

# SWEDISH CONTENT AGENCIES

## Punkter att tydliggöra vid upprättande av samarbetsavtal/ramavtal

Följande checklista är tänkt som ett hjälpmedel vid upprättande av samarbetsavtal. Beroende på uppdragets art och uppdragsgivare väljer du, och omformulerar, de punkter som känns relevanta för det tänkta samarbetet. Checklistan är kompletterad med "bra att tänka på"-punkter som en extra vägledning. Tänk på att avtalet kommer att vara som viktigast den dagen du och din kund inte är av samma åsikt i någon fråga, så tänk noga igenom vilka de kritiska momenten kan vara för just det samarbete du står i begrepp att avtala.

### Kontaktpersoner

- Ange vilka personer hos kund och byrå som är nyckelpersoner i avtalsfrågor.
- Ange vilka personer hos kund och byrå som är ansvariga i det löpande projektarbetet.

*Vid flera uppdrag för samma kund kan denna punkt med fördel läggas i en bilaga/underavtal.*

### Definiera uppdraget

- Definiera vad som skall göras.
- Ange hur ofta det skall utföras.
- Definiera vad briefen ska innehålla för att kunna utföra uppdraget
- Tydliggör vad leveransen omfattar.

*Hela denna punkt kan läggas i en bilaga/underavtal för att lättare kunna justeras utan att behöva skriva om ramavtalet.*

*Upprätta en briefmodell tillsammans med kunden, viktiga punkter är till exempel:*

- Ekonomiska ramar samt tidsramar.
- Budskap.
- Till vem.
- Förväntad effekt.

*Exempel på vad som kan ingå:*

- Content – tone of voice.
- Tryckt media – format, omfång, pappersval, upplaga.
- Distributionslösningar.
- Digitala lösningar – vilka plattformar.
- Sociala medier – vilka kanaler.
- Uppdateringar och/eller support av digitala lösningar.

### Exklusivitet

- Ange vilket mått av exklusivitet som

*Till exempel:*

- Byrån – inte arbeta med företag som konkurrerar med uppdragsgivaren.

ska gälla för samarbetet.

- Uppdragsgivaren – inte anlita annan byrå för samma eller liknande uppdrag.

### **Sekretess**

- Ange vilket mått av sekretess som ska gälla för samarbetet.

*Till exempel:*

- Byrån – behandla kunskap om uppdragsgivarens verksamhet konfidentiellt såväl under som efter uppdraget.
- Uppdragsgivaren – motsvarande gällande kunskap om andra av byråns kunder som man eventuellt ha fått del av under uppdragets gång.

### **Ansvar**

- Lagar, etiska regler – Byrån ansvarar för att bilder och texter inte strider mot gällande lagar. Om uppdragsgivaren tillhanda-håller material ansvarar denne för att materialet följer gällande lagar.
- Har produktionen behov av en ansvarig utgivare?

*Tänk på att de flesta kundmagasin går under marknadsföringslagen och inte tryckfrihets-förordningen eftersom det är trycksakens syfte som är avgörande. Var särskilt uppmärksam på lagen om namn och bild i reklam.*

*Gäller för periodiskt utkommande publikationer.*

### **Underleverantörer – förfoganderätt**

- Byrån ansvarar för att underleverantörer efterger förfogande-rätten till det material/bilder de producerar/säljer för uppdraget.
- Om uppdragsgivaren tillhanda-håller material ansvarar denne för motsvarande.

### **Korrektur**

- Tydliggör hur många korrektur som ingår i avtalat pris och hur eventuellt tillkommande korrektur hanteras.
- Tydliggör att det åligger uppdragsgivaren att slutgodkänna original före tryck eller annan färdigställning.
- Ange vem hos kunden som har mandat att slutgodkänna.

*Hela denna punkt kan läggas i en bilaga/underavtal för att lättare kunna justeras utan att behöva skriva om ramavtalet.*

*Genom denna punkt ansvarar uppdragsgivaren för felaktigheter i stavning, faktiskt innehåll och annat som kunden borde ha upptäckt.*

### **Äganderätt - utökad användning**

- Ange vilken typ av original kunden äger (filformat).  
Avser inte upphovsrätten.
- Ange hur vidarepublicering i andra kanaler hanteras vad gäller förfoganderätt och bildrätt.

### **Arkivering**

- Ange hur länge byrån är skyldig att

arkivera fullgjorda uppdrag.

### **Ekonomi**

- Ange vilken prismodell som skall användas.
- Ange hur projektet skall faktureras.
- Ange vad som inte ingår i avtalat pris.

### **Reklamationer**

- Ange hur lång tid i efterhand reklamationer kan göras.
- Ange hur eventuell ersättning vid reklamation skall beräknas.

*Reklamationer skall göras inom skälig tid. Rimlig tid kan till exempel vara inom en vecka efter leverans.*

*Till exempel:*

- *Begränsa eventuell ersättning till faktisk kostnad för felaktigt/bristfälligt material. Ej för uppdragsgivarens indirekta förluster såsom produktionsbortfall, utebliven vinst eller liknande.*
- *Ange ett maxbelopp för skadestånd.*

### **Tvist**

- Ange vid vilken instans eventuell tvist skall lösas.

### **Uppsägning**

- Ange hur uppsägning skall göras.
- Ange hur lång uppsägningstiden är och vad som händer om avtalet inte sägs upp i tid.

*Stockholm januari 2014*