



**FÖRVALTNINGSRÄTTEN  
I UPPSALA**

**DOM**  
2012-02-22  
Meddelad i  
Uppsala

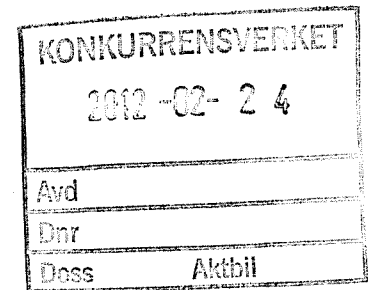
Mål nr  
5729-11 E  
Enhet 1

**SÖKANDE**

Hotellportalen AB, 556715-3977  
Strandvägen 57  
115 23 Stockholm

**MOTPART**

Norrtälje kommun, Kommunstyrelsen  
Box 800  
761 28 Norrtälje

**ÖVERPRÖVAD UPPHANDLING**

Norrtälje kommuns upphandling av turismverksamhet, ref.nr. 11/14

**SAKEN**

Överprövning enligt lagen (2007:1091) om offentlig upphandling, LOU

**DOMSLUT**

Förvaltningsrätten förordnar att Norrtälje kommuns upphandlingen av turismverksamhet, ref.nr 11/14, ska göras om.

## YRKANDEN M.M.

### **Bakgrund**

Norrälje kommun (kommunen) genomför en upphandling (förenklat förfarande) av turismverksamhet, ref nr 11/14. Två anbudsgivare lämnade anbud, Hotellportalen AB (bolaget) och Visit Roslagen AB (Visit). Kommunen har i tilldelningsbeslut den 2 november 2011 beslutat att anta anbud från Visit Roslagen.

### **Ansökan om överprövning**

Bolaget ansöker om överprövning och yrkar att upphandlingen ska göras om på den grunden att kommunen brutit mot likabehandlings- och transparensprincipen i 1 kap. 9 § LOU och att bolaget har lidit skada härav.

Kommunen bestrider bifall till överklagandet på den grunden att upphandlingen är transparent och inte strider mot kravet på likabehandling. Om förvaltningsrätten skulle finna att det förekommit fel i upphandlingen medger kommunen att denna görs om.

### **Bolagets utvecklande av grunderna för sin ansökan**

Bolaget har anfört i huvudsak följande till stöd för att upphandlingen strider mot principerna om likabehandling och transparens.

### *Utvärderingsmodellen i förfrågningsunderlaget*

Det anbud bolaget lämnat är det ekonomiskt mest fördelaktiga och innefattar unika lösningar som kommunen inte tagit hänsyn till. Av förfrågningsunderlagets avsnitt 2.12 framgår utvärderingen av anbuden. Där framgår bl.a. att utvärderingskriterierna 3.8-3.10 samt 3.12 bedöms var för sig på en skala där betyg 5 är högst och värt 100 poäng, betyg 4 är värt 80 poäng, betyg 3 är värt 60 poäng, betyg 2 är värt 40 poäng och betyg 1 är värt 20 poäng. Betygsättning sker enligt följande.

100 poäng = mycket hög nivå, långt över förväntan, ger stort mervärde, 80 poäng = hög nivå, över förväntan, ger mervärde, 60 poäng = godtagbar nivå, enligt förväntan, ger dock inget mervärde, 40 poäng = låg nivå, under förväntan, 20 poäng = kvalitetsbrister, ej acceptabel nivå, 0 poäng = inget svar eller där svaret är mycket bristfälligt eller ej är möjligt att utvärdera på grund av dålig beskrivning. Någon beskrivning av vad som t.ex. utgör ”mycket hög nivå” eller vad som är en så dålig beskrivning att den inte utvärderas, saknas i förfrågningsunderlaget. Utvärderingskriterierna är formulerade så att det är mycket svårt att mäta uppfyllelse av kraven på ett objektivt och förutsebart sätt. De baseras uteslutande på subjektiva bedömningar från kommunen.

Likabehandlings- och transparensprinciperna är grundläggande och framgår av 1 kap. 9 § LOU. Transparensprincipen innebär bl.a. att förfrågningsunderlag ska vara fullständigt och tydligt och ha objektivt mätbara kriterier utan utrymme för godtyckliga utvärderingar. I förevarande fall har det varit mycket svårt för bolaget att förstå exakt vilka egenskaper hos offererad tjänst som skulle premieras vid anbudsutvärderingen. Därtill lämnar poängskalan stort utrymme för godtyckliga bedömningar och det har varit i det närmaste omöjligt att förutse i vilket fall en viss beskrivning ska anses som ”hög” eller ”mycket hög” etc. Bolaget hänvisar till RÅ 2002 ref. 50 och ett antal kammarrättsdomar och gör gällande att det av den omfattande praxis som finns på området tydligt framgår att utvärderingskriterier som leder till godtyckliga bedömningar och fri prövningsrätt inte är tillåtna.

Vidare har kommunen, genom utvärderingsmodellens utformning, givits stort utrymme att kunna anta den leverantör kommunen velat ha. Av tilldelningsbeslutet framgår att Visit genomgående tilldelats näst högsta betyg och bolaget lägsta eller näst lägsta. Vad som ligger till grund för poängtilldelningen har bolaget inte förstått. Enligt likabehandlingsprincipen ska

kommunen behandla anbudsgivare lika och vara objektiv, vilket inte är fallet i upphandlingen. Av protokoll från kommunstyrelsens sammanträde den 12 september 2011 framgår att kommunen ska förärva aktier i Visit och att detta bolag ska sköta destinationsutvecklingen och turismservice samt driva Marknadsplats Roslagen med bl.a. bokningsbar webb. Visit ska även ta över kommunens löpande turismrelaterade verksamhet, t.ex. drift av turistbyrå. Det är uppenbart att kommunen haft skönsmässiga anledningar att anta anbudet från Visit, där kommunen är delägare, på subjektiva grunder vilka möjliggjorts genom den otydliga utvärderingsmodellen. Sammanfattningsvis anser bolaget att det är uppenbart att förfrågningsunderlaget inte uppfyller kriterierna om likabehandling och transparens och därmed har kommunen brutit mot 1 kap. 9 § LOU.

#### *Skall-kraven*

Därtill har kommunen använt skall-krav i upphandlingen som gynnar Visit på bekostnad av bolaget. Detta står också i strid med likabehandlingsprincipen i 1 kap. 9 § LOU.

I förfrågningsunderlaget 3.7 anges att vald leverantör skall på ett tydligt sätt använda Visit Roslagens AB:s grafiska profil på trycksaker och i lokal och skyltning. Den grafiska profilen måste således utgå från Visits befintliga profil, innebärande att andra leverantörer måste anpassa och justera i sitt utbud för att uppfylla kravet. Detta är kostnadsdrivande och övriga leverantörer måste ta höjd för kravet i prissättningen. Andra anbudsgivare är även beroende av att kunna samarbeta med Visit för att kunna lämna anbud.

Vidare anges i förfrågningsunderlaget 3.5 att vald leverantör skall använda Roslagen.se och att vald leverantör får inte använda egen bokningsbar webb. Roslagen.se drivs av Visit och bokningssystemet som måste användas är således Visits. Andra leverantörer hindras att använda egna eller

alternativa bokningssystem och innebär ett stort intäktsbortfall andra leverantörer än Visit. Bolaget har ett eget bokningssystem som bolaget kunnat erhålla intäkter ifrån vid bokningar, istället för att tvingas använda Visits bokningssystem där Visit dessutom tar ut en marginal på ca 10 % på alla boendebokningar. Eftersom bolaget hindras att använda sitt eget bokningssystem måste det i anbudspriset kompensera för de uteblivna intäkterna som kommit bolaget till del om bolaget fått använda eget bokningssystem. Däremot får Visit använda sitt eget bokningssystem vid utförande av uppdraget. Anbuderna lämnas på olika förutsättningar och villkor. Bolaget måste räkna med mindre intäkter till följd av bokningar jämfört med Visit och måste ta höjd för detta i anbudspriset vilket inte Visit behöver göra. Kravet står således i strid med likabehandlingsprincipen.

#### *Förbud att hänvisa till varumärke*

Skall-kravet står också i strid mot förbudet att hänvisa till visst varumärke, se 6 kap. 4 § LOU. Utan anledning har kommunen ställt ett obligatoriskt krav på att Visits marknadsplats ska användas. Kravet strider mot LOU och har lett till skada för bolaget som hellre erbjudit sin egen marknadsplats, vilket gynnat kommunen och besökarna i Roslagen som fått betala ett lägre pris. Kommunen har således ställt ett antal krav som står i strid med LOU och uppenbarligen gynnar Visit och missgynnar övriga leverantörer. Även på denna grund har kommunen brutit mot likabehandlingsprincipen i 1 kap. 9 § LOU.

#### *Skada för bolaget*

På flera punkter har det varit otydligt och oförutsebart hur anbudsutvärderingen skulle ske. Om utvärderingsmodellen varit utformad enligt principerna om likabehandling och transparens hade bolaget dels kunnat utforma sitt anbud på annat sätt och öka möjligheten att tilldelas kontrakt och dels hade kommunen varit förhindrad att på skönsmässiga grunder anta anbudet från Visit. Därtill har förutsättningarna för anbudet otillbörligt gynnat Visit

och därmed snedvridit konkurrensen. Om så inte skett hade bolaget kunnat lämna ett ännu lägre pris och därmed tilldelas kontrakt som ekonomiskt mest fördelaktiga anbud. Till följd av detta har bolaget lidit eller åtminstone riskerat att lida skada.

#### **Kommunen**

Kommunen har anfört i huvudsak följande.

#### *Bildandet av Visit*

Av förfrågningsunderlaget 1.2 framgår bl.a. att sedan januari 2009 finns ett avtal om strategiskt samarbete om turism i Roslagen mellan kommunerna Norrtälje, Östhammar, Österåker och Vaxholm. För närvarande driver kommunen själv turismverksamhet och avsikten med upphandlingen var att lägga ut verksamheten på extern utförare. Under de första åren av 2000-talet fanns ett informellt men omfattande samarbete mellan nämnda kommuner som alla drev t.ex. turistbyråer i egen regi. I marknadsföring uppträdde kommunerna gemensamt som "Roslagen" med egen webb, Roslagen.se, och egen grafisk profil inklusive logotyp. Samarbetet formaliserades 2008 genom samarbetsavtal med kommunen som "värdkommun". Östhammar kommun valde att initiera bolaget Östhammar AB som skulle fullfölja Östhammar kommuns åtagande enligt avtalet. Bolagets majoritet ägdes av privata ägare och Östhammars kommun ägde ca 30 %. Östhammar kommun genomförde en upphandling där det nybildade bolaget var enda anbudsgivare. Bolaget påbörjade turismverksamheten i Östhammar kommun. Samarbetet kring Roslagen, inklusive marknadsföring, webb och grafisk profil fortsatte dock mellan kommunerna. Även Vaxholms kommun försökte att genomföra upphandling men fick inga lämpliga anbud. Kommunen genomförde 2010 en upphandling som fick avbrytas då endast undermåliga anbud lämnades. Även flera andra kommuner har samma erfarenhet av att upphandla turismverksamhet, dvs. att det saknas aktörer med rätt kompetens och kapacitet. Med Visit Östhammar som modell val-

de kommunen att tillsammans med Österåker kommun initiera ett gemensamt destinationsbolag för hela Roslagen. Tanken var att skapa en organisation som skulle klara de uppdrag som marknaden hade misslyckats med. Genom ombildning, namnbyte och nyemission i Visit Östhammar AB skapades Visit Roslagen AB. Det nya bolaget har 166 aktieägare varav tre är nu diskuterade kommuner som tillsammans äger ca 30 %. Kommunen har inte på något sätt kontroll över Visit. Avsikten med bolaget var att skapa en aktör med stor erfarenhet och som kunde lämna ett konkurrenskraftigt anbud i en upphandling. Mot denna bakgrund ska kommunstyrelsens sammanträdesprotokoll den 12 september 2011 om det tioprocentiga aktieförvärvet läsas och förstås. Vid tidpunkten för ombildningen ägdes Visit Östhammar AB av privata intressenter och Östhammars kommun. Syftet som antecknas i protokollet är således inte Norrtälje kommuns syfte utan syftet med ombildandet. Det antecknas inte, vilket bolaget antyder, att uppdraget att utföra kommunens turismverksamhet skulle lämnas till Visit utan föregående upphandling. Tvärtom framgår av tjänsteutlåtande den 24 maj 2011 att kommunen avser att genomföra en upphandling och att Visit kommer att kunna lämna ett konkurrenskraftigt anbud.

*Utvärderingskriterierna i förfrågningsunderlaget är tillräckligt tydliga*

I upphandlingen förekommer tydliga inslag av s.k. ”funktionsupphandling” som innebär att anbudsgivarna får föreslå lösningar som kan erbjudas beställaren. Förslagen kan ofta bidra med något ytterligare/ge ett mervärde för upphandlande myndighet. Inslaget av funktionsupphandling kan utläsas i förfrågningsunderlaget bl.a. i 1.2 och 3.8-10. Anbudsgivarna fick presentera olika idéer och lösningar för hur de olika delarna i tjänsten skulle kunna förbättras ytterligare, utöver de obligatoriska kraven som uppställs. Förslagen utvärderades av kommunen i enlighet med förfrågningsunderlaget. Skälet till att genomföra upphandlingen med inslag av funktionsupphandling är att kommunen inte hade någon uppfattning om vilka lösningar anbudsgivarna kunde erbjuda för att förbättra de olika delarna av tjänsten. En

utvärderingskriterier. Även om förvaltningsrätten skulle anse att det förekommit subjektiva bedömningar i utvärderingen och det inte varit möjligt att förutse utfallet på förhand, har anbudsgivarna fått tillräcklig grad av insyn i hur olika lösningar och förslag skulle utvärderas. Utformningen av utvärderingskriterierna är således inte otydliga på ett sätt som strider mot LOU. Kommunen ifrågasätter att bolaget verkligen anser utvärderingskriterierna så otydliga, mot bakgrund av att bolaget inte ställde någon fråga om utvärderingskriterierna under frågetiden. Enligt Förvaltningsrätten i Uppsala (mål nr 3617-10) bör en anbudsgivare som anser att förfrågningsunderlaget är oklart begära besked inom den stipulerade tiden för frågor. Kommunen tolkar detta som att domstolen anser att då frågor inte ställts är det inte rimligt att anbudsgivaren verkligen ansett att något varit oklart i upphandlingsunderlaget.

#### *Skall-kraven*

I kravspecifikationen 3.5 uppställs krav på att leverantören ska använda webbplatsen Roslagen.se för bokningar. I 3.7 anges att anbudsgivarna på ett tydligt sätt ska använda Visits grafiska profil på skyltningar och i lokal skyltning. Bakgrunden till kraven är följande. I den nationella strategin för Sveriges besöksnäring antecknas att det måste finnas starka destinationer. Kommunens engagemang i besöksnäringen har därför varit en del av bl.a. det näringslivsfrämjande arbetet. Avsevärda resurser har investerats i en gemensam webb för hela destinationen Roslagen, dvs. inte bara för och av kommunen. Likaså har samarbetande kommuner investerat i den grafiska profilen. Detta är värden som kommunen vill att utvald leverantör ska ta tillvara, använda och utnyttja. Syftet med upphandlingen, att skapa en starkare gemensam destination och utveckla besöksnäringen, skulle undermineras om anbudsgivare tilläts använda annan webb och/eller grafisk profil. Det medges att det inte var optimalt att låta kravet i 3.7 referera till Vists grafiska profil, i synnerhet då det inte var nödvändigt eftersom det som avses är att leverantören ska använda den gemensamma grafiska profilen



som används av kommunerna i Roslagen, vilket istället hade kunnat anges i 3.7. Bristen är dock inte så betydande att kravet strider mot de grundläggande principerna i LOU. Av RÅ 2002 ref. 50 framgår att de skiftande förhållanden som förekommer i det ekonomiska livet gör att även förfrågningsunderlag och utvärderingsmodeller som inte är optimalt utformade får godtas under förutsättning att de principer som bär upp lagen och gemenskapsrätten inte träds för när. Vidare har upphandlande myndighet stor frihet att formulera och ställa krav som den önskar, så länge kraven inte strider mot de grundläggande principerna. Även detta uttrycks i RÅ 2002 ref. 50. Vidare följer av RÅ 2010 ref. 78 att upphandlande myndighet när den bestämmer föremålet för upphandlingen har stor frihet att utforma de krav som den vill ställa på upphandlingsföremålet. Kraven måste dock vara kopplade till föremålet för upphandlingen, dvs. avse och påverka just den produkt som upphandlas. Kraven som ställs får inte heller strida mot principerna om icke-diskriminering och fri rörlighet för varor och tjänster och måste också i övrigt vara förenliga med unionsrätten. Föremålet för upphandlingen är inte konkret utan tämligen luddig. I turismverksamhetens natur ligger att tjänsten är svår att beskriva med så mycket bättre precision är vad som gjorts i förfrågningsunderlaget 2.12 och 3.8-10. Kraven är tydligt kopplade till föremålet för upphandlingen och strider inte mot de grundläggande principerna. Den något olyckliga formuleringen av kravet i 3.7 innebär inte att upphandlingen strider mot de grundläggande principerna i LOU. Kravet att vinnande anbudsgivare ska använda en viss grafisk profil eller webbplats vid utförande av tjänsten utgör inte en olika behandling av anbudsgivarna även om det kan innebära att deras priser för tjänsterna blir olika.

*Förbud att hänvisa till varumärke*

Bolaget gör även gällande att referensen till Roslagen.se strider mot förbudet i LOU att hänvisa till ett varumärke i en kravspecifikation. Kommunen bestrider att kravet på att vinnande anbudsgivare ska använda denna webb-

plats för bokningar utgör en hänvisning till ett varumärke. Att referera till en webb-plats är att jämföra med att krav på att vinnande anbudsgivare ska samarbeta med befintlig leverantör avseende vissa tjänster. Att ställa sådant krav är tillåtet enligt LOU, förutsatt att det är proportionerligt. Hänvisningen innebär inte att någon anbudsgivare gynnas eller missgynnas. Den som vinner upphandlingen får full och kostnadsfri tillgång till att använda webbplatsen för bokningar, oavsett vilken denne anbudsgivare är. Det är olyckligt att bolaget inte framfört synpunkter på kraven under den tid då frågor kunde ställas. Om så skett hade missförstånden kunnat redas ut.

*Anbudsgivarna har behandlats lika i upphandlingen*

Att bolaget och Visit fått olika poäng vid utvärderingen beror inte på olika behandling eller positiv särbehandling av Visit vilket framgår av utvärderingsrapporten. De olika betygen beror på att kommunen bedömt de erbjudanden anbudsgivarna lämnat och de mervärden som dessa bedöms ge kommunen, som olika. Erbjudandena och de förslag som lämnats är så olika att det inte vore förenligt med likabehandlingsprincipen att tilldela båda anbuderna samma betyg. Det är naturligt att Visit kan erbjuda tjänster och föreslå idéer som bedöms ge ett stort mervärde för kommunen eftersom Visit har erfarenhet av turismverksamhet i Roslagen genom att vara leverantör av turismtjänster åt Östhammar kommun. Kommunen bestrider att ovidkommande hänsyn tagits i upphandlingen och att denna skulle vara uppgjort i förväg. Inte heller har kommunen särbehandlat Visits anbud i utvärderingen. Kommunen har således inte agerat i strid mot LOU.

**DOMSKÄL**

**Tillämpliga bestämmelser**

I 1 kap. 9 § LOU anges att upphandlande myndigheter ska behandla leverantörer på ett likvärdigt och icke-diskriminerande sätt samt genomföra upphandlingen på ett öppet sätt. Vid upphandlingar ska vidare principerna om ömsesidigt erkännande och proportionalitet iakttas.

6 kap. 4 § första stycket LOU anger att de tekniska specifikationerna inte får innehålla uppgifter om ursprung, tillverkning eller särskilt framställningssätt eller hänvisningar till varumärke, patent, typ, ursprung eller tillverkning, om detta leder till att vissa företag gynnas eller missgynnas.

Vidare anges i lagrummets andra stycke att sådana uppgifter och hänvisningar får dock förekomma i specifikationerna, om det annars inte är möjligt att beskriva föremålet för upphandlingen tillräckligt preciserat och begripligt. En sådan uppgift eller hänvisning skall följas av orden "eller likvärdigt".

16 kap. LOU har ändrats den 1 november 2011. Av övergångsbestämmelserna framgår dock att för upphandlingar som påbörjats dessförinnan ska tidigare lydelse tillämpas. Eftersom upphandlingen är påbörjad innan detta datum ska således tidigare lydelse tillämpas i målet.

I 16 kap. 1 § första stycket LOU, i tillämplig lydelse, anges att en leverantör som anser sig ha lidit eller kunna komma att lida skada får i en framställning till allmänförvaltningsdomstol ansöka om åtgärd enligt 5 eller 15 § (ansökan om överprövning).

Av 16 kap. 5 § LOU, i tillämplig lydelse, framgår att om den upphandlande myndigheten har brutit mot de grundläggande principerna i 1 kap. 9 § eller någon annan bestämmelse i denna lag och detta har medfört att leverantören har lidit eller kan komma att lida skada, ska rätten besluta att upphandlingen ska göras om eller att den får avslutas först sedan rättelse har gjorts.

## Handlingarna i målet

I förfrågningsunderlaget anges i relevanta delar bl.a. följande.

### 1.2 Beskrivning av uppdraget

Uppdraget innebär att utveckla turismverksamheten, inom de ramar som avtalet med de andra Roslagskommunerna ger, så att

- \* Norrtälje kommuns attraktionskraft på besökare ökar
- \* Omsättningen i besöksnäringen i kommunen ökar
- \* Samverkan med och mellan företagen i näringen i kommunen underlättas
- \* Roslagen utvecklas till ett av Sveriges fem mest attraktiva besöksmål

### 2.12 Bedömning av anbud: utvärderingsfasen

Inom anbudet har olika delar egen viktning. Kvalificerade anbud kommer att bedömas utifrån de ekonomiskt mest fördelaktiga med hänsyn tagen till följande kriterier:

- 3.8 Turistservice/turistbyråverksamhet
- 3.9 Marknadsföring
- 3.10 Destinationsutveckling
- 3.12 Personal
- 3.18 Pris

Utvärderingskriterierna 3.8-3.10 samt 3.12 bedöms var för sig på en skala där betyg 5 är högst och värt 100 poäng, betyg 4 är värt 80 poäng, betyg 3 är värt 60 poäng, betyg 2 är värt 40 poäng och betyg 1 är värt 20 poäng. Betygsättning sker enligt följande:

100 poäng = mycket hög nivå, långt över förväntan, ger stort mervärde  
80 poäng = hög nivå, över förväntan, ger mervärde  
60 poäng = godtagbar nivå, enligt förväntan, ger dock inget mervärde  
40 poäng = låg nivå, under förväntan  
20 poäng = kvalitetsbrister, ej acceptabel nivå  
0 poäng = inget svar eller där svaret är mycket bristfälligt eller ej är möjligt att utvärdera på grund av dålig beskrivning.

### 3.5 Webb Roslagen AB

Vald leverantör skall använda Roslagen.se, vald leverantör får inte använda egen bokningsbar webb.

### 3.7 Grafisk profil

Vald leverantör skall på ett tydligt sätt använda Visit Roslagen AB:s grafiska profil på trycksaker och i lokal och i skyltning.

### 3.8 Uppdragsbeskrivning – Turistservice/Turistbyråverksamhet

Vald leverantör skall minst uppfylla nedanstående:

#### *Norrtälje turistbyrå*

- \* Åretruntöppen Sverigeauktorerad turistbyrå enligt FörTurs auktorisationsvillkor (bifogas förfrågningsunderlaget)
- \* Öppen sex dagar i veckan sept-maj, 40 tim/vecka
- \* Öppen sju dagar i veckan juni-aug 56 tim/vecka, säsongsanställd sommarpersonal
- \* Turistinformation till besökare året runt över disk, per telefon, post, e-post och via hemsida [www.roslagen.se](http://www.roslagen.se)
- \* Försäljning av evenemangsbiljetter efter ö.k. med respektive arrangör
- \* I samverkan med andra, t.ex. Sensus, förmedla guider
- \* För gruppresor, ge turförslag till utflyktsmål, sevärdheter och boende samt förtäring
- \* Ta emot studiebesök från skolklasser och andra grupper
- \* Ta emot praktikanter från eftergymnasial turismutbildningar
- \* Förse ”Informations-punkter” – anläggningar, hotell, campingplatser, bensinstationer, butiker m.fl. med broschyrmaterial och information
- \* Förse turistbyråshopen med broschyrmaterial och information
- \* Insamling och hantering av synpunkter och reklamationer av verksamheten

Uppfylls ovanstående krav? (Ja/Nej svar)

Kan anbudsgivaren erbjuda något ytterligare som bidrar till att öka/förbättra turistservice/turistbyråverksamhet i Norrtälje kommun? (Fritextsvar)

### 3.9 Uppdragsbeskrivning – Marknadsföring

Vald leverantör skall minst uppfylla nedanstående:

- \* Medverka i produktion av Roslagsgemensamma trycksaker, planering, research, faktakoll och korrektur
- \* Medverka i Roslagsgemensamt deltagande vid mässor t.ex. TUR, Allt för Sjön/Vildmarksmässan, Skärgårdsmässan, andra lokala och regionala marknadsföringsaktiviteter genom planering, bemaning och uppföljning
- \* Medverka i Roslagsgemensam hemsida [www.roslagen.se](http://www.roslagen.se), genom uppdatering, research, kvalitetskontroll och uppföljning
- \* Samla in, hantera och hålla uppdaterad evenemangsinformation för databas och evenemangsbilagan Roslagsevenemang
- \* Profilannonsering och annan annonsering i t.ex. telefonkataloger
- \* Inspirera och stötta lokala evenemangsarrangörer
- \* Ansvara för kontakterna med kommunen och Sarasso angående innehåll och uppdatering av informationstavlor för besökare runt om i kommunens tätorter.

Uppfylls ovanstående krav (Ja/Nej svar)

Kan anbudsgivaren erbjuda något ytterligare som bidrar till att öka/förbättra marknadsföringen?  
(Fritextsvar)

**3.10 Uppdragsbeskrivning – Destinationsutveckling/analys**

Vald leverantör skall minst uppfylla nedanstående:

- \* Insamling och sammanställning av besöksstatistik och gästnattsstatistik, inkl. svara för fältarbetet för årlig TEM-undersökning
- \* Planera, arrangera och medverka i informationsmöten med näringen, lokala och regionala nätverksträffar, marknadsgrupp för Roslagen, Norrtälje Köpmannaförening, Norrtälje turistråd, Stockholm visitors Board m.fl.
- \* Medverka i projekt som utvecklar den lokala besöksnäringen t.ex. Roslagsleden, cykelgrupp Norrtälje – Östhammar m.fl.
- \* Arrangera utbildning av Roslagsambassadörer enligt vedertaget koncept
- \* Samverkansuppdrag

Uppfylls ovanstående krav (Ja/Nej svar)

Kan anbudsgivaren erbjuda något ytterligare som bidrar till att förbättra destinationsutvecklingen?  
(Fritextsvar)

I tjänsteutlåtande, daterat den 24 maj 2011 anges bl.a. som förslag till beslut att kommunstyrelsen föreslår fullmäktige besluta att kommunen ska förvärva högst 1 000 aktier i Visit för ett pris på totalt högst 100 000 kr. Vidare anges bl.a. följande. Bolagets syfte är att sköta destinationsutveckling och turistservice samt driva en Marknadsplats Roslagen med bl.a. bokningsbar webb. Bolaget ska ta över kommunens löpande turismrelaterade verksamhet som till exempel drift av turistbyrå. Under rubrik ”Ekonomi och personal” anges bl.a. följande. Norrtälje kommuns stöd till besöksnäringen kommer i fortsättningen att ske genom koncession eller upphandling. Den processen kommer att ske i särskild ordning under hösten 2011 och bygger på antagandet att det nybildade bolaget ska komma att lämna det mest konkurrenskraftiga anbudet.

I beslut den 12 september 2011, KS § 176 Dnr KS 10-1769 107, har kommunstyrelsen bl.a. föreslagit kommunfullmäktige att kommunen ska förvärva högst 1 000 aktier á 100 kr/st i Visit för ett pris på totalt högst 100 000 kr. Vidare anges bl.a. följande. Nuvarande Visit Östhammar AB ägs av Östhammars kommun och privata intressenter och är under ombildning till Visit Roslagen AB. Syftet är att bilda ett destinationsbolag som ska sköta destinationsutveckling och turistservice i hela Roslagen samt

