Konkurransetilsynet
Norwegian Competition Authority

SJEKKLISTE

Unngå anbudssamarbeid ved offentlige anskaffelser

For deg som arbeider med anbud i offentlig sektor

Her får du noen enkle råd – en sjekkliste – med tips om hvordan du kan oppdage ulovlig samarbeid ved offentlige anbud og hvordan du tipser Konkurransetilsynet dersom du har mistanke om slikt samarbeid.

Du har en viktig rolle!

Du som skal vurdere anbud er den nærmeste til å legge til rette for en god prosess og identifisere kjennetegn på samarbeid mellom tilbyderne.

Effektiv konkurranse mellom foretak skaper forutsetninger for lave priser, god kvalitet og innovasjon. Anbudssamarbeid kan helt eller delvis sette disse forutsetningene til side.

Stat og kommuner kjøper årlig inn varer og tjenester i Norge for nærmere 300 milliarder kroner. Store beløp unndras fellesskapet dersom foretak samarbeider om anbud. Internasjonale undersøkelser viser at prisene ofte øker med 10 – 30 prosent, ved noen tilfeller helt opp til 50 prosent, når konkurrenter inngår et ulovlig samarbeid.

Hva kjennetegner et anbudssamarbeid?

Samarbeid om offentlige anbud kan skje på mange måter. Samarbeidsformene kan være sofistikerte og vanskelige å avdekke. Særlig gjelder dette anbudssamarbeid som går over mange år og mange anbud.

Anbudssamarbeid skjer i hovedsak på følgende måter:

- **Fiktive anbud.** Fiktive anbud (komplementære, symbolske anbud m.m.) gis når foretakene er enige om at et foretak skal levere det laveste anbudet, eller et anbud åpenbart er priset for høyt eller inneholder betingelser som åpenbart ikke kan godtas.

- **Unnlatelse av å gi anbud.** Et foretak som ellers ville lagt inn anbud, unnlater å levere inn anbud eller trekker anbudet.

- **Anbudsrotasjon.** De aktuelle foretakene bytter på å ha det laveste anbudet.

- **Markedsdeling.** Foretakene har på forhånd delt markedet mellom seg (geografisk, produktmessig, kvoter og lignende).

Er noen markeder mer utsatt for anbudssamarbeid?

Anbudssamarbeid kan skje innenfor alle bransjer. Like fullt er nok enkelte bransjer mer utsatte enn andre. Kjennetegn på disse bransjene vil ofte være:

- **Oversiktlig antall tilbydere.** Jo færre antall foretak som er aktuelle til anbudet, desto lettere er det å holde ”oversikten”.
- **Lite tilsig av nye aktører.** Et marked preget av lite tilsig av nye aktører, blir i mindre grad utfordret enn markeder preget av trusselen om stadig nye aktører. Dette ser vi ofte i markeder med høye etableringskostnader eller med mange ulike og i praksis utestengende formalkrav.
- **Stabile ledergrupper.** Karteller etableres og vedlikeholdes av enkeltmennesker! Jo tryggere menneskene er på hverandre, desto enklere er det å opprettholde samarbeidet.
- **Stabile markedsforhold.** Stabile og forutsigbare markedsforhold og innsatsfaktorer øker sannsynligheten for samarbeid. Omvendt vil vesentlige og uforutsigbare endringer i etterspørsel og prisen på innsatsvarer ofte destabilisere et kartell.
- **Bransjeforeninger.** I mange kartellsaker har møter i bransjeforeningen vært anvendt som kontaktpunkt for samarbeidsavtaler.
- **Gjentagende anbudsinnbydelser.** Gjentagende innkjøp, ofte stilet til de samme aktørene, gjør anbudsrotasjon enklere.
- **Homogene produkter/tjenester.** Det er enklere å avtale samarbeid om like eller sammenlignbare produkter og tjenester.
- **Mangel på substitutter.** Dersom det er vanskelig å oppdrive sammenlignbare produkter og tjenester eller alternative tilbydere, vil det være enklere å opprette og administrere et anbudssamarbeid.
- **Lite innovasjon.** Lite innovasjon mht. de etterspurte produktene eller tjenestene gjør det også enklere å opprettholde et samarbeid over tid.

Vær oppmerksom på faresignalene:

- **Noen foretak leverer aldri eller meget sjelden anbud**, selv om de har mulighet for det og det ”naturlige” er at de burde gjøre det.
- **Det er nesten umulig å innhente anbud fra foretak utenfor lokalområdet**, selv om der ikke umiddelbart er en forretningsmessig god forklaring for det.
- **Anbudssummene stiger generelt hos alle foretak**, selv om det ikke er en naturlig forklaring for det (f.eks. i form av økte råvarepriser).
- **Anbud fra et nytt foretak** enn de som vanligvis deltar i anbudsrundene, medfører et merkbart fall i det ”normale” prisnivået.
- **Samme foretak er nesten alltid billigst**, selv om det ikke er særlige forhold som begrunner dette.
- **Skriftlige anbud fra konkurrerende foretak inneholder de samme spesifikasjoner.** Det kan være formuleringer, stavefeil, regnefeil, angivelse av underposter, diverseposter osv. Anbudene er åpenbart bygget opp over samme lest. Dette er klassiske kjennetegn som har avslørt flere karteller i Norge.
- **Et foretak avslører kjennskap til en konkurrents anbud**, herunder også underposter, før anbudsfrist.
- **Du blir oppmerksom på at kun ett foretak deltar på anbudsbefaringen**, innhenter priser m.m. hos leverandører (f.eks. byggematerialer). Samtidig leverer kanskje flere av foretakene anbud.
- **Der er meget stor prisforskjell på det vinnende anbudet og de øvrige anbudene.**
- **To eller flere foretak bytter på å gi laveste anbud etter et fast mønster.**
- **Det vinnende foretaket bruker stort sett sine konkurrenter som underentreprenører.**
- **Konkurrerende foretak foretar samtidige og ensartede prisendringer uten naturlige eller logiske forklaringer**.

Hvordan forebygger du anbudssamarbeid?

Du kan gjøre mye for å forebygge anbudssamarbeid. Dersom du er oppmerksom på punktene som er nevnt ovenfor og er på vakt overfor denne typen uregelmessigheter, vil du være godt forberedt.

I tillegg bør du vurdere følgende momenter:

- **Vær oppdatert på priser** og prisutviklingen på vesentlige innsatsfaktorer i anbudet.
- **Ta kontakt med offentlige innkjøpere** som nylig har foretatt liknende innkjøp.
- Sørg for at **eksterne konsulenter** som involveres i anbudsprosessen undertegner **taushetserklæring** og erklæring om at alle avvik og uregelmessigheter i anbudsprosessen skal rapporteres med en gang.
- **Unngå å gjøre anbudsinnbydelsen så vidt eksklusiv** at den utelukker potensielle tilbydere.
- **Unngå unødige betingelser som kan utelukke utenlandsk interesse**. Utenlandske bud kan være en nyttig målestokk!
- **Vær uforutsigbar** mht. hvem som innbys særskilt til å levere inn anbud. Uforutsigbarhet skaper uro og usikkerhet i et kartell!
- Dersom det er mulig, kan det være en **fordel å splitte opp anbudet**. Det kan muliggjøre interesse fra et større antall tilbydere som ikke har kapasitet til å gi anbud på et stort samleprosjekt.
- **Vanskeliggjør kommunikasjon mellom aktuelle tilbydere** i løpet av anbudsprosessen. Det bør vurderes å foreta enkeltvise befaringer, selv om dette kan være mer tidkrevende. Det kan vurderes om tilbydere skal oppgi all muntlig og skriftlig kommunikasjon de har hatt med konkurrenter i løpet av anbudsprosessen.
- **Ta kontakt med tilbydere du hadde forventet et anbud fra** og forhør deg om hvorfor dette ikke skjedde.
- **Bygg opp erfaring og kompetanse i egen organisasjon** mht. å avdekke kjennetegn på anbudssamarbeid.
- **Ta kontakt med Konkurransetilsynet** dersom du har spørsmål eller mistanker om at ”det foregår noe”! Ikke drøft dine mistanker med noen av de involverte foretakene. Oppbevar alt skriftlig materiale og kommunikasjon med de involverte foretakene.

Hvordan kan Konkurransetilsynet hjelpe deg?

Konkurransetilsynet kan hjelpe deg. Dersom du har mistanke om et anbudssamarbeid, har spørsmål i forbindelse med en anbudsprosess eller bare ønsker råd og informasjon: **Ta kontakt med oss!**

Våre kontaktpunkter finner du på www.konkurransetilsynet.no.

Bruk gjerne tipsskjemaet på hjemmesiden,
eller ring oss på vår **tipstelefon 55 59 75 55.**

Dersom du har mistanke om et anbudssamarbeid, vil vi være interessert i blant annet følgende spørsmål:

- Hvilke foretak er involvert?
- Hvilke varer og/eller tjenester gjelder det?
- Hva er det som får deg til å mistenke partene for ”urent trav”?
- Har du noen skriftlige dokumenter som bekrefter eller styrker mistankene?
- Kjenner du til andre som kan gi oss opplysninger?