Offentliggørelsen kan ske i pressen og/eller i et elektronisk medie og bør være bredt dækkende for at give annoncen den tilsigtede effekt. Det er ikke hensigten at indføre en udtømmende eller obligatorisk liste over medier. Udbyderne kan således selv vælge annonceringsplatform. Annoncen kan f.eks. offentliggøres i dagblade, på udbyderens hjemmeside eller i specialiserede udbudsmedier som den elektroniske »Udbudsavisen« m.v. Adgangen til det medie, hvori der annonceres, skal være alment tilgængelig og må ikke være begrænset af en urimelig betaling.

§ 15 c, stk. 2

Bestemmelsen i stk. 2 medfører, at annonceringspligten ikke gælder i de tilfælde, som er nævnt i udbudsdirektivets artikel 31. Direktivets artikel 31 angiver hvilke situationer, der berettiger brug af direktivets procedure »udbud efter forhandling uden forudgående annonce«. Herved forstås direkte indgåelse af kontrakt uden et forudgående udbud. Det kan f.eks. være tilfældet, hvor kontrakten på grund af enerettigheder kun kan tildeles én virksomhed, eller hvor udbyderen får behov for at rekvirere supplerende ydelser til en allerede indgået kontrakt.

Det er ikke hensigten at fastsætte mere restriktive grænser for brug af direkte forhandling, end hvad der gælder efter udbudsdirektivet. Bestemmelsen giver derfor udbyderne udtrykkelig adgang hertil i samme situationer, som nævnes i udbudsdirektivets artikel 31.

§ 15 c, stk. 3

Bestemmelsen i stk. 3 medfører, at annonceringspligten undtagelsesvist kan fraviges, hvor fortrolighed efter kontraktens særlige karakter er påkrævet, og hvor en offentliggørelse således vil modarbejde hensynet til kontrakten.

Der er ikke tale om en absolut undtagelsesbestemmelse, men derimod om en adgang til at fravige annonceringspligten i tilfælde, hvor det efter en konkret vurdering findes nødvendigt af hensyn til offentlige interesser. Bestemmelsen forudsættes kun anvendt i begrænset omfang, hvor der er et klart behov derfor.

Som eksempel på tilfælde, hvor der kan være et behov for fuld fortrolighed omkring processen, kan nævnes indgåelse af kontrakt om en rådgivningsopgave i forbindelse med forberedelse af overdragelse af aktier i statslige selskaber. I en sådan situation vil annoncering af rådgiveropgaven kunne være i strid med statens interesser.

§ 15 c, stk. 4

Stk. 4 fastsætter hvilke oplysninger, annoncen som minimum bør indeholde. Bestemmelsen skal sikre, at annoncen giver tilstrækkelige informationer om kontrakten, således at de potentielle tilbudsgivere får en mulighed for at vurdere, om de er interesserede i at byde på opgaven.

Annoncen skal som minimum indeholde en beskrivelse af opgaven, frist og adresse for modtagelse af tilbud eller anmodninger om deltagelse, kriterier for tildelingen af opgaven samt kontaktoplysninger om, hvorfra f.eks. evt. yderligere materiale kan rekvireres, eller hvortil der kan stilles supplerende spørgsmål.

Listen af oplysninger er ikke udtømmende. Udbydere kan således vælge at angive flere og mere detaljerede oplysninger om opgaven, kravene til virksomhederne, processen vedr. tildeling m.v.

§ 15 c, stk. 5

Bestemmelsen i stk. 5 giver økonomi- og erhvervsministeren en bemyndigelse til at fastsætte regler om, at annoncering skal ske i et særligt elektronisk medie.

I en række andre EU-lande er der i dag etableret en særlig elektronisk annonceringsplatform, hvor samtlige annoncer vedrørende udbud af kontrakter uden for udbudsdirektiverne offentliggøres. Erfaringerne viser, at annoncering på en sådan centraliseret platform gør det lettere for tilbudsgiverne at orientere sig om mulige forretningsmuligheder og fremmer konkurrencen om de udbudte opgaver.

Et centraliseret annonceringsmedie er endnu ikke oprettet i Danmark. Formålet med bestemmelsen er at tage højde for fremtidig anvendelse af et sådant landsdækkende annonceringsmedie.

§ 15 d

§ 15 d, stk. 1

Bestemmelsen fastsætter generelle principper for tilrettelæggelsen og gennemførelsen af proceduren. Formålet er således at sikre, at udvælgelsen af tilbudsgivere sker på grundlag af objektive, saglige og ikke-diskriminerende kriterier, og at der ikke finder forskelsbehandling sted mellem tilbudsgiverne. Det er ikke hensigten at indføre detaljerede procedureregler.