

# PLAN VAN AANPAK



# MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD INKOPEN

## Inleiding

Op 8 december 2016 heeft Zoetermeer het Manifest Maatschappelijk Verantwoord Inkopen (MVI) ondertekend. Zoetermeer heeft hiermee aangegeven dat ze een toekomstbestendige gemeente wil zijn door bij te dragen aan een beter klimaat, sociale omgeving en de welvaart van haar inwoners.

Een van de verplichtingen van het Manifest is het schrijven van een actieplan dat nu voor u ligt. Het actieplan geeft aan hoe de organisatie MVI gaat uitvoeren. Belangrijk hierbij is dat er bij MVI een andere houding van de ambtenaar past; die van maatschappelijk verantwoordelijk opdrachtgever.

## Proces

Zoetermeer heeft na het ondertekenen van het Manifest eerst diverse landelijke bijeenkomsten bezocht om een indruk te krijgen wat de vervolgstappen zijn en vooral welke ideeën, voorbeelden en zoektochten spelen bij andere organisaties.

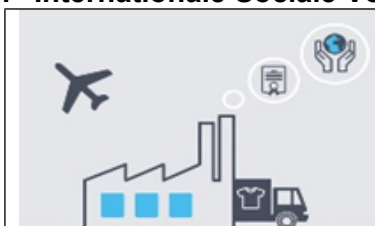
Er is gekozen om niet direct een plan van aanpak te gaan schrijven, maar eerst de organisatie te betrekken. Om ideeën over MVI te delen en te toetsen binnen Zoetermeer, is met diverse stakeholders en adviseurs die al met MVI bezig zijn gezocht naar verbinding. Zo is er een bijeenkomst georganiseerd waarbij 3 lokale ondernemers uitgenodigd waren om hun kennis en ervaring te delen. Dit resulteerde in een inspirerende en open omgeving waarin gesproken werd over waar MVI voor staat, hoe de markt betrokken kan worden en welke mogelijkheden de markt kan bieden. De voorbeelden en mogelijkheden, zeker die al intern uitgevoerd zijn, werkten inspirerend.

Wat in het proces tot nu toe vooral duidelijk werd, is dat er bij MVI een andere houding van de ambtenaar past; die van maatschappelijk verantwoordelijk opdrachtgever. Dat betekent een bewuste uitvraag doen met toepassing van een thema, maar dit ook terug laten komen in de prijs-kwaliteitverhouding en in het contractmanagement.

## Manifest Verantwoord Inkopen: de thema's

Met het tekenen van het Manifest is Zoetermeer gestart om een verandering op gang te brengen bij de organisatie en verdere impuls te geven aan de invulling van haar inkoop en aanbesteding aan de hand van de in het Manifest benoemde thema's:

### **1. Internationale Sociale Voorwaarden**



Doel is het risico op arbeids- en mensenrechtenschendingen bij producten met een internationale productieketen te voorkomen.

Dat kan door een ondernemer te vragen om een rapport waarin de risico's inzichtelijk zijn gemaakt en waaruit blijkt welke aanpak is gehanteerd om deze risico's te verminderen. Daarnaast wordt van een maatschappelijk verantwoord opdrachtgever verwacht dat deze tijdens de uitvoering, transparant en met onderling vertrouwen, in gesprek met de ondernemer is deze risico's.

Voorbeeld hierbij is de inkoop van Fair Trade koffie voor de koffieautomaten in het nieuwe stadhuis.

## 2. Social return



Doel is het creëren van extra banen, werkervarings- of stageplekken voor mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.

Het huidige inkoop- en aanbestedingsbeleid schrijft voor social return (SROI) een percentage van 5% van de aanneemsom of 10% van de loonsom verplicht bij aanbesteding van werken en diensten. Afhankelijk van de opdracht kan een hoger percentage passend zijn.

Dit beleid werkt al jaren succesvol in Zoetermeer, waardoor we al veel ervaring hebben met het toepassen van dit thema.

## 3. Milieu



De impact van producten en handelen op het milieu moet zo beperkt mogelijk zijn.

In het huidige Programma Duurzaam en Groen Zoetermeer en de vertaling ervan in het inkoop- en aanbestedingsbeleid, wordt o.a. FSC gecertificeerd hout en papier ingekocht. Zoetermeer heeft daarnaast de ambities voor de bebouwde omgeving.

Voor nieuwbouwwoningen wordt gestreefd naar 'nul op de meter' en geldt de eis aardgasvrij. Voor gemeentelijk vastgoed wordt al gebruik gemaakt van duurzame en energiezuinige installaties. Het streven is om gebouwen te voorzien van zonnepanelen. Daarnaast wordt het eigen wagenpark stapsgewijs elektrisch gemaakt.

Het actieplan kan bijdragen aan dit streven van de gemeente als inkopende partij.

## 4. Biobased inkopen



Inkopen van producten die van geheel of gedeeltelijk van hernieuwbare grondstoffen zijn gemaakt.

Voorbeeld hierbij is de inkoop van papieren koffiebekers (FSC) met een biobased binnencoating (PLA) bij de koffieautomaten in het nieuwe stadhuis.

Per aanbesteding zal bekeken worden wat ondernemers kunnen bieden. Zo biedt de markt de mogelijkheid om kleding waarvan de garens vervaardigd zijn van mais-, bamboe- of vlasvezels in te kopen.

## 5. Circulair inkopen



Hierbij gaat het om productie en (her)gebruik van circulaire producten en diensten te stimuleren en daarmee de circulaire economie aanjagen. Het doel is om uiteindelijk geen afval meer te hebben doordat aanbieder afgeschreven product weer innemen en (laten) verwerken tot nieuwe producten.

Voorbeelden hierbij zijn kunststofplaatjes en speeltoestellen in de openbare ruimte die van ingezameld plastic zijn gemaakt en de koffieautomaten in het nieuwe stadhuis kunnen grotendeels hergebruikt worden. De markt biedt bijvoorbeeld ook de mogelijkheid van biobased materiaal voor boomverankering (ondergrondse lijnen en pinnen) en drainage die biologisch afbreekbaar zijn.

## 6. Innovatie



Innovatie komt tot stand door met ondernemers in gesprek te gaan over wat de (niet-bestaande) oplossing van een probleem zou kunnen zijn aan de hand van kennis en kunde bij ondernemers en de stand van de techniek. Daarbij kan streven naar innovatie de samenwerking tussen ondernemers in de keten van het bedrijfsleven versterken.

Voorbeeld hierbij is de vraag aan het bedrijfsleven om iets te verzinnen om lantaarnpalen te beschermen tegen schade door maaierwerkzaamheden. Een ondernemer ontwikkelde maaibeschermering in de vorm van sheets van gerecycled en herbruikbaar materiaal die als een cirkel om een lichtmast worden geplaatst. Door de ontstane bak te vullen met teelgrond en “bijen plantjes” wordt tevens een bijdrage aan de biodiversiteit geleverd.

## 7. MKB



In het huidige inkoop- en aanbestedingsbeleid wordt al uitvoering gegeven aan het verbeteren van de positie van het (lokale) MKB.

Dit wordt bevordert doordat bij eenvoudige procedures een opdracht (in aflopende volgorde) uitgezet wordt bij een lokale ondernemer met SEBO-keurmerk, een lokale ondernemer en een niet- lokale ondernemer. Hetzelfde geldt bij het uitnodigen van ondernemers bij meervoudig onderhandse procedures.

Het SEBO-keurmerk (Sociaal Economisch Betrokken Onderneming) wordt toegekend aan lokale ondernemers die maatschappelijk verantwoord/sociaal ondernemen.

Uit het voorgaande blijkt dat MVI niet helemaal nieuw is voor Zoetermeer. In het huidige inkoop- en aanbestedingsbeleid zijn social return, lokale ondernemers (MKB) en duurzaamheid expliciet als aandachtspunten opgenomen. Waarbij duurzaamheid ziet op CO2-neutraal, een groen Zoetermeer en afvalreductie. Daarnaast is per aanbesteding, zoals bij de koffieautomaten in het nieuwe stadhuis, eveneens aandacht voor circulair inkopen.

### Ambitie

Zoetermeer heeft de volgende ambitie uitgesproken: "Daar waar mogelijk past Zoetermeer minimaal 2 van de MVI-thema's toe bij inkoop en aanbestedingen".

Zoetermeer heeft er niet voor gekozen om bepaalde thema's als speerpunten te benoemen. Door per aanbesteding alle thema's de revue te laten passeren bij de voorbereiding van een inkoopproces, wordt optimaal ruimte gegeven aan wat er extra gedaan kan worden. Op deze manier wordt recht gedaan aan de mogelijkheden die ondernemers kunnen bieden op de diverse thema's. Dat gaat dan niet alleen om thema's zoals circulair inkoop en innovatie die niet in het huidige inkoop- en aanbestedingsbeleid staan, maar ook om bijvoorbeeld het huidige social return of de mogelijkheden binnen duurzaamheid te verbeteren. Zoetermeer wil ruimte scheppen voor MVI die concreet ingevuld kan worden door de ondernemers.

### Werkwijze

Als maatschappelijk verantwoordelijk opdrachtgever moet Zoetermeer het zich eigen maken dat MVI een onderdeel is van het werkproces bij het doen van aanbestedingen en inkoop.

Om de mogelijkheden van de markt te verkennen, dient de vakafdeling deskresearch te doen, informatie op te halen uit (regulier) overleg met ondernemers of een gerichte marktconsultatie voor een specifieke vraag uit te voeren. Op basis van het marktonderzoek dient met een goede motivering aangegeven te worden waarom één of meerdere MVI-thema's toegepast worden. De omvang van de opdracht is bepalend voor de inzet van de (zwaarte van) de verschillende middelen van marktonderzoek. Door kennis van en inzicht in de markt, wordt vooraf bepaald welke thema's passend zouden kunnen zijn.

De resultaten van de marktverkenning worden onderdeel van het vereist startformulier bij aanbestedingen. Op dit formulier wordt een onderdeel MVI toegevoegd zodat vastgelegd wordt welk(e) MVI-thema('s) toegepast wordt/worden in de aanbesteding.

Bij een concrete opdracht van Zoetermeer wordt MVI hiermee een gezamenlijk proces van de betreffende afdeling en het team Inkoop.

### Communicatie

Zoetermeer wil dat MVI in de gehele organisatie een begrip wordt en toegepast zal worden bij inkoop en aanbestedingen. Het plan van aanpak zal vertaald worden in een infographic, in de lijn met die van het team Inkoop. Op een eenvoudige en laagdrempelige manier worden medewerkers hierdoor geïnformeerd over MVI.

Met een diverse groep is al een begin gemaakt met MVI. Met deze groep, met wisselende of aanvullende medewerkers (en externen), zal een vervolgbijeenkomst(en) gehouden worden om concrete voorbeelden en ervaringen uit te wisselen en inspiratie op te doen. Daarnaast wordt een algemene informatiebijeenkomst georganiseerd voor medewerkers. De interne voorbeelden die inspirerend kunnen zijn voor anderen zullen we via Enzo en nieuwsbrieven (van afdelingen en/of teams) breed onder de aandacht brengen.

### Evaluatie

Op basis van de in het zaakstelsel opgenomen startformulieren kan op ieder moment gemeten worden hoe vaak MVI en welke thema's toegepast zijn bij de inkoop- en aanbestedingsprocedures. Er is altijd een up-to-date overzicht beschikbaar.

Vervolgens kan aan de hand van het overzicht bepaald worden of ingrijpen door de organisatie nodig is. Dat kan het geval zijn bijvoorbeeld wanneer bepaalde thema's niet toegepast worden of wanneer een thema onvoldoende scoort terwijl het wel een ambitie is van de organisatie. Wellicht vergt dit nader onderzoek, samen met ondernemers, om na te gaan waarom toepassing achterblijft. Wellicht is de markt nog niet zo ver of is er sturing door Zoetermeer nodig.

Om grip te houden op toepassing van MVI wordt jaarlijks een evaluatie uitgevoerd om te bepalen of dit actieplan leidt tot toepassing van MVI. Dan kan inzicht ontstaan in de typen marktverkenning, de (on)mogelijkheden bij ondernemers enerzijds en anderzijds of er voldoende draagvlak en ruimte is in de organisatie.

#### Tot slot

MVI is een hybride proces waarbij ruimte nodig is om adequaat te kunnen reageren op de werkelijkheid. Daarom vindt Zoetermeer het passend om niet vooraf keuzes te maken voor bepaalde thema's maar ruimte te laten voor ontwikkelingen in de markt. Zo is de markt voor het gebruik van gerecycled plastic in beweging om de kwaliteit van nieuwe producten te verbeteren. Daarnaast is Zoetermeer actief om zonnepanelen op bebouwing te bevorderen.

Over een jaar wil Zoetermeer laten zien dat dat we bij inkoop- en aanbestedingstrajecten een diversiteit aan eisen hebben gesteld ten aanzien van maatschappelijk verantwoord inkopen. Met deze projecten dragen we als Zoetermeer bij aan een beter klimaat, sociale omgeving en welvaart binnen de gemeente. Daarnaast kunnen deze projecten fungeren als vliegwiel voor andere organisaties en bewoners van Zoetermeer om zelf ook maatschappelijk verantwoord te kopen en te investeren.