

BIJLAGE X
Spelregels marktverkenning
Borger-Odoorn en Coevorden

Inhoudsopgave

Vooraf.....	3
1. Partnerschap	3
2. Overlegvormen	3
3. Inkoopgerichte marktverkenning.....	3
3.1. Selectieprocedure bij een open marktverkenning	4
3.2. Selectieprocedure bij een gesloten marktverkenning	4
4. Digitaal.....	4
5. Communicatie.....	4
6. Voorwaarden marktverkenning	5

Vooraf

In dit document beschrijft Opdrachtgever de spelregels en procedure van de marktverkenning zoals deze in de toekomst worden gehanteerd.

1. Partnerschap

Een belangrijk uitgangspunt van de inkoop binnen het Sociaal Domein van Opdrachtgever is het aangaan en onderhouden van een duurzaam partnerschap met Opdrachtnemers. Vanuit een gezamenlijke maatschappelijke verantwoordelijkheid werken Opdrachtgever en Opdrachtnemers samen aan maatschappelijke vraagstukken die een lokale en regionale aanpak vragen en die integraal worden benaderd.

Opdrachtnemers, die door Opdrachtgever worden gecontracteerd, leveren niet alleen kwalitatief hoogwaardige ondersteuning, maar beschikken ook over de benodigde expertise op het gebied van de inhoudelijke uitvoering en de bijbehorende werkprocessen. Opdrachtgever hecht waarde aan het benutten van deze deskundigheid en streeft, samen met Opdrachtnemers, naar breed gedragen oplossingen voor maatschappelijke opgaven. Daarbij is ruimte voor het gezamenlijk verkennen van veranderopgaven, eisen, tarieven, innovatieve ideeën en haalbaarheid.

2. Overlegvormen

Opdrachtgever onderscheidt twee vormen van overleg met Opdrachtnemers en andere betrokken partijen.

- **Inhoudsgericht overleg**
Transformatietafels zijn gericht op het realiseren van beleidsdoelen. Deze overleggen worden primair geïnitieerd en georganiseerd door de Opdrachtgever en staan in het teken van transformatie, inhoudelijke ontwikkeling en gezamenlijke maatschappelijke opgaven.
- **Inkoopgericht overleg**
Marktverkenningen hebben als doel om, in voorbereiding op een nieuwe inkoop of de doorontwikkeling van bestaande overeenkomsten, relevante informatie, inzichten en praktijkervaringen op te halen. De uitkomsten kunnen worden benut voor het verbeteren van bestaande of toekomstige contractafspraken en voor de verdere ontwikkeling van de dienstverlening.

3. Inkoopgerichte marktverkenning

Opdrachtgever kan in het kader van een (door)ontwikkeling van de dienstverlening of een inkoopprocedure een fysieke marktverkenning organiseren. Afhankelijk van het doel van de marktverkenning wordt gekozen voor een open of gesloten deelname.

3.1. Selectieprocedure bij een open marktverkenning

Bij een open marktverkenning kunnen geïnteresseerde Opdrachtnemers zich aanmelden. De termijn waarbinnen aanmelding mogelijk is, wordt vooraf bekendgemaakt via het elektronisch contractmanagementsysteem van Opdrachtgever.

Na afloop van de aanmeldperiode bepaalt Opdrachtgever welke Opdrachtnemers worden uitgenodigd voor deelname. Daarbij wordt de volgende selectieprocedure gehanteerd:

- 50% van de deelnemers wordt geselecteerd op basis van relevante deskundigheid en/of innovatiekracht. Hierbij wordt tevens rekening gehouden met de omvang van de organisatie en het aandeel in de markt.
- 50% van de deelnemers wordt door middel van loting geselecteerd.
- Het maximumaantal deelnemers bedraagt 16 personen, tenzij vooraf uitdrukkelijk anders is gecommuniceerd.
- Voorafgaand aan de marktverkenning bepaalt Opdrachtgever of deelname van cliënten en/of een vertegenwoordiging van cliënten wenselijk is en op welke wijze deze wordt vormgegeven.

3.2. Selectieprocedure bij een gesloten marktverkenning

Bij een gesloten marktverkenning bepaalt Opdrachtgever, aan de hand van objectieve criteria, welke Opdrachtnemers worden uitgenodigd om deel te nemen aan de fysieke bijeenkomst.

4. Digitaal

Naast het organiseren van een fysieke marktverkenning kan Opdrachtgever de markt ook digitaal raadplegen. Via het elektronisch communicatiesysteem kunnen vragen aan de markt worden voorgelegd en kunnen geïnteresseerde Opdrachtnemers hierop reageren.

Om transparantie te waarborgen en alle geïnteresseerde Opdrachtnemers in de gelegenheid te stellen kennis te nemen van de uitkomsten, wordt de verslaglegging van de fysieke marktverkenning verstuurd via het elektronisch communicatiesysteem van Opdrachtgever.

5. Communicatie

Opdrachtgever nodigt, in beginsel, alle voor de betreffende producten ingeschreven Opdrachtnemers uit om zich aan te melden voor een fysieke open marktverkenning. De uitnodiging wordt verzonden via het elektronisch contractmanagementsysteem van Opdrachtgever.

6. Voorwaarden marktverkenning

Op de marktverkenning zijn de volgende voorwaarden van toepassing:

- De marktverkenning heeft het karakter van een consultatie, waarbij Opdrachtgever ideeën, inzichten en mogelijke oplossingsrichtingen uit de markt ophaalt.
- De marktverkenning is uitdrukkelijk niet bedoeld als voorselectie van gegadigden voor eventuele vervolgttrajecten.
- Deelname aan, of afwezigheid bij, de marktverkenning heeft geen invloed op de mogelijkheid om deel te nemen aan eventuele vervolgttrajecten. Deelnemende Opdrachtnemers worden hierdoor niet bevoordeeld of benadeeld.
- Deelname aan de marktverkenning is voor zowel Opdrachtgever als de deelnemende Opdrachtnemers vrijblijvend.
- Opdrachtnemers (inclusief Opdrachtnemers die niet deelnemen) kunnen aan deze verkenning geen (wederzijdse) verplichtingen of rechten jegens Opdrachtgever ontleen.
- Deelname aan de marktverkenning geeft geen aanspraak op het verkrijgen van een opdracht.
- Eventuele kosten die Opdrachtnemers maken voor deelname aan de marktverkenning komen volledig voor eigen rekening en worden niet door Opdrachtgever vergoed.
- Deelnemende Opdrachtnemers stemmen ermee in dat de tijdens de marktverkenning verstrekte informatie door Opdrachtgever kan worden gebruikt bij nader uit te werken stukken.
- Opdrachtgever handelt bij de voorbereiding en uitvoering van de marktverkenning overeenkomstig de beginselen van gelijke behandeling, non-discriminatie en transparantie.
- Informatie die door deelnemende Opdrachtnemers wordt verstrekt, wordt waar nodig vertrouwelijk behandeld. Daarbij houdt Opdrachtgever rekening met de gerechtvaardigde bedrijfs- en organisatiebelangen van de betreffende partij.
- Opdrachtgever is op geen enkele wijze gebonden aan de uitkomsten van de marktverkenning en is niet verplicht om de besproken onderwerpen, oplossingen of voorstellen daadwerkelijk te realiseren of in te kopen.
- Verzoeken of aanspraken met betrekking tot het gebruik van verstrekte informatie, vertrouwelijkheid of een vergoeding van kosten worden niet gehonoreerd.
- Opdrachtgever behoudt zich het recht voor de marktverkenning op ieder moment tijdelijk op te schorten of definitief te beëindigen.
- Door deel te nemen aan de marktverkenning verklaart de deelnemende partij zich zonder voorbehoud akkoord met de in deze bijlage opgenomen spelregels.