



Dienst Justitiële Inrichtingen
Ministerie van Justitie en Veiligheid

Verslag marktverkenning

Voedingsmiddelen

t.b.v. Dienst Justitiële Inrichtingen

Contactpersoon : Petra van Eijk
Datum : 09 juni 2023
Kenmerk : 06-DJI-VOEDINGSMID-23

Inleiding

Verslag markverkenning

Dit document is een verslag van de marktverkenningsgesprekken die het Inkoop Uitvoeringscentrum (IUC DJI) voor Dienst Justitiële Inrichtingen (DJI) heeft gevoerd. Dit ter voorbereiding op de Europese aanbesteding met het onderwerp 'Voedingsmiddelen'. Vier marktpartijen hebben zich aangemeld voor de marktverkenning.

- Van Hoeckel – Sligro Food Group
- Groothandel Albatros B.V.
- Bidfood
- Neder Groep

Aanvullend heeft Fairtrade Nederland haar visie, tips en adviezen gedeeld op basis van de beschreven opdracht.

Conclusie van de marktverkenning

De gegeven informatie en besproken mogelijkheden lopen erg uiteen. Indien DJI de toelichting van elke marktpartij volgt, dan zou dat resulteren in Europese aanbesteding waar geen enkele marktpartij op zou kunnen inschrijven. DJI zal de opgehaalde informatie vanuit de marktconsultatie dan ook opnieuw toetsen aan de interne eisen, wensen en randvoorwaarden. Op basis hiervan zal zij de Europese aanbesteding vormgeven.

1. De scope van de opdracht

Wat is uw visie op en wat zijn uw mogelijkheden ten aanzien van de geschetste uiteenlopende scope van deze opdracht?

Alle marktpartijen geven aan dat de omschreven behoefte zeer uiteenlopend en divers is. Dit brengt dan ook complexiteit met zich mee. Deze complexiteit ligt enerzijds in de mogelijkheden van het kunnen invullen van de scope. En anderzijds bij het leveren van bestellingen versus de omvang van deze leveringen.

Ten aanzien van de mogelijke invulling van de scope:

- Eén marktpartij geeft specifiek aan enkel interesse te hebben in het retailonderdeel binnen de behoefte;
- Twee marktpartijen geven aan geen rook-/en tabakswaar te leveren;
- Eén marktpartij geeft aan enkel versproducten te leveren en open te staan voor een samenwerking met een andere partij om invulling te kunnen geven aan de gehele scope.

Wij zien dat groothandels zijn gecategoriseerd in verschillende segmenten: gericht op zorginstellingen, horeca, etc. Wat is volgens u het verschil? Welke mate van onderscheidend karakter ziet u hierdoor?

Tijdens de gesprekken wordt duidelijk dat de uiteenlopende behoefte leidend is danwel zwaarder weegt dan de categorisering van groothandels. Daarnaast wordt opgemerkt dat indien er specialisten zijn, er weer andere thema's onderbelicht zouden kunnen raken, bijvoorbeeld het thema 'gezond eten'.

2. De producten

Welke mogelijkheden ziet u om samen te werken met lokale partijen (bijv. slagers, bakkers, toko's, etc.) en deze aansluiten binnen deze opdracht?

Een deel van de marktpartijen ziet mogelijkheden om lokale ondernemers te verbinden aan de opdracht. Hierbij wordt de mogelijkheid gegeven voor directe levering door de lokale onderneming zelf op basis van doorfacturatie. De andere mogelijkheid is levering door lokale partijen via het eigen centrale distributiecentrum.

Doorfacturatie vindt bij voorkeur plaats via een elektronische koppeling. Bij doorfacturatie zal er veelal sprake zijn van een doorfactureringsvergoeding tussen de 2-5%. Wel komen daaropvolgend vragen naar boven of het wel wenselijk is om meerdere leveranciers bij de locaties van DJI binnen te laten.

Aandachtspunten in het werken met lokale ondernemers zijn: certificering, hygiëne, voedselveiligheid, facturatie en contrabanden.

Enkele locaties hebben de wens om indien er niet (tijdig) geleverd is en/of andere noodgevallen, voedingsmiddelen aan te schaffen bij een fysieke winkel. Biedt u, in aanvulling op de levering van voedingsmiddelen, deze mogelijkheid? Of welke andere oplossingen ziet u hiervoor?

Slechts één marktpartij biedt de mogelijkheid voor een fysieke winkel. Er wordt breed meegedacht in oplossingen als: pick-up points en spoedleveringen.

Welke mogelijkheden heeft u in het aanbieden van dieetmaaltijden en maaltijden volgens een geloofsovertuiging, zoals koosjer?

Alle marktpartijen kunnen dieetmaaltijden zoals koosjer leveren op basis van doorfacturatie. De markt zelf voor deze maaltijden is beperkt.

Welke mogelijkheden heeft u in het aanbieden van halalproducten?

Geen van de marktpartijen heeft moeite met het leveren van halalproducten.

Wat is uw visie op het terugnemen van emballage en statiegeld?

3. De dienstverlening

In dit document is uitgeschreven welk leveringsproces wij voor ogen hebben. Wat is uw visie hierop? Op welke wijze kunt u aansluiten op dit geschetste proces?

Leveringszekerheid is een randvoorwaarde.

- *Hoe kunnen wij volgens u ervoor zorgen dat door onze uitvraag datgeen wat qua producten (food en non-food) besteld is ook daadwerkelijk tijdig en correct/conform geleverd wordt?*
- *Op welke wijze adviseert u ons dit uit te vragen zodat wij ook de leveringszekerheid en betrouwbaarheid krijgen die wij voor ogen hebben en hier de dienstverlening op kunnen sturen?*

Om maximale leveringszekerheid te bereiken, adviseren de meeste marktpartijen om tussen bestelling en levering één werkdag aan te houden. Dit betekent dat wanneer maandagmiddag wordt besteld er woensdagochtend wordt geleverd. Daarnaast voorkom je hiermee ook verspilling omdat een groothandel op maat producten bestelt bij toeleveranciers.

Verder geven een aantal leveranciers aan dat bestellen via een webshop meer zekerheid biedt op een tijdige en juiste levering omdat de webshop 'weet' wat de voorraden zijn en het systeem van DJI niet.

Een ander belangrijk punt dat uit meerdere gesprekken naar voren komt is de kosten van bezorging versus de omvang van de bezorging. Marktpartijen geven een minimale bestelwaarde aan van €500,- tot €2.000,- om tot rendabele leveringen te komen. Verder heeft DJI te tip gekregen om na te denken over alternatieve wijze van bezorging, minimale bestelomvang en het werken met pick-up points.

Welk communicatiemodel met de locaties ziet u voor ogen? Met name ten aanzien van leveringen en/of inhoud van leveringen?

Alle marktpartijen geven de mogelijkheid voor persoonlijke en directe communicatie via telefoon en e-mail met de locatie zelf.

4. Prijs

DJI is voornemens vaste prijsafspraken te maken op productniveau. Wel wordt er een mogelijkheid tot indexatie opgenomen. Wat is uw visie hierop?

Alle marktpartijen geven aan dat indexeren verstandig is. De geadviseerde interval ligt tussen één en viermaal per jaar. Enkele marktpartijen adviseren de prijs niet voor een al te lange periode vast te zetten aangezien de markt dit doorberekend in de prijs (risico-opslag).

Een advies is om te werken met indexatie per productgroep op basis van de CBS-index. Er komt een afwijkend oordeel over vers: de ene marktpartij geeft aan dat dit het meest fluctueert terwijl een andere marktpartij aangeeft dat hierin juist de minste wijzigingen zijn.

Welke mogelijkheden zou u inzetten om ondanks vaste prijsafspraken locaties wel te laten profiteren van mogelijke aanbiedingen en/of andere voordelen?

De gegeven antwoorden liggen hierin erg uiteen. Er zijn marktpartijen die dit afraden en/of niet ondersteunen aangezien gewerkt wordt met vaste prijsafspraken. Andere

marktpartijen geven aan, ondanks vaste prijsafspraken, hiervoor wel mogelijkheden te zien.

Wat is uw visie en wat zijn uw ervaringen en mogelijkheden ten aanzien van prijs versus duurzaamheid?

Duurzame producten danwel producten met een keurmerk zijn overwegend duurder dan minder duurzame producten.

- Eén marktpartij oppert het idee om gezamenlijk te kijken naar de meest gebruikte producten en om naast de economische versie een lijst te maken met een duurzame versie van deze producten;
- Eén marktpartij geeft aan dat eisen omtrent duurzaamheid wel realistisch moeten zijn en ook haalbaar moeten zijn voor kleinere marktpartijen. Met name de kosten die duurzaamheid met zich mee brengen: bijvoorbeeld de aanschaf van elektrische voertuigen. Maar ook moet dit realistisch zijn voor kleine marktpartijen of marktpartijen met een centrale hub voor wat betreft de actieradius van elektrische voertuigen;
- Eén marktpartij geeft aan dat duurzaamheid ook gerealiseerd kan worden door te werken met lokale seizoensproducten;
- Tot slot richt één marktpartij zich specifiek op de korte voedingsketen.

5. Overig

Welke (on)mogelijkheden ziet u ten aanzien van het leveren van persoonlijke verzorgingsartikelen binnen het assortiment 'Voedingsmiddelen'?

Alle marktpartijen geven aan dat luxere verzorgingsartikelen niet onderdeel is van het kernassortiment. Basisartikelen, dit zijn artikelen die ook in de supermarkt verkrijgbaar zijn, zijn voor de meeste partijen wel leverbaar.

Welke kansen op het gebied van duurzaamheid wilt u ons graag in deze fase meegeven?

Punten danwel kansen met betrekking tot duurzaamheid zijn bij de laatste subvraag van paragraaf 4 Prijs verwerkt in het verslag.

Wat heeft u van ons nodig om in de volgende fase een goede inschrijving op de Europese aanbesteding te doen?

Enkele tips zoals de markt die met DJI deelt:

- Inzage in data zoals de meest recente bestellijsten. Met name aangezien nu pas het veranderend effect zichtbaar zal zijn van de implementatie van de overeenkomst 'Voeding Justitiabelen'. Inzicht in de inhoud en omvang van bestellingen geven de markt inzage in hoeverre de leveringen rendabel zijn en dus wel/niet aantrekkelijke genoeg om in te schrijven.
- Maak datgene duidelijk wat DJI echt daadwerkelijk wilt.
- Biedt ruimte: het minimale wat je eist is namelijk ook het maximale dat je krijgt.
- Vraag de prijs uit op basis van productlijsten met EAN-nummers;
- Een schouw, specifiek ook een personeelsrestaurant in eigen beheer;
- Geleidelijke implementatie in plaats van big-bang;
- Modulaire opbouw van de dienstverlening (levering van bestellingen);
- Weging van de beoordelingscriteria (prijs-kwaliteit) dient in balans te zijn.

DJI deelt daarnaast nog een leestip voor de marktpartijen: [Tbs-patiënt haalt diploma in de keuken van de kliniek | Reportage | DJIzien](#)