



Samenvatting marktconsultatiedocument Kantoorartikelen

Onderwerp: Kantoorartikelen

Rijkswaterstaat Corporate Dienst (RWS CD) (Categoriehouder)
Datum: 12 december 2023



1 Inleiding

1.1 Algemeen

Het Inkoop Uitvoeringscentrum Bedrijfsvoering (IUC BV) Rijkswaterstaat heeft ter voorbereiding op de komende categoriemanagement aanbesteding voor Kantoorartikelen een marktconsultatie gehouden op dinsdag 21 november 2023 te Green Village Nieuwegein. De komende aanbesteding valt onder de categorie Werkplekondersteuning welke is belegd bij het IUC BV Rijkswaterstaat Corporate Dienst (RWS CD). Namens en ten behoeve van diverse Deelnemer(s) wordt deze aanbesteding voorbereid. De definitieve Deelnemer(s) worden bekend gemaakt bij de aanbesteding.

Dit verslag betreft de terugkoppeling van de bevindingen uit de marktconsultatie. Het verslag zal met alle deelnemende marktpartijen (totaal 4) van de marktconsultatie worden gedeeld, en als informatief document aan het aanbestedingsdossier van toekomstige aanbestedingsprocedures, betreffende dit onderwerp, worden gevoegd.

Het doel van de marktconsultatie was het verzamelen van kennis en inzichten van de marktpartijen ten aanzien van de markt van kantoorartikelen. Rijkswaterstaat benadrukt dat deze marktconsultatie geen onderdeel uitmaakt van de aanbesteding en er geen rechten aan kunnen worden ontleend. Verkregen inzichten uit de marktconsultatie gebruikt Rijkswaterstaat (waar relevant) in de voorbereiding van de aanbesteding en de aanbestedingsstukken. Rijkswaterstaat behoudt zich het recht voor om deze inzichten niet of niet volledig te gebruiken.



2 Samenvatting marktconsultatie

Zoals eerder gepubliceerd in het marktconsultatiedocument d.d. 10 november 2023 heeft Rijkswaterstaat vijf thema's uitgevraagd met daarbij horende onderwerpen. Tijdens de marktconsultatie heeft Rijkswaterstaat deze thema's en onderwerpen besproken met de marktpartijen. Op basis van de input van de marktpartijen wordt per thema een samenvatting gegeven.

2.1 Beschrijving van de opdracht

In de huidige situatie wordt er gewerkt met een basis- en restassortiment. De marktpartijen geven aan dat het beter is te werken met één assortiment, die bestaat uit +- 80% basis producten en 20% producten die minder vaak gebruikt worden. Daarnaast geven de marktpartijen aan het aantal deelnemers te kunnen bedienen en dus alle mogelijke producten op het gebied van kantoorartikelen te leveren. Het is aan Rijkswaterstaat en de Deelnemers om een juiste keuze te maken in het assortiment, wat aansluit bij de gestelde doelstellingen en ontwikkelingen binnen de Rijksoverheid. Een belangrijke ontwikkeling is het toepassen van duurzaamheid in de gehele keten. De marktpartijen geven aan dat dit mogelijk is en dat dit op verschillende manieren vorm gegeven kan worden, waaronder; duurzaam ('groener') assortiment opstellen voor de medewerkers/gebruikers en dit als standaard assortiment laten gelden en hebben op deze manier voorrang op het niet duurzaam assortiment. Bewustwording en stimulans zijn beide een belangrijk component. Het Rijk werkt aan een duurzame bedrijfsvoering: groen, circulair, sociaal en innovatief. Hierbij horen o.a. genoemde doelen voor het verduurzamen van de Rijksbedrijfsvoering:

1. Klimaatneutrale bedrijfsvoering in 2030 (thema's klimaat, energie en mobiliteit)
2. 50% minder primair grondstoffengebruik realiseren in 2030 en volledig circulair zijn in 2050
3. Internationale productieketens verduurzamen doormiddel van het voorkomen of aanpakken van misstanden op het gebied van arbeidsomstandigheden, mensenrechten en milieu (thema internationale sociale voorwaarden)

Het verduurzamen van het assortiment sluit dan ook aan bij genoemde doelstellingen. De exacte invulling van het restassortiment is nog niet helder en hiervoor moet nog informatie ingewonnen worden. Echter, is het belangrijk bij dit aspect dat er rekening wordt gehouden met enerzijds de doelstellingen en anderzijds de behoeften en wensen van de medewerkers om hen te faciliteren en de flexibiliteit met betrekking tot assortiment erin te houden.

Er zijn twee passende ISO certificeringen die relevant kunnen zijn voor de nieuwe overeenkomst. Er werd gedacht aan ISO 9001 (kwaliteitsmanagementsysteem) en ISO 14001. ISO 14001 is de internationaal geaccepteerde standaard met eisen voor een milieumanagementsysteem. Het milieumanagementsysteem wordt gebruikt om een bij de organisatie passend milieubeleid te ontwikkelen en de uitvoering te borgen. Naast de ISO certificering kan ook de CO2 prestatieladder een rol innemen binnen de nieuwe overeenkomst. De prestatieladder helpt bij het reduceren van CO2 en kosten binnen de bedrijfsvoering, in projecten en in de keten. Een Deelnemer gaf aan dat in de huidige situatie de webshop nog verbeterd kan worden. Denk aan:



meer gebruiksgemak. De marktpartijen gaven aan dat de webshop aan de voorkeur van Deelnemer aangepast kan worden (opties verschillende bestelmogelijkheden, leveringsopties, gebruiksvriendelijkheid versus complexiteit etc.). Van belang is dat helder wordt gemaakt wat noodzakelijk is en welk doel bewerkstelligt dient te worden.

2.2 Financiële aspecten

Op dit moment wordt er een vaste prijs per medewerker of per werkplek gerekend. Uit de markt is gebleken dat dit onvoldoende aansluit bij de huidige tijd. Er zijn sterk fluctuerende prijzen en wisselingen in afname in de afgelopen jaren, waardoor een vaste prijs heel lastig te bepalen is. Daardoor is ook een totaalprijs per eenheid voor het basis assortiment lastig te bepalen. Door de marktpartijen is aangegeven dat de voorkeur ligt bij afrekening per afgenomen product.

Naast de afname van het product is er een opslagpercentage nodig voor de dienstverlening (denk aan transport en service). De werkwijze 'prijs per product' geeft wellicht wel uitdagingen op administratief vlak voor alle deelnemers gezien de toename aan facturen. Dit wordt nader onderzocht in samenspraak met de Deelnemers en waar nodig met de markt. Uit de marktconsultatie bleek dat het onderdeel 'service' in de dienstverlening een relatief duur onderdeel is, omdat in de huidige situatie worden de kasten met kantoorartikelen bijgevoerd door de leverancier. Indien Deelnemer(s) er voor kiezen om de kasten zelf bij te vullen, zal dit kosten besparen.

2.3 Wijze van uitgifte

De markt heeft aangegeven dat het mogelijk is om de kasten met kantoorartikelen terug te brengen naar één centraalpunt in een gebouw of in ieder geval het aantal kasten per locatie te verminderen. Daarnaast kan het huidige assortiment beperkt worden door minder dezelfde productsoorten aan te bieden. In de huidige situatie staan de kasten met kantoorartikelen dichtbij de werkplek van de medewerkers. Door het te centraliseren van de kasten, verwacht de markt een afname in producten (medewerker moet meer moeite doen om kantoorartikelen op te halen). Ook ondersteunt sociale controle bij de afname van de producten. Medewerkers zullen bewuster een keuze maken voor de producten wanneer deze door een persoon op locatie uitgegeven worden.

In de markt zie je ook 'lockers' terug voor kantoorartikelen (vergelijkbaar met een snoepautomaat). Door een locker te vullen met kantoorartikelen kan het verbruik beter gevolgd worden. De afname wordt periodiek gemeten waarop een plan gemaakt kan worden om verbruik te verminderen (indien nodig). De lockers brengen wel erg hoge apparatuurskosten met zich mee.

2.4 Maatschappelijk Verantwoord Opdrachtgeven en Inkopen (MVOI)

De marktpartijen hebben aangegeven dat het lastig is om social return op een goede wijze in deze markt in te vullen. Als er gekeken wordt naar bijvoorbeeld chauffeurs, orders picken of het bijvullen van kasten moet er onder een bepaalde druk en snelheid gewerkt worden. Dit vergt ook de nodige begeleiding en inspanning, wat niet altijd realistisch is in deze markt. Steeds meer aanbestedende diensten vragen social return uit (verplichting), dit zorgt dat het lastiger is voor marktpartijen om de norm van 5% te behalen (er is op dit gebied een BSN registratie waardoor er niet 'dubbel' iemand ingezet kan worden). Er kan ook breder gekeken



worden dan enkel naar social return, het is een optie om 'Social Good' te overwegen. Hierbij kan een marktpartij zelf invulling geven aan een initiatief.

De keuze voor duurzaamheid en de stimulatie hiervan richting de markt ligt bij Rijkswaterstaat (denk aan consuminderen). Er zijn diverse mogelijkheden in de markt waarbij het een optie is om een budget per gebruiker of besteller in te richten, zodat er meer controle/grip gecreëerd wordt (bewuste keuze maken om wel/niet te bestellen).

De markt heeft aan gegeven dat Rijkswaterstaat ook kan nadenken over digitaliseringsmogelijkheden i.p.v. gebruik van fysieke kantoorartikelen. Er zijn ook verschillende mogelijkheden om de logistiek te laten verlopen via HUB's (of verminderen van logistieke beweging, door het bundelen van orders/leveringen).

Er zijn ook mogelijkheden in de markt op het gebied van biobased producten. Dit zou volgens een gedeelte van de markt de 'groene' artikelen verhogen. Om duurzaamheid van een artikel te bepalen is de CO2-footprint een belangrijk onderdeel.

2.5 Prestatiemanagement

In de huidige overeenkomst zijn er KPI's opgenomen met betrekking tot klanttevredenheid en partnership, kwaliteit van de dienstverlening, management basis- en restassortiment, marktconforme prijzen restassortiment en totale kostenbeheersing vanuit oogpunt van Opdrachtgever. Deze KPI's zijn getoetst in de marktconsultatie en worden nog als duidelijk en effectief ervaren door de marktpartijen. Er is echter een verschil tussen de daadwerkelijke KPI's die toezien op de meerwaarde die de KPI's hebben op de opdracht en anderzijds enkel dienen als stuurinformatie waarmee er gestuurd wordt op de vastgestelde contractdoelstellingen, zoals de afname, leveringscondities en bijvoorbeeld duurzaamheid etc.