



Duurzame verkoopautomaten met gezonde producten

Trefwoorden: verkoopautomaten, catering, energieverbruik, Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen, gezonde werkgever

In opdracht van: bpost, het nationale postbedrijf van België

Contactpersoon: Lies de Meyer, Projectmanager aanbesteding, bpost Centre of Excellence, Lies.DeMeyer@bpost.be

Introductie

bpost is het nationale postbedrijf van België. Het hoofdkantoor is gevestigd in Brussel. bpost omvat postkantoren en sorteercentra in het hele land en is internationaal actief. bpost wil een leider zijn in MMG (Milieu, Maatschappij, Governance), want dat maakt deel uit van hun DNA. Om deze ambities waar te maken is in januari 2022 een nieuwe roadmap voor duurzaam ondernemen gelanceerd. bpost streeft naar een netto nul-emissie in 2040 en een reductie van 55% tegen 2030. Ze willen tegen 2030 ook scope 3-emissies met 14% verminderen. Op het gebied van circulariteit ligt de focus specifiek op verpakkingen en logistiek, waarbij kansen zoals herbruikbare verpakkingen en retourlogistiek worden onderzocht.

Dit Interreg NSR ProCirc-pilotproject maakt deel uit van het programma voor duurzaam aanbesteden en richt zich op duurzame verkoopautomaten met gezonde producten. In 2021 waren de contracten voor waterautomaten en verkoopautomaten voor warme dranken, koude dranken en snacks aan vernieuwing toe. Deze vertegenwoordigen meer dan vijfhonderd automaten, verspreid over alle vestigingen van bpost in België. De potentiële impact is dus vrij groot. Bovendien was het een kans voor bpost om een volledig circulaire aanbestedingsaanpak te testen.

Aanbestedingsproces

Zoals gebruikelijk bij bpost werden meerdere leveranciers benaderd bij de voorbereiding van de aanbesteding. Tijdens deze marktconsultatie



is gevraagd naar innovaties op het gebied van duurzaamheid en circulariteit, energieverbruik van apparaten, herbruikbare verpakkingen en retourlogistiek in geval van keuze voor glazen flessen. Verder werd informatie opgevraagd over de sociale en gezondheidsimpact van de producten die in de automaten zouden worden aangeboden.

De aanbesteding werd gelanceerd in een onderhandelingsprocedure met voorafgaande oproep tot mededinging. Vanuit Interreg NSR ProCirc werd extern advies aangeboden om te helpen bij het ontwikkelen van een methodologie voor deze aanbesteding. De nadruk werd gelegd op het energieverbruik van de automaten, aangezien dit het grootste deel van de milieu-impact bepaalt en op basis daarvan ook de CO₂-uitstoot kan worden berekend. Er werd een minimumeis gesteld van een A+ Energielabel, en het energieverbruik was onderdeel van de gunningscriteria. Ook reparatie van de machines werd aan de criteria toegevoegd. Verder zijn er criteria opgesteld voor de verpakking van het productassortiment en het opnemen van biologische eet- en drinkalternatieven in het assortiment.

Deze laatste twee mochten tijdens de contractuitvoering in een groeitraject worden opgenomen, samen met één duurzaamheidsproject te kiezen uit een lijst die bpost bij de aanbesteding had aangeboden.

Beslissingen voor deze pilot zijn tot stand gekomen in nauwe samenwerking tussen de interne opdrachtgever, aankoper en het Centre of Excellence. Dit betekende een andere aanpak voor de interne opdrachtgever en aankoper, aangezien circulariteit niet bovenaan hun lijstje staat. Andere relevante interne stakeholders werden geïnformeerd over de projecten en de mogelijke voordelen. Ze kregen de kans om hun wensen en ambities kenbaar te maken. Dit omvat het Corporate Sustainability Team, Health and Prevention, Internal Communication, Talent Acquisition & Employer branding en Service

Operations. Het pilotproject werd gepresenteerd tijdens een internationale bijeenkomst van belangengroepen van het Procura+-netwerk, waar feedback en input van externe praktijkmensen werd verkregen. Ook werd er contact opgenomen met andere Belgische organisaties die onlangs verkoopautomaten hadden aangeschaft.

Om de resultaten en impact van circulair aankopen tastbaar te maken, zullen drie parameters worden bewaakt. Ten eerste is dat het energieverbruik van de verkoopautomaten, die als indicatie kunnen dienen voor de CO₂-uitstoot. De tweede parameter zijn de verpakkingsmaterialen van de producten, gebaseerd op de verkoop van de verschillende producten. Ten derde wordt de voortgang van het door de leverancier gekozen duurzaamheidsproject gevolgd.

Resultaten

- Aan de aanbesteding zijn circulaire minimumeisen en gunningscriteria toegevoegd. Het was de eerste keer dat bpost bij dit soort aankoopprojecten rekening hield met het energieverbruik.
- In januari 2022 is er een nieuwe leverancier aangewezen. Deze plaatste gereviseerde verkoopautomaten met energielabel A+, met daarin duurzamere producten en bekertjes. Gedurende de looptijd van het contract zullen ze samen met bpost aan een duurzaamheidsproject werken.
- De circulaire aankoopmethodiek toegepast in de Interreg NSR ProCirc-pilot is nu geïntegreerd in de 'Strategic Sourcing Methodology' van bpost, die verplicht is voor aanbestedingen met een waarde van meer dan 1 miljoen euro.
- De afval- en CO₂-emissiereductie wordt gemeten tijdens de uitvoering van het contract, waarbij de gegevens worden vergeleken met een 'lineaire' baseline.



Geleerde lessen

- De sector van de levering van verkoopautomaten is vrij klein en heeft krappe marges, vooral tijdens en na de coronacrisis. Dit maakt onderhandelen over circulariteit moeilijker. De geografische reikwijdte van de aanbesteding is vrij groot en omvat verschillende gebruikersgroepen, waardoor het moeilijker wordt voor kleinere of lokale leveranciers om te concurreren. Tijdens de marktconsultatie zijn twaalf leveranciers benaderd; slechts zeven van hen toonden interesse. De markt is nog niet klaar om in te spelen op de circulaire eisen die in de aanbesteding zijn gesteld. Ook voor de leverancier zal dit contract een leercurve zijn.
- Technische expertise is fundamenteel. Sommige aspecten van de inschrijvingsbeoordeling kunnen zeer specifiek zijn, zoals in dit geval energienormen. Het is misschien niet realistisch te verwachten dat leveranciers deze expertise in huis hebben.
- bpost raadt leveranciers daarom aan om contact op te nemen met een extern netwerk om best practices en expertise te delen, en om tijd te nemen voor circulair aankopen. Het is belangrijk om al in de pre-aankoopfase na te denken over circulariteit.
- Co-creatie is een kernactiviteit; bewustwording en afstemming met de interne opdrachtgever staan centraal. Dit geldt met name voor aspecten die als contractclausule zijn opgenomen, omdat dit de verantwoordelijkheid van de interne opdrachtgever wordt. Afstemming en samenwerking om nieuwe inzichten en standpunten van collega's te verzamelen heeft binnen de aankoopgemeenschap een positieve invloed op resultaten.