

SAMARBEIDSAVTALE 2012

mellom Scandinavian Mobile Technology AS og IDÉ House of Brands
(Norge, Sverige, Danmark og Finland)

1.0 GENERELT

- 1.1 Denne avtale innebærer at Scandinavian Mobile Technology AS (heretter kalt selger) plikter å levere tjenester etter de vilkår som er fastsatt i avtalen, og at IDÉ House of Brands (heretter kalt kjøper) plikter å dekke sitt behov for den tjeneste avtalen omfatter ved kjøp fra selger.
- 1.2 Formålet med avtalen er at selger og kjøper skal samarbeide for at KeyReturn skal bli attraktiv tjeneste i de land kjøper er etablert.
- 1.3 Selger forplikter seg til ikke å inngå tilsvarende avtale med andre firmaer som leverer profilerings- og gaveartikler i Skandinavia. Denne forpliktelse gjelder så lenge avtalte salgsmål nås som angitt i vedlegg 3.
- 1.4 Selger kan ikke tilby KeyReturn tjenester og produkter til bedrifter som er kunder av kjøper.
- 1.5 Kunder av selger, som har kontrakt med annen leverandør av gave- og profilartikler, kan kjøpe KeyReturn koder av selger for bruk på egne artikler.

2.0 VARIGHET

- 2.1 Denne avtale ble inngått i 2012 og løper videre med mindre den er skriftlig oppsagt av en av partene innen 1. november året forut for det angjeldende kalenderåret.
- 2.2 Denne avtale ble inngått i 2012 og løper videre med mindre den er skriftlig oppsagt av en av partene innen 1. november året forut for det angjeldende kalenderåret..

3.0 SELGERS BIDRAG/FORESPØRSEL/BESTILLING/LEVERING

- 3.1 Selger skal levere tjenesten KeyReturn med kodeserier til kjøper som aktiviserer tjenesten KeyReturn. Selger skal videre gi kjøper nødvendig informasjon og dokumentasjon om KeyReturn. Presentasjoner, salgsargumenter og erfaringer skal stilles til rådighet om ønskelig. Selger skal også informere om teknologi, administrasjonsfunksjoner og utviklingsmuligheter når det er nødvendig. Selger skal gi support og svare på kundespørsmål som kjøper viderefremidler til selger. Selger skal også samarbeide med kjøpers selgere og bistå kjøper i større prosjekter mot potensielle kunder etter avtale.
- 3.2 Alle forespørsler skal forsøkes besvart samme dag, senest innen 24 timer. Dersom forespørselen vil kreve lenger tid, skal det underrettes om dette.



- 3.3 Avtalen innebærer en ordning der kjøper utsteder enkeltbestillinger skriftlig på konsernets eget, godkjente bestillingsskjema, påført gyldig referanse.
- 3.4 Bestillinger finner sted suksessivt etter behov fra avdelinger/virksomheter som angitt under pkt 3.3. Alle ordrer registreres av selger, og bekreftes tilbake til kjøper med en ordrebekreftelse påført kjøpers referanse.
- 3.5 Levering har funnet sted når varene er levert i samsvar med denne avtale. Leveransen er kjøpers eiendom når faktura er betalt.
- 3.6 Kjøper skal prioriteres som leverandør av artikler til selger så lenge det ikke er vesentlige forskjeller i tilbud.

4.0 KJØPERS BIDRAG

- 4.1 Kjøper skal markedsføre, tilby og levere kunder profileringsartikler som har KeyReturn koder og informasjon. Kjøper skal tilby selger konkurransedyktige profileringsprodukter som selger ønsker å selge til egne KeyReturn kunder. Hvis ønsket artikkel ikke kan skaffes, leveres i tide, kvaliteten ikke er tilfredsstillende eller prisen ikke er konkurransedyktig, kan selger kjøpe KeyReturn artikler fra andre leverandører.

6.0 ØKONOMI

- 6.1 Partene er enige om å dele bidrag fra salg til kjøpers kunder med 60 % til kjøper og 40 % til selger. Fordelingen forutsetter at produksjonskostnader, salgskostnader, bestillinger med mer, dekkes av kjøper. Før deling av bidraget skal selger ha dekket sin kostnad med kr 5,- per enhet. Partene skal være enige om priser og produktpakker før tilbud sendes til kunder.

7.0 FAKTURERING/BETALINGSVILKÅR

- 7.1 Betalingsbetingelser: netto pr. 45 dager. Alle bestillinger skal faktureres kjøpers hovedkontorer i de respektive land, hvis ikke annet er avtalt spesielt.

8.0 MARKEDSSTØTTE/BONUS

- 8.1 Kjøper holder kostnader for drift og vedlikehold av sitt showroom generelt.
- 8.2 Ved avtalt messedeltagelse skal kjøper alltid stå for kostnader rundt messe-gaver, nyheter etc.

9.0 OPPLÆRING

- 9.1 Selger er ansvarlig for nødvendig produktopplæring av kjøpers salgsteam på alle kjøpers kontorer. Kjøper er ansvarlig for å legge opplæringen til felles samlinger. Hvis reise og oppholdskostnader blir vesentlige skal det avtales hvordan kostnader skal dekkes i hvert enkelt tilfelle.



10.0 FORSINKELSE/FORCE MAJEURE

- 10.1 Dersom avtalens gjennomføring helt eller delvis hindres, eller i vesentlig grad vanskeliggjøres av forhold som ligger utenfor partenes kontroll, suspenderes partenes plikter i den utstrekning forholdet er relevant, og for så lang tid som forholdet varer. Slike forhold inkluderer, men er ikke begrenset til streik, lockout, og ethvert forhold som etter norsk rett vil bli bedømt som force majeure. Hver av partene kan imidlertid si opp avtalen med 1 - èn - måneds varsel dersom force majeure tilfellet varer utover 60 dager, og eller gjør det særlig byrdefullt for vedkommende å opprettholde avtalen

11.0 ANSVAR FOR FEIL OG MANGLER - GARANTI

- 11.1 Kjøpsloven gjelder ikke for produkter som kjøper handler av selger, med mindre noe annet fremgår av avtalen her eller avtales i forbindelse med det enkelte kjøp.
- 11.2 Ved mangler som selger svarer for, kan selger velge å besørge mangelen rettet eller å levere ny vare.
- 11.3 Mangler og anmerkninger på leveranser skal rettes til selger senest 14 dager etter mottakelsen av varen.

12.0 MILJØKRAV

- 12.1 Selger følger kjøpers krav til miljø. Eget "Skjema for leverandørvurdering" vedlegges ferdig utfylt til denne avtale. Se vedlegg 1.

13.0 CODE OF CONDUCT

- 13.1 "Code of Conduct" er en avtale IDÉ House of Brands leverandører binder seg til å følge, og som bl.a. pålegger leverandøren å følge lovkrav, samt gi IDÉ House of Brands full tilgang til fabrikker og data for kontroller. "Code of Conduct" inneholder punkter som gjelder ikke-diskriminering, forbud mot barnearbeid, lønnsforhold og arbeidstider, arbeidsforhold og frihet til å organisere seg faglig. Se vedlegg 2.

14.0 MISLIGHOLD AV AVTALEN

- 14.1 Vesentlig mislighold av avtalen gir partene rett til å heve denne.
- 14.2 Det regnes som mislighold at kjøper gjentatte ganger oversitter betalingsfrister. Det samme gjelder partenes manglende godkjenning av dokumenterte krav om prisendring iht. pkt. 7.1
- 14.3 Det forutsettes at kjøper skaffer alt innen selgers merkevare til det nordiske markedet fra selger.



15.0 TVISTER

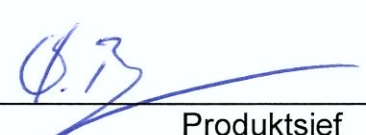
15.1 Partene er enige om å løse tvister gjennom voldgiftsdom. Hver av partene velger en dommer som i fellesskap velger en rettens formann. Voldgiftsdommen kan ikke ankes.

16.0 AVTALEEKSEMPLARER

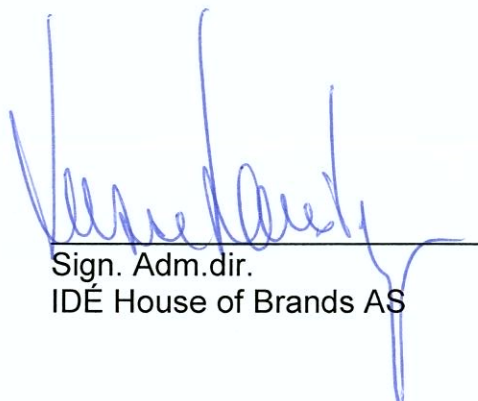
16.1 Denne avtale er underskrevet i 2 eksemplarer hvorav partene beholder hvert sitt eksemplar.

24 / 1 / 2012

Ansvrlig KeyReturn
Scandinavian Mobile Technology AS

24 / 1 / 2012
Drøbak, / / 2012

Produktsjef
IDÉ House of Brands AS


Sign. Adm dir.
Scandinavian Mobile Technology AS


Sign. Adm.dir.
IDÉ House of Brands AS

Vedlegg 1



Skjema for leverandørvurdering

Kontaktinformasjon			
	1. kontakt	2. kontakt	3. kontakt
Leverandørnavn			
Kontaktperson			
E-postadresse			
Mobiltelefon			
Kontortelefon			
Miljøkartlegging		Ja/Nei	Kommentarer
1	Har virksomheten innført kvalitetssystemet ISO 9001, eller annet tilsvarende kvalitetssertifikat? (Ved Ja, legg med dokumentasjon)		
2	Har virksomheten innført miljøledelse etter ISO 14001/Miljøfyrtårn, eller annet tilsvarende kvalitetssertifikat? (Ved Ja, legg med dokumentasjon. Ved Nei besvar spørsmål 3-8)		
3	Har virksomheten et system for kildesortering og oversikt over årlige produserte avfallsmengder?		
4	Gjør virksomheten noen konkrete tiltak for å redusere sine miljøbelastninger gjennom redusert transportbelastning, miljøvennlig emballasje/fyll, enøk-arbeide, avfallsreduksjon, klimautslipp etc.? (Beskriv tiltak)		
5	Har virksomheten en oversikt over hvilke miljømerkeordninger dere benytter på varer og tjenester?		
6	Følger HMS-datablad med varene?		
7	Vurderer virksomheten å bli miljøsertifisert?		
8	Vurderer virksomheten å miljømerke sine varer og tjenester?		

Vedlegg 2

Sign. initialer:

Code of Conduct

IDÉ House of Brands er en av Nordens ledende totalleverandører innen profileringsartikler.

Vi leverer profileringsartikler på tvers av landegrensene i hele Norden og verden for øvrig, og har pr. i dag 7 kontorer i Norge, 3 i Sverige, 2 i Danmark og 1 i Finland.

Gjennom et globalt nettverk er IDÉ House of Brands representert stort sett over hele verden.

IDÉ House of Brands ble i januar 2008 ISO-sertifisert innen både 9001 og 14001. Vi har i den forbindelse satt oss strenge mål i forhold til sykefravær, kvalitet og miljø. Dette krever at vi aktivt igangsetter tiltak for å nå satte mål.

KRAV TIL LEVERANDØRENE

Vi anser det som svært viktig overfor våre kunder og leverandører å vise at man respekterer de ulike lands lovlige krav, samt internasjonale organisasjoners syn på grunnleggende rettigheter. For IDÉ House of Brands er det viktig å ta ansvar for vår virksomhet både i Europa og i verden for øvrig. Vi synliggjør vårt etiske og moralske standpunkt, noe vi er overbeviste om at styrker oss som en totalleverandør til det nordiske profilmarkedet og gir oss en langsiktig og varig lønnsomhet.

Våre leverandører kategoriseres som A-, B- og C-leverandører. Alle A- og B-leverandører, samt flest mulig av våre C-leverandører, skal oppfylle våre krav til de etiske retningslinjer og miljø, og må dokumentere dette spesielt.

Vi er bevisst på de ulike arbeidsforhold som eksisterer rundt om i verden, og vårt krav til dokumentasjon fra våre leverandører viser de basiskrav alle fabrikker må oppfylle for å kunne gjøre forretninger med IDÉ House of Brands. "Code of Conduct" er en avtale IDÉ House of Brands leverandører binder seg til å følge, og som bl.a. pålegger leverandøren å følge lovkrav, samt gi IDÉ House of Brands full tilgang til fabrikker og data for kontroller. "Code of Conduct" inneholder punkter som gjelder ikke-diskriminering, forbud mot barnearbeid, lønnsforhold og arbeidstider, arbeidsforhold og frihet til å organisere seg faglig.

MILJØ

Produksjon og transport har stor påvirkning på miljøet.

Vi forsøker i størst mulig grad og samsende varer fra våre leverandører, slik at containere og biler er mest mulig fylt opp før levering til oss. I tillegg forsøker vi å få våre kunder til å planlegge bedre, for på den måten å unngå og bruke fly pga. kort leveringstid.

IDÉ House of Brands har ingen egenproduksjon, med unntak av eget tampotrykkeri. Vi etterstreber et nært samarbeid med våre leverandører hva gjelder miljøhensyn. Vi krever at leverandørene skal følge de kjemikalierestriksjoner som er gitt, dette gjelder selvfølgelig også vårt eget interne trykkeri. Leverandørene skal videre tilse at deres underleverandører anstrender seg for å minske forbruket av uberørt råmateriale, utslipp av "ikke-naturlige" materiale, avfall, luftutslipp, energiforbruk og forbruk av ferskvann.

Ved produksjon av f.eks. keramiske krus, leveres sertifikater som viser at mengden kjemikalier ikke overstiger det vårt regelverk tilsier at det skal. Dette iht. til de krav Næringsmiddeltilsynet har satt.

IDÉ House of Brands har et system for kildesortering. Vi har en egen returordning av elektriske artikler gjennom vårt medlemskap i EI-Retur. I tillegg er vi medlem av Material retur. Alt av papir og pappemballasje sorteres separat av hver ansatt og i hver enkelt avdeling i organisasjonen vår.

ARBEIDSFORHOLD

For IDÉ House of Brands er også miljø i aller høyeste grad arbeidsmiljø, og hvordan de ansatte behandles i våre leverandørers produksjonsanlegg. Våre leverandører har i sin dokumentasjon garantert at barn ikke arbeider i produksjonen, og at arbeidstid ikke overstiger det nasjonale regelverk.

IDÉ House of Brands politikk for like ansettelsesforhold sikrer retten enhver person har til å delta i alle sider ved arbeidsforholdet uansett rase, religion, kjønn, fødested, funksjonshemming, alder, sivilstand, statsborgerskap, erfaring, seksuell legning eller trykderettigheter.

ETIKK

IDÉ House of Brands skal søke samarbeidspartnere som deler vårt samfunnsengasjement.

Konsernet skal ha en gjennomdrøftet og bevisst holdning til valg av samarbeidspartnere og sette klare grenser for hva våre samarbeidspartnere kan være involvert i. Deres aktiviteter vil kunne reflektere på IDÉ House of Brands gode navn og rykte, og kan i verste fall bidra til å sette spørsmålstegn ved vår dømmekraft. Slike grenseoppganger kan være ved bruk av arbeidskraft, helse/miljø/sikkerhet, og forretningsmoral/etikk. IDÉ House of Brands forretningsvirksomhet er avhengig av at våre samarbeidspartnere, oppfatter vårt bidrag som positivt for egen kompetanse og virksomhet.

IDÉ House of Brands vil også i fremtiden forsøke å bidra med å bygge et bedre samfunn for de som arbeider i de produksjonsanlegg hvor konsernets kolleksjoner blir tilvirket.



Vedlegg 3

Minimum salgsmål for kjøper

For at kjøper skal være den eneste avtalepartner til selger når det gjelder gave- og profilartikler, må følgende mål for bestilling oppnås fra avtalens undertegnelse:

Periode	Minimum salg
Første 6 måneder	20.000 stk
Første 12 måneder	40.000 stk

