



**Verslag
Marktconsultatie
Europese Aanbesteding
Promotieartikelen 2022**

Datum: 23 juni 2022
Document: def.

1 Inleiding ROC Albeda

Het Regionaal Opleiding Centrum (ROC) Albeda heeft ca. 35 locaties in Rotterdam en omgeving met ongeveer 20.000 deelnemers en heeft circa 2.200 medewerkers in dienst, zie ook internetsite: (www.albeda.nl).

Albeda is een breed kenniscentrum voor beroepsonderwijs en educatie met meer dan 350 opleidingen op het gebied van beroepsbegeleidend en beroepsopleidend onderwijs, leertrajecten voor volwassenen, cursussen en contractonderwijs inclusief deelkwalificaties. Onze gebouwen en voorzieningen staan ten dienste van studenten, medewerkers en gasten; waarbij Albeda wil voorzien in een uitnodigende en herkenbare werkomgeving met een uniforme uitstraling waar we leren, ontmoeten en samenwerken.

Albeda gaat een Europese aanbesteding starten; welke in opdracht van het college van bestuur en de directeur van de stafafdeling Marketing & Communicatie van Albeda wordt uitgevoerd. De aanbesteding wordt gecoördineerd door de werkgroep promotieartikelen 2022 waarbij de afdeling inkoop het proces begeleidt.

Albeda wil de focus verleggen naar duurzame promotieartikelen. Albeda zoekt een leverancier/dienstverlener die deze verandering mee gaat vormgeven en in staat is hier concreet de juiste producten incl.dienstverlening bij te leveren.

2 Inleiding marktconsultatie

Het doel van deze marktconsultatie is inzicht te verkrijgen in de markt en haar ontwikkelingen waardoor een duidelijk beeld tussen de behoefte van de opdrachtgever en de mogelijkheden vanuit de markt kan ontstaan. We zijn op zoek naar een reëel beeld; dus geen wederzijdse “marketingpraatjes” maar een gezamenlijke verkenning over waar de mogelijkheden liggen maar ook de beperkingen.

De uitkomst van deze marktconsultatie benutten wij om aanbestedingsdocumenten op te stellen (bij te stellen) waardoor deze beter aansluiten op de markt en de administratieve lasten van de Inschrijvers worden beperkt.

Wij verzoeken u bij de marktconsultatie nadruk te leggen op onze onderstaande uitgangspunten: Prijs, kwaliteit en duurzaamheid

De huidige situatie bij Albeda is als volgt er zijn een aantal standaard items die in een webshop staan en die door iedereen binnen Albeda besteld kunnen worden deze items zijn het gehele jaar via de webshop te verkrijgen volledig voorzien van het Albeda logo. Er zijn een aantal piekmomenten gedurende het schooljaar dit is met name tijdens de open dagen deze zijn in november, januari en maart. Verder hebben alle onderwijsteams uiteraard de mogelijkheid tot het bestellen van items buiten de webshop om dit kan het gehele jaar gebeuren en waar men wel rekening moet houden is het voorzien van de items met het Albeda logo op de juiste manier gebruikt volgens de huisstijl. Vanuit Albeda is dan ook de wens bij elke leverancier waar Albeda mee samenwerkt dat er vast contactpersonen zijn.

De partijen die deelnemen aan deze marktconsultatie krijgen gelijke informatie. Tevens wordt er een geanonimiseerd verslag gemaakt van de besproken punten tijdens de marktconsultatie. Dit verslag wordt toegevoegd aan het bestek en is daarmee openbaar voor alle inschrijvende partijen.

3 Vragen Markconsultatie

Situatie Albeda:

- 1) Is de huidige situatie binnen Albeda voldoende duidelijk om tot een voorstel te komen?
Ja, grotendeels wel echter zijn er wel een aantal vraagstukken:
 - Wat zijn de key items voor Albeda om te kiezen voor de juiste partner.
 - Hoeveel afleveradressen zijn er en wat is de gewenste levertermijn?
 - Wat gaat het beleid zijn ten aanzien van de facturatie
 - Koppelingen met inkoopstelsel, zo ja welke.
 - Beoordeling en wegingsfactoren m.b.t. toekennen van punten
- 2) Welke vragen ziet u graag beantwoord door Albeda?
 - Wat is de doelstelling /setting van de relatiegeschenken?
 - o Merkbekendheid opbouwen / Bedankjes aan relaties en medewerkers / Welkom aan studenten / (studie)beurs materialen / Aandacht trekken bij events
 - Wat is de huidige afname per jaar en wat is de verwachte ontwikkeling hierin?
 - Wat is de verhouding tussen de prijssegmenten binnen relatiegeschenken, denk hierbij aan bijvoorbeeld “strooigoed” als pennen en key-cords en meer premium producten als Doppers, Tony’s, etc.
 - Is er sprake van minimale bestelhoeveelheden, of kunnen er in de shop ook “losse items” worden besteld?
 - Zijn er zaken in de huidige samenwerking, leveringsvoorwaarden en betaalvoorwaarden die Albeda graag anders ziet of juist behoudt?
 - Wat is de huidige werkwijze qua voorraadbeheer en voorraadrisico en wat ziet Albeda hierin graag gecontinueerd / verandert?

Ontwikkeling in de markt; bij promotieartikelen en bij aanbestedingen

- 3) Wat zijn de ontwikkelingen en innovaties in uw markt?
Duurzaamheid
In de aanbesteding wordt het al benoemd, maar we zien een sterke groei naar duurzaamheid van de relatiegeschenken. Hierbinnen zijn een aantal gradaties van duurzaamheid te onderscheiden. Een deel van de markt is nog bezig met de duurzaamheid van het eindproduct terwijl een ander deel van de markt al verschuift naar verdere verduurzaming.
 - o Duurzame grondstoffen
 - o Recyclebaarheid van eindproducten
 - o Duurzaamheid tijdens productieproces & transport
 - o (gecertificeerde) Duurzaamheid van de keten
 - o Lokale productie / verminderen transportbewegingen
 - o Duurzaamheid van secundaire zaken
 - Kantoor / bedrijfsgebouwen / wagenpark
 - CO2 vermindering / compensatie
 - Reststromen
- 4) Hoe dienen wij de marktontwikkelingen in een aanbesteding te omschrijven, welke minimale procesmatige, technische en/of functionele details moeten in het bestek worden omschreven, welke voorbeelden moeten we uitvragen zodat uw organisatie een goede aanbieding kan doen ?
 - Hier is lastig antwoord op te geven, dit hangt samen met uw wensen en eisen ten aanzien van het assortiment en de samenwerking.
 - U kunt ervoor kiezen om 1 of 2 onderwerpen te kiezen, bijvoorbeeld duurzaamheid en Sociaal/Lokaal, en hier een case voor uit te schrijven.

Ook kunt u bepaalde doelstellingen formuleren die behaald dienen te worden en inschrijver vragen hoe ze dit denken te kunnen bewerkstelligen.

Assortiment

Prijs

- 5) Welke prijs/kwaliteit verhouding is aan te bevelen?
 - Naar onze mening is de prijs op zich slechts relevant als onderdeel van de totale uitvraag. De prijs staat altijd in verhouding tot het programma van eisen. Dit betekend dat de prijs als uitvraag altijd op basis van total cost of ownership moet zijn. De beste manier voor het uitvragen van de prijs is dan ook als een onderdeel van de totale uitvraag en de bijbehorende waardering hiervan.

- 6) Hoe zorgen wij ervoor dat u als gekozen leverancier scherp en marktconform blijft?
 - Per tijdsinterval (bijvoorbeeld kwartaal) vergelijking op een aantal producten met concurrerende leveranciers.
 - Per tijdsinterval (bijvoorbeeld kwartaal) update van het assortiment met nieuwe producten en eventuele uitfaseringen.
 - We snappen dat we marktconform moeten zijn. Anders zouden we geen bestaansrecht hebben. Albeda zou ervoor kunnen kiezen om af en toe een benchmark te doen bij grotere aanvragen, waarbij gezegd moet worden dat onze ervaring hierbij is dat er altijd een partij is die goedkoper zal zijn. Dagelijks voor het Albeda werken is iets anders dan een keer een grotere order scoren met minimale marge.

Vorbereiding en implementatie

- 7) Wat is uw advies/ zijn uw wensen met betrekking tot de voorbereiding op de samenwerking en implementatie na gunning?
 - Op welke termijn verwacht Albeda het contract in te laten gaan?
 - Indien van toepassing: Implementatie eigen omgevingen / webshops / etc.
 - Overige zaken
 - o Kennismaking contactpersoon
 - o Samples (indien van toepassing)
 - o Huisstijl bibliotheek
 - o Aanleggen (onbedrukte) voorraad

Monitoring en borging

- 8) Wat adviseert u Albeda en hoe ziet u uw eigen rol bij Albeda op dit gebied?
 - Albeda zou pro actief geïnformeerd moeten worden ten aanzien van de Open Dagen, immers die data zijn ruim vooraf bekend.
 - Albeda onderhoud een open communicatie richting aanbieder. Op die manier kan aanbieder de beste partner voor Albeda zijn.
 - Minimaal 3 x per jaar een evaluatie met Albeda om de samenwerking te bespreken, de omzet en artikelen in de webshop te analyseren en verbeteringen af spreken. Ook nieuwe ontwikkeling die interessant zijn voor Albeda komen ter sprake.
 - Dedicated accountteam die zich verdiept in de Albeda organisatie en zodoende een verlengstuk wordt in plaats van een leverancier. Duidelijke communicatie, heldere afspraken en van elkaar weten wie het aanspreekpunt is, komt ten goede aan een optimale samenwerking. Xxxx adviseert dan ook een:
 - Overlegstructuur (tactisch/strategisch en operationeel overleg op vaste momenten)

- Opstellen van KPI's & SLA als leidraad voor de diverse overleggen en borging van kwaliteit.
 - Opstellen managementrapportage
 -
 - U mag van uw Accountmanager verwachten dat hij/zij proactief de afspraken inplant, rapportages deelt en u informeert.
- 9) Hoe borgt u uw interne kwaliteit en continuïteit van dienstverlening?
- gecertificeerd conform de ISO 9001 kwaliteitsnorm en werken volgens het PLAN – DO – CHECK – ACT-principe. Daardoor kunnen wij onze service en de kwaliteit van onze producten continue verbeteren. Dit is geborgd in onze processen.
- 10) Aan welke kwaliteitsnormen voldoet uw dienstverlening?
- ISO9001, ISO14001 en Ecovadis: platinum status.
 - Verder zijn KPI's nader af te spreken, vast te leggen in contract en tijdens vaste overleg momenten te evalueren.

Milieu/duurzaamheid, SROI

- 11) Wat is uw visie op Social return / Educational return en wat kunt u hierin betekenen?
- Social return heeft voor ondernemers ook een maatschappelijke betekenis en omdat wij midden in de samenleving staan, ontkomt ook onze branche hier niet aan. Deelname in arbeidsbemiddelingen met mensen tot een afstand met de arbeidsmarkt en het aanbieden van stageplaatsen.

Aanbesteding

- 12) Hoe moeten wij volgens u deze aanbesteding op de markt zetten? Welke algemene tips en adviezen heeft u voor de aanbestedende dienst om de juiste promotieartikelen in te kopen?
- Indicatie van weging van de toetsingselementen (duurzaamheid, prijs, leveringsvoorwaarden, betrouwbaarheid, klanttevredenheid, bewezen staat van dienst, technische toepassingen)
 - Indicatie van verhoudingen in het af te nemen assortiment. Focus op goedkopere weggevertjes of ook exclusievere premiums.
 - Prijs uitvragen van een aantal "standaard items" die goed vergelijkbaar zijn, maar ook zeker originaliteit en authenticiteit belonen.
- 13) Wat is een reële contractduur en opbouw van vaste jaren en optiejaren; wat zijn hiervoor uw beweegredenen?
- Vast aantal jaar: 3 jaar met een optie voor 2 en vervolgens nog 1 jaar. Wij achten 3 jaar een reëel aantal om een nieuwe samenwerking aan te gaan en investeringen te kunnen justificeren.
 - Wij adviseren een looptijd van 3 tot 5 jaar. E.e.a. hangt samen met de verwachte omvang van de in te richten omgeving.
 - Het is belangrijk om uniformiteit uit te stralen richting de ontvangers als organisatie. Een vaste partner kan hierbij ondersteunen en richting geven.
 - Het voordeel van herhaalbestellingen betaald zich vooral uit na een aantal bestellingen doordat ontwerpen hergebruikt kunnen worden en processen al zijn ingericht.
Minder risico in kwaliteitsverschillen bij herhaalbestellingen bij dezelfde partner.
- 14) Overweegt u, gebaseerd op de informatie uit deze markt-consultatie, in te schrijven op de aanbesteding?
- NVT voor verslag
- 15) Zo nee, waarom niet?
- NVT voor verslag
- 16) Welk advies wilt u na deze marktconsultatie Albeda meegeven?
- Zorg voor een gewogen gemiddelde van prijzen van assortiment, dienstverlening en de visie van de partner op de producten en de marktontwikkelingen. Erken dat Social return, duurzaamheid en creativiteit lastig in punten te beoordelen is en borg dat in de beoordeling.
 - Maak de aanbesteding zo concreet mogelijk (eventueel op basis van historische data) zodat er een zo concreet mogelijk voorstel gedaan wordt vanuit de markt
 - Laat ook "zachte waarden" als bedrijfsduurzaamheid en communicatie meewegen in de beoordeling
 - Biedt ruimte voor (onderbouwde) prijsindexatie, zeker gezien de huidige ontwikkelingen op de grondstofmarkt. Dit voorkomt dat inschrijvers huiverig worden om langere termijnafspraken aan te gaan of te hoog in te zetten om dit af te dekken.