



Eindverslag Marktconsultatie Warme Dranken automaten

Ten behoeve de aanbesteding voor Dienst Justitiële Inrichting en Immigratie en Naturalisatie Dienst (DJI en IND).

Hoofdstuk 1 Inleiding

Er is een marktconsultatie geweest voor de aanbesteding Warme Drankenautomaten op 13, 15 en 16 mei 2019. Het doel van deze marktconsultatie was:

- DJI heeft het beleid om te Inkopen met Impact [Impact maken vanuit inkoop](#). Belangrijk is om bij de betreffende leveranciers voor Warme Drankenautomaten te inventariseren in hoeverre zij Inkopen voor Impact kunnen waarmaken en of en welke mogelijkheden zij hierbij zien.
- Toegang tot het MKB vergoten voor deze categorieaanbesteding middels het consulteren van deze MKB markt en het toegankelijk maken van een aanbesteding. In overleg met de markt zal er gepeild en gevraagd worden wat de mogelijkheden zijn zodat het realistisch en haalbaar is in te kunnen schrijven.
- Het doel van deze marktconsultatie is het verzamelen van kennis en inzichten van marktpartijen ter voorbereiding op de aanbesteding. Deze kennis en inzichten worden vervolgens gebruikt bij de vorming van de inkoopstrategie en de uiteindelijke aanbestedingsdocumenten.

RWS benadrukt dat deze marktconsultatie geen onderdeel uitmaakt van de aanbesteding en er geen rechten aan kunnen worden ontleend. Verkregen inzichten uit de marktconsultatie gebruikt RWS (waar relevant) in de voorbereiding van de aanbesteding en de aanbestedingsstukken. RWS behoudt zich het recht voor om deze inzichten niet of niet volledig te gebruiken.

1.1 Proces

Voorafgaand aan de marktconsultatie zijn er vragenlijsten ingevuld en geretourneerd. Deze vragenlijsten waren een voorwaarde voor deelneming van de marktconsultatie en als leidraad voor het individuele gesprek. Er is gekozen om met elk partij een individueel gesprek te voeren omdat dit het beste resultaat oplevert.

Er is met een hoge respons gereageerd op de uitnodiging van de marktconsultatie en uiteindelijk zijn er 11 gesprekken geweest met de marktpartijen.

De vragenlijsten waren opgedeeld in verschillende onderwerpen zo is ook de opbouw van dit eindverslag ingedeeld.

1. Algemeen
2. Innovaties en ontwikkelingen
3. Duurzaamheid
4. Social return / Inkopen met impact
5. Samenwerken

Het verslag is gebaseerd op de hoofdlijnen uit de gesprekken en vormt hierdoor rode draden die als advies ingezet kunnen worden in de komende aanbesteding.



Hoofdstuk 2 Algemeen

De volgende 11 marktpartijen hebben meegedaan aan deze marktconsultatie:

- Van Zelst automaten B.V.
- Beans & Machines B.V.
- Koffiebranderij Peeze
- Selecta Netherlands B.V.
- Nici Koffie & Automaten V.O.F.
- Koffiebranderij J.W. Hesselink & Zn. B.V.
- Sococo
- Pure Africa / BTI Trading
- MAAS International B.V.
- Moyee Coffee
- Douwe Egberts PRO NL B.V.

Over het algemeen viel op dat er erg grote verschillen zijn tussen de marktpartijen qua omvang, grootte, visie & doelstellingen en bedrijfsvoering. Hierdoor zijn er op bepaalde elementen tijdens de marktconsultatie verschillende reacties gegeven. De grootste verschillen zijn met name af te leiden door het verschil in grote partijen versus het midden en klein bedrijf.

2.1 Perceelindeling

Op het gebied van perceelindeling zijn er verschillende reacties benoemd:

1. Een perceel over geheel Nederland. De belangrijkste reden hiervoor is dat de uniformiteit wordt gewaarborgd in de smaak, contractbeheersing, efficiëntie proces van machine/ingrediënt/service.
2. Geografische perceelindeling maar wel met alle drie de elementen per perceel van machine/ingrediënt/service. De reden om het op te delen in kleinere percelen dan een groot perceel over Nederland is de behapbaarheid voor kleinere marktpartijen om in te kunnen schrijven.
3. Een perceel splitsing voor alleen de ingrediënten en een perceel voor alleen de automaten. De reden hiervoor is dat een aantal partijen niet de voorfinanciering geregeld krijgt voor de machines maar wel de ingrediënten kunnen leveren. Tevens zit het verdienmodel voor de meeste partijen op de koffie en niet de automaten.

2.2 Prijs

Een realistische tikprijs of aanneemsom. De markt geeft grotendeels aan dat in recentelijke aanbestedingen de prijs niet realistisch is voor datgene wat gevraagd wordt om in te kopen. Er worden vaak ambitieuze doelstellingen en eisen gevraagd waaraan een opdrachtnemer dient te voldoen en dit wordt niet teruggezien in de prijs. Tevens wordt ook aangegeven dat het gevoel heerst dat recentelijke aanbestedingen veelal prijs de beslissende factor is terwijl de markt dit het liefst op kwaliteit ziet.

2.3 Verificatietest

Het advies werd gegeven om wel een verificatie test te doen, dit zou ook als gunning criterium meegenomen kunnen worden. Belangrijk is wel om de test te splitsten in twee onderdelen:

Stap 1: Doe een blinde smaaktest om ervoor te zorgen dat de juiste koffie wordt gekozen. Houd hiermee wel een slag om de arm (dus: flexibiliteit in de overeenkomst), omdat het een maand duurt voordat medewerkers aan de smaak zijn gewend (gewenningsfase).



Stap 2: Doe een belevingstest. Dit omdat de beleving ook een essentieel onderdeel is van de dienstverlening. In de belevingstest wordt bijvoorbeeld de automaat getoond.

2.4 Overige

Er werden meerdere adviezen gegeven omtrent de komende aanbestedingsprocedure. Een aantal belangrijke kenmerken die de aanbesteder zeker zal overwegen tijdens de komende aanbesteding is:

- Niet te zware referenties stellen bij de geschiktheid aan de partijen. Hierdoor wordt de kans vergroot dat het midden en klein bedrijf kan meedoen met de aanbesteding.
- Gunnen op kwaliteit en duurzaamheid, prijs als ondergeschikt laten.
- Een andere vorm van aanbesteding methodiek denk bijvoorbeeld RIC = Rapid Impact Contracting. Deze methodiek focust zich meer op de ambities en doelstellingen die de opdrachtgever heeft.



Hoofdstuk 3 Innovaties en ontwikkelingen

Het merendeel van de markt geeft aan gedurende de contractperiode ruimte open te laten om innovaties toe te laten. Deze innovaties zullen vooral als doel hebben om de duurzaamheid, circulariteit te verbeteren.

Ook is het belangrijk dat gedurende de contractperiode er ruimte is in het contract om de smaak van de ingrediënten aan te passen op de gebruiker. Uit ervaring weten de marktpartijen dat bijvoorbeeld de smaak kan wisselen en een verandering van de smaak een positief effect heeft op de medewerkerstevredenheid.

Op het gebied van duurzaamheid zijn op er op dit moment grote ontwikkelingen gaande in de gehele koffieketen. Zie hiervoor hoofdstuk 4. Gezien deze grote ontwikkelingen is het bieden van ruimte in het contract op gebied van innovaties verstandig.

Een belangrijke voorwaarde om innovaties toe te laten gedurende de contractperiode is dat hier budget voor moet zijn en een wederzijdse verantwoordelijkheid van de opdrachtgever en opdrachtnemer. Concreet zou dit bewerkstelligt kunnen worden door de tikprijs hoger te ramen of middels een separate budget contractafspraken voor innovaties.

Hoofdstuk 4 Duurzaamheid

Op het gebied van duurzaamheid zijn er vele zaken besproken met de markt. Duurzaamheid is een belangrijke en grote doelstelling voor DJI en IND. Wat opgemerkt is dat voor de meeste marktpartijen dit ook een belangrijke doelstelling is in hun organisatie/bedrijfsdoelstelling. Alleen een groot risico bij de uitvraag naar circulair wordt wel benoemd. De markt is hier in zijn geheel nog niet klaar voor en budget is vaak niet toereikend. Loop met de aanbesteding niet op de zaken in de markt vooruit (bijv. refurbished). Samenwerking is belangrijk om gezamenlijk hier mee aan de slag te gaan na gunning en met een budget dat aansluit op de doelstellingen van de aanbestedende dienst. Met circulair aanbesteden gaat de kwaliteit van koffie niet omhoog. Instant koffie uitvragen blijft wel beter voor milieu en circulariteit maar minder qua smaakbeleving bij de klant.

De volgende hoofdonderwerpen zijn aanbod gekomen.

4.1 CO₂-neutraal

De gehele markt geeft aan dat op dit moment nog niet mogelijk is om de koffievoorziening volledig CO₂ neutraal te leveren. Ieder component in de koffievoorziening dient dan inzichtelijk te zijn en dit is nog niet altijd het geval. Veelal de kleinere koffieleveranciers hebben al meer inzicht in de gehele koffievoorziening keten dan de grotere leveranciers. Dit wil niet zeggen dat er geen CO₂ uitstoot meer is door het inzicht. De meeste partijen die meer inzicht hebben in de keten zijn in ontwikkeling om de CO₂ uitstoot te verlagen of naar 'nul' te brengen. Dit is een proces dat nu door de meeste marktpartijen in gang is gezet en die stap voor stap gaat. Hierbij is samenwerking van belang in de gehele keten denk aan de partijen voor de afvalverwerking, transportbedrijven voor zee en land en tussen de koffieleveranciers onderling.

Enkele marktpartijen compenseren de CO₂ uitstoot door middel van een ander project.

Enkele ideeën om de CO₂ uitstoot te verminderen zijn:

- Transport in Nederland regelen door middel van logistieke opslagpunten



- Het vervoer vanuit de logistieke opslagpunten verplaatsen door elektrisch vervoer en/of fiets.
- Koffie branden door middel van elektriciteit en niet op aardgas.

4.2 Certificaten / keurmerken

Er zijn tal van certificaten en keurmerken op het gebied van duurzaamheid. Denk aan UTZ, Fairtrade, Rainforest, Biologisch etc.

In de marktconsultatie werd door meerdere partijen aangegeven dat het bieden en aanleveren van certificaten / keurmerken niet het doel op zich moet zijn, maar de vraag achter deze certificaten. Kortom wat wil je als opdrachtgever bereiken op het gebied van duurzaamheid etc. en beschrijf dit dan en laat het aantonen middels bewijsmaterialen. Een voorbeeld is dat de keurmerk Fairtrade niet voldoende inzicht biedt en teruggaat in de koffieketen, maar Fairchain daarentegen weer wel. Hierdoor wordt een conclusie getrokken dat een keurmerk als Fairtrade niet voldoende is op het gebied van duurzaamheid. En zo geldt dat wellicht voor meerdere keurmerken.

4.3 Verpakkingen / restafval

De markt adviseert om zo min mogelijk monoverpakkingen te gebruiken. De meeste ingrediënten kunnen in de automaat geleverd worden, denk hierbij aan suiker, melk, cacao. Een aantal innovatieve ontwikkelingen zijn mogelijk op gebied van recycling. Denk aan roerstaa fjes op basis van papier of gerecycled koffiedroes.

Voor wat betreft de theezakjes blijft dit nog lastig, de omverpakking kan wel volledig recyclebaar zijn maar het zakje zelf moet nog steeds bij het restafval.

Verder is er op gebied van circulariteit veel te bereiken op het gebied van koffie, machines en verpakkingen. Door de partijen worden hier vele ideeën/mogelijkheden over benoemd.

De conclusie is dat warme drankenvoorziening geheel zonder restafval mogelijk is, maar op dit moment nog lastig. Dit is een ontwikkeling die moet worden aangegaan in samenwerking met de opdrachtgever, opdrachtnemer en meerdere partijen.

Hoofdstuk 5 Social return / Inkopen met impact

Voor DJI is social return en inkopen met impact een belangrijke waarde voor deze aanbesteding. Bijna alle marktpartijen hebben aangegeven de mogelijkheid te bieden om mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt weer te laten re-integreren. De meeste marktpartijen doen dit al in hun huidige bedrijfsorganisatie. Kortom de welwillendheid en bereidheid is er op het gebied van social return.

Het inkopen met impact gespecialiseerd voor het terugbrengen van gedetineerden in de samenleving is een iets ander soort verhaal dan social return. Het grote deel van de markt geeft hierbij als reactie dat ze bereid zijn om gedetineerden training en opleiding te geven voor de rol van operator. Hoe dit daadwerkelijk in de praktijk wordt vormgegeven is nog niet uitgeschreven en bedacht. De bereidheid van de markt om hierin samen te gaan werken met DJI is er wel.



5.1 Impact in de gehele keten

Door een aantal partijen is benadrukt dat wij als opdrachtgever en tevens opdrachtnemer een impact kunnen hebben in de gehele keten van de koffie. Het doel is een sociale waarde creëren met alle betrokkenen in de keten. Dit start al vanaf de koffieboer in het land van herkomst van de koffie. Dit is op basis van een Fairchain koffieketen, waarin alle schakels binnen duurzaamheid en sociale impact centraal staan.

Hoofdstuk 6 Samenwerken

Om de doelstellingen te bereiken van DJI en IND voor deze aanbesteding en een optimale samenwerking geeft de markt aan dat een aantal elementen belangrijk zijn en een grote invloed hier op hebben, dit zijn:

- Partnership
- Openheid en transparantie van beiden partijen
- Samenwerking met meerdere marktpartijen
- Geen boeteclausule

De aanbesteding starten middels een marktconsultatie is al een goed begin. Hiermee wordt er meer geluisterd en gekeken naar de huidige marktsamenstelling. De aanbesteding oftewel het inkoopresultaat kan hierdoor beter tot zijn doel komen. Vervolgens is er een goede tip gegeven om een dergelijke kick-off / inlichtingenbijeenkomst te organiseren zodra de aanbestedingsstukken gereed zijn en dit te verifiëren met de markt. Het projectteam zal dit overwegen en waar nodig meenemen in de aanbestedingsprocedure.