

Voorwoord

Op welke wijze geef je als facilitair en/of inkoop professional nu invulling aan Maatschappelijk Verantwoord Inkopen (MVI)? In dit invuldocument geeft het FMN Expertteam Duurzaam & Sociaal een handvat om invulling te geven aan MVI. Het is een handvat met een goed fundament waarbij de tekst naar eigen inzicht kan worden aangepast. In het document tref je geregeld **< - >** aan. Hier kan je zelf de informatie over de eigen organisatie kwijt. Wanneer je dit in het gehele document zo oppakt heb je aan het einde zelf een eigen MVI kader gerealiseerd.

Dit document is bestemd voor een ieder die zich bezig houdt op het snijvlak van duurzaamheid en inkoop. Dit kunnen professionals zijn zoals:

* Inkopers
* Duurzaamheidsmanagers
* Facility Managers
* En anderen

Wanneer je naar aanleiding van het lezen van dit document vragen hebt dan kun je die mailen aan [ET\_circulair@fmn.nl](mailto:ET_circulair@fmn.nl)

**Het FMN Expertteam Duurzaam & Sociaal wenst jou veel succes en plezier toe bij het werken met dit invuldocument!**

Inhoudsopgave

[Voorwoord 2](#_Toc133313306)

[Inhoudsopgave 3](#_Toc133313307)

[1. Inleiding 4](#_Toc133313308)

[1.1 Voorbeeldrol <organisatie xxx> 4](#_Toc133313309)

[1.2 Duurzaamheidbeleid <organisatie xxx> 4](#_Toc133313310)

[1.3 Doel van dit document 4](#_Toc133313311)

[1.4 Samenwerking andere opdrachtgevers en strategische leveranciers 4](#_Toc133313312)

[2. Vertrekpunt: inkoop in domeinen 5](#_Toc133313313)

[2.1. Impact werkzaamheden <organisatie X> 5](#_Toc133313314)

[2.1.1. <Inkoopdomein 1> 5](#_Toc133313315)

[2.1.2. <Inkoopdomein 2> 5](#_Toc133313316)

[2.1.3. <Inkoopdomein 3> 5](#_Toc133313317)

[3. Leidende principes 6](#_Toc133313318)

[3.1. Leidende principes voor het aanbestedingsproces 6](#_Toc133313319)

[3.2. Leidende principes voor de aanbesteding: selectie, gunning en contractering 8](#_Toc133313320)

[3.3. Leidende principes voor informatie-eisen 9](#_Toc133313321)

[3.4. Leidende principes voor ontwerp- en materiaalkeuzes 10](#_Toc133313322)

[3.5. Leidende principes voor Social Return 12](#_Toc133313323)

[Bijlage: < samenvatting van uitgangspunten duurzaamheidsbeleid organisatie xxx> 13](#_Toc133313324)

[Bijlage: facultatief < Menukaart Kader MVI organisatie xxx> 14](#_Toc133313325)

1. Inleiding

<Geef hier aan wat de kernwaarden zijn van de organisatie. Wat zijn de duurzame ambities en doelen inclusief de beleidsmatige inkadering hiervan.>

1.1 Voorbeeldrol <organisatie xxx>

<Wat wil de organisatie zijn en uitstralen op het gebied van duurzaamheid en duurzaam inkopen?>

1.2 Duurzaamheidbeleid <organisatie xxx>

<Ophanging duurzaam inkopen binnen duurzame ambities en het duurzaamheidsbeleid in zijn geheel>

1.3 Doel van dit document

Het doel van dit Kader Maatschappelijk Verantwoord Inkopen (vanaf nu: Kader MVI) is om te borgen dat duurzame principes een vast onderdeel worden van onze aanbestedingen. Dit document bouwt voort op ons inkoopbeleid, waarin is bepaald dat een inkoopkader voor maatschappelijk verantwoord inkopen verder wordt uitgewerkt. Met dit Kader MVI beschrijven we wat onze maatschappelijke verantwoordelijkheid betekent voor inkoop – zowel procesmatig als inhoudelijk.

Daarnaast biedt het Kader MVI ondersteuning aan bijvoorbeeld <projectmanagers, FM professionals, Sustainability leads, inkopers en contractmanagers> om duurzaamheid op een eenvoudige en transparante manier in alle fasen van het aanbestedingsproces te verwerken. Daarbij zijn de volgende vijf aspecten benoemd:

1. Verminderen van CO2-emissies (*planet*);
2. Voorkomen van uitputting van grondstoffen (*planet*);
3. Verminderen van verspilling en toxiciteit (*planet*);
4. Behouden van waarde van grondstoffen en materialen (*planet* & *profit*);
5. Positief beïnvloeden van sociale duurzaamheid (*people*).

<Facultatief door organisatie xxx te ontwikkelen: Voor de verdere concretisering van duurzame principes op een inkooptraject is een menukaart ontwikkeld, waarin per stap in de aanbesteding (van behoeftebepaling tot en met contractvorming) is uitgewerkt hoe klimaatneutrale en circulaire principes kunnen worden meegenomen. In de menukaart kunnen alle bekende en uitgewerkte eisen en gunningscriteria op duurzaamheid en circulariteit worden opgenomen. Zo zijn deze op organisatieniveau gebundeld en makkelijk toegankelijk. >

1.4 Samenwerking andere opdrachtgevers en strategische leveranciers

In het realiseren van duurzaamheidsambities zoeken we steeds meer samenwerking met andere opdrachtgevers en strategische leveranciers. <Dat doen we met ….., door ….. benoem samenwerkingsverbanden>.

2. Vertrekpunt: inkoop in domeinen

In het voorgaande is er vooral ingegaan op duurzaamheid in het algemeen. In de volgende onderdelen wordt de term circulariteit besproken. Wat is het verschil tussen deze begrippen?

Circulariteit draagt bij aan een duurzamere wereld, maar niet alle duurzaamheidsinitiatieven dragen bij aan circulariteit. Circulariteit focust zich op kringlopen van grondstoffen, terwijl duurzaamheid breder betrekking heeft op mensen, de planeet en economie.

Circulariteit wordt specifiek genoemd omdat inkopen vaak gemoeid gaat met ge- en verbruik van materialen en grondstoffen en juist daar liggen veel verduurzamingskansen middels inkoopactiviteiten.

In paragraaf 3.1 gaat het over klimaatneutraliteit en circulariteit dus ook klimaatneutraliteit hier duiden: Het begrip 'klimaatneutraal' wordt vooral gebruikt om aan te geven dat bepaalde activiteiten geen negatief effect hebben op het klimaat, waarmee men wil zeggen: geen emissie van broeikasgassen waaronder CO2. Vanuit <organisatie xxx> hebben we invloed op het realiseren van een klimaatneutrale en circulaire economie in Nederland. Vanuit onze inkooptrajecten kunnen we hoge eisen stellen op deze twee aspecten en daarnaast marktpartijen uitdagen om zelf nog meer stappen te zetten. Daarbij is het belangrijk om onderscheid te maken tussen de <xxx> domeinen waarin we onze werkzaamheden inkopen:

1. …..
2. …..
3. …..
4. etc.

**Klimaatneutraal of CO₂-neutraal geeft aan dat een proces niet bijdraagt aan klimaatverandering.**

**Circulaire economie:**

*De circulaire economie is een economisch systeem dat het hergebruik van producten en grondstoffen en het behoud van natuurlijke hulpbronnen als uitgangspunt neemt en waardecreatie voor mens, natuur en economie in iedere schakel van het systeem nastreeft’.*

**Circulair inkopen:**

*Het proces waarbij een levering, dienst of een werk wordt ingekocht, waarbij is gestuurd op circulaire technisch-inhoudelijke aspecten. Er rekening wordt gehouden met onderhoud en retourname aan het einde van de levensduur en financiële prikkels zijn ingebouwd, om circulair gebruik te borgen.*

2.1. Impact werkzaamheden <organisatie X>

2.1.1. <Inkoopdomein 1>

<Benoem de verschillende inkoopdomeinen, de kenmerken, de uitgaven daarin, de invloed die je hebt in dat deel van de markt en hoe deze op hoofdlijnen kan bijdragen aan de ambitie. Plus een korte beschrijving waar dit deel van de markt staat op het gebied van duurzaam inkopen (bv. tools die al breed ingezet worden>

2.1.2. <Inkoopdomein 2>

< idem>

2.1.3. <Inkoopdomein 3>

<etc.>

3. Leidende principes

Het realiseren van duurzaamheidsambities vanuit inkoop kan alleen een kans krijgen als het reguliere inkoop instrumentarium op orde is. Wanneer dat het geval is kan inkoop een serieuze bijdrage leveren aan de grote maatschappelijke opgaven als het klimaat en de circulaire economie. Een goede relatie met marktpartijen is hiervoor essentieel, net als de bereidheid om kritisch te kijken naar de eigen werkwijze en huidige specificaties. Ook is het van belang dat het projectteam de ambities gezamenlijk nastreeft, intern draagvlak creëert voor deze ambities en zorgt voor het vasthouden van de ingezette lijn.

Om bij te dragen aan het realiseren van deze opgaven hebben we een aantal leidende principes opgesteld. Deze leidende principes willen we structureel toepassen in onze inkoop- en aanbestedingsprocessen. Mogelijk zijn niet alle principes op dit moment al toe te passen maar is dat wel de ambitie. Er zijn vijf aspecten waarbinnen deze principes zijn opgesteld:

* Leidende principes voor het aanbestedingsproces
* Leidende principes voor de aanbesteding, selectie, gunning en contractering
* Leidende principes voor informatie-eisen
* Leidende principes voor ontwerp- en materiaalkeuzes
* Leidende principes voor social return

**Gebruik leidende principes: “Pas toe of leg uit!”**

Voor het realiseren van de duurzaamheidsopgaven vanuit inkoop is bewust gekozen voor het opstellen van ‘leidende principes’. Het kan op project-, service-, werk- of dienstniveau (hierna te noemen projectniveau) immers voorkomen dat een andere keuze gerechtvaardigd is, vanwege specifieke kenmerken van dat project. Wel is de wens om de principes zo veel mogelijk toe te passen, omdat we op deze manier onze bijdrage leveren aan de maatschappelijke opgaven waar <organisatie xxx> voor staat. Voor gebruik van de principes geldt daarom het uitgangspunt “Pas toe of leg uit”. Wanneer er gekozen wordt om een leidend principe niet toe te passen moet dit worden uitgelegd in de inkoopstrategie zodat het kan worden getoetst door de <board die verantwoordelijk is voor de kwaliteitsborging van het inkoopproces> .

**Context:**

<waar staat de sector op inkoopgebied, zijn er sector brede risico’s, aandachtspunten? Benoem deze>

*Met sector wordt bedoeld de markt van het betreffende product, dienst, service en/of werk.*

3.1. Leidende principes voor het aanbestedingsproces

In het kiezen van de scope van de opdracht en de aanbestedingsprocedure is een aantal keuzes te maken die duurzaamheidsambities kunnen helpen realiseren. Datzelfde geldt voor de procesmatige invulling van de aanbestedingsprocedure. Hierbij kunnen de volgende zes uitgangspunten gehanteerd worden:

1. **Borg klimaatneutraliteit en circulariteit binnen de inkoopstrategieën**

In de herziening van de behoeftebepaling binnen een inkoopstrategie worden ambities op het gebied van klimaat en circulariteit concreet gemaakt. Waar mogelijk worden ook principes op beide thema’s verder geconcretiseerd. Dit kan bijvoorbeeld worden uitgewerkt in een inkoopstrategieplan.

1. **Overweeg een portfolio-aanpak voor vergelijkbare projecten**

Bij meerdere (kleine) projecten, die vergelijkbaar zijn (voorbeeld: <toevoegen> ), worden deze opdrachten gecombineerd in één aanbestedingsstrategie. Daarbij wordt gezocht naar manieren om marktpartijen uit te dagen om te komen met een groeipad voor het realiseren van duurzaamheidsambities in de opeenvolgende projecten. Hiermee wordt leren over de projecten heen gestimuleerd en ontstaat bij marktpartijen investeringszekerheid om met duurzame innovaties aan de slag te gaan.

1. **Bepaal voorafgaand aan een aanbesteding een heldere en realistische ambitie** Voorafgaand aan iedere aanbesteding vindt een heldere behoeftebepaling plaats waarbij tevens projectspecifieke ambities <naam duurzaamheidsbeleid noemen> worden bepaald. Daarbij worden zowel minimumeisen t.a.v. de thema’s gesteld, als – waar mogelijk gekwantificeerde – ambities voor marktpartijen om naartoe te werken. Hiervoor is in de voorbereiding van de aanbesteding tijd en budget beschikbaar. Hiervoor worden vroegtijdig de juiste competenties bij het inkoopteam betrokken.
2. **Stel een vraag zo functioneel mogelijk**

Bij een inkoopproces is er vaak een functionele behoefte zoals bijvoorbeeld het aantal zitplekken in een bedrijfsrestaurant (facilitair). Om onnodig energie- en materiaalverbruik te voorkomen en de innovatiekracht van de markt te benutten, wordt een vraag zo functioneel mogelijk gespecificeerd. Onderdeel daarvan is dat er kritisch naar alle van toepassing zijnde eisen wordt gekeken en alleen voor dat project relevante eisen van toepassing worden verklaard. Voor de eigen organisatie betekent dit ook dat het belangrijk is om de eisen ook functioneel te specificeren.

1. **Pas dialoog met de markt toe rondom duurzaamheidsambities en risicoverdeling**

In aanbestedingen wordt een bepaalde vorm van dialoog toegepast wanneer dit meerwaarde heeft voor het realiseren van de duurzaamheidsambities. Dit kan een concurrentiegerichte dialoog zijn als procedure bij een groter project maar ook een informatiebijeenkomst of een (schriftelijke) marktverkenning bij een kleiner project. In deze dialoog is het bespreken van de duurzaamheidsambities en de opzet of het concept van het programma van eisen een van de belangrijke aandachtspunten inclusief het bespreken welke obstakels er in het dossier zitten die de opdrachtnemer belemmert om een duurzame/circulaire inschrijving te doen.

In bepaalde domeinen is daarbij een goede risicoverdeling belangrijk om het realiseren van de duurzaamheidsambities mogelijk te maken. Het realiseren van hoge ambities vraagt om innovatie in techniek en proces wat onder financiële druk simpelweg niet mogelijk is. Het bespreken van de risicoverdeling is dus van belang om hoge duurzaamheidsambities mogelijk te maken. Kortom wees open in de doelen die je wil bereiken en laat hier de markt ook oplossingen voor aandragen. Maar zorg er voor dat risico’s open en transparant worden besproken en niet integraal worden neergelegd bij de markt. Dit verstoord het proces van duurzame ontwikkeling.

1. **Bouw voort op duurzaamheidscriteria per productgroep**

Binnen productgroepen worden criteria ontwikkeld op klimaat en circulariteit. Bouw bij een aanbesteding voort op bestaande duurzaamheidscriteria binnen die productgroep (bv. Via [www.pianoo.nl](http://www.pianoo.nl)) en ontwikkel die verder door. Scherp deze in een aanbesteding verder aan op basis van geleerde lessen in voorgaande trajecten. Op termijn werken we zo toe naar standaardcriteria en een standaard beoordelingsmethodiek voor verschillende aspecten of verschillende productgroepen.

3.2. Leidende principes voor de aanbesteding: selectie, gunning en contractering

Om te komen tot een goed projectresultaat is het belangrijk om de juiste marktpartij te selecteren en deze uit te dagen op voor de opdracht “relevante” criteria. Daarbij spelen zowel prijs als kwaliteit een rol. Ook is het belangrijk om gemaakte afspraken te borgen in het contract. Voor de aanbesteding hanteren we de volgende vier uitgangspunten:

1. **Doe een voorselectie op duurzaamheidsvisie**

Wanneer er een voorselectie plaatsvindt voor het gunnen van een opdracht is het uitvragen van een duurzaamheidsvisie hier een belangrijk onderdeel van. In deze duurzaamheidsvisie worden marktpartijen uitgedaagd om te laten zien hoe hun organisatie (of op dat moment samenwerkingsverband) kijkt naar het realiseren van duurzame principes en dit reeds doet vanuit de eigen bedrijfsvoering.

1. **Gun op Beste Prijs-Kwaliteitverhouding**

In al haar aanbestedingen gunt <organisatie xxx> op de Beste Prijs-Kwaliteitverhouding (BPKV). Om kwaliteit voldoende onderscheidend vermogen te kunnen laten bieden wordt de prijs daarmee omgezet naar een aantal kwaliteitspunten of omgerekend naar een fictieve evaluatieprijs, waardoor de onderlinge verhouding helder is[[1]](#footnote-2). Daarnaast kan het van belang zijn om met een budget en/of prijsplafond (minimum en maximum) te werken. Hierdoor zal de concurrentie minder of niet meer op de prijs komen te liggen maar meer op kwaliteit en duurzaamheidscriteria. Voor wat betreft dit laatste is het goed om met het zogenaamde 10 R-model te werken (voorbeeld: <https://www.modulocare4circulair.nl/sluitende-keten-met-circulaire-producten/>). Hierbij kan het model gebruikt worden om de duurzaamheidsscore te baseren op een zo hoog mogelijk niveau op de ladder. Het gebruik van een LCA (Life Cicle Assesment) en/of CO₂als indicator, kan worden gebruikt voor de beoordeling van leveranciers. Hierbij is het wel van belang dat de waarden eenduidig zijn en eenduidig gebruikt worden.

1. **Geef voldoende gewicht aan kwaliteit in relatie tot prijs**

In al onze aanbestedingen wordt voldoende gewicht gegeven aan kwaliteit in de gunning. Bij het toepassen van een sterkere weging voor kwaliteit kunnen te hoge prijzen worden ondervangen door het hanteren van een plafondprijs. Van de kwaliteitsaspecten wordt minimaal de helft besteed aan duurzaamheidsaspecten. Immers duurzaamheidsambities zijn vaak lastig en niet eenduidig in prijs uit te drukken en, om deze ambities te realiseren, is er dus een sterkere weging van kwaliteit nodig. Vanuit de wetenschap dat er voldoende innovaties beschikbaar zijn, maar dat de toepassing hiervan projectspecifiek is, zal er binnen het onderdeel ‘kwaliteit’ meer gevraagd worden naar Plannen van Aanpak. Heldere Key Performance Indicatoren (KPI’s) die mee kunnen worden genomen in contractvorming zijn daar een belangrijk onderdeel van.  
  
Een belangrijk onderdeel in het totale proces is tijd. Het is van essentieel belang om de traditionele SO (Schets Ontwerp), VO (Voorlopig Ontwerp) en DO (Definitief Ontwerp) los te laten. Om de circulaire economie het beste te laten werken is het van belang dat leveranciers meedenken in het oplossen van het probleem of knelpunt. Daarnaast dienen zij voldoende tijd te hebben om bijvoorbeeld materialen te kunnen oogsten. Zie <https://en.wikipedia.org/wiki/Urban_mining>). Voor dit oogsten is flexibiliteit in het ontwerp- en designproces noodzakelijk.

1. **Neem KPI’s en/of ambities rondom duurzaamheid op in de overeenkomst en biedt hiervoor een financiële beloning**

In de ontwerp- of realisatieovereenkomst worden heldere KPI’s opgenomen op duurzaamheidsgebied. Deze KPI’s zijn op die manier onderdeel van ontwerpbeslissingen en materiaalkeuzes waarbij het sturen op de KPI’s een gezamenlijke verantwoordelijkheid is van <organisatie xxx> als opdrachtgever en de geselecteerde marktpartij(en). Het bespreken van de KPI’s wordt vast onderdeel van het contractmanagement. Het voordeel van KPI’s is dat hiermee de gemaakte afspraken goed gevolgd kunnen worden.  
  
Een aanvulling hierop is het maken van afspraken op het gebied van output, outcome, ambities en ontwikkelingen. Door het benoemen van wederzijdse ambities en het samen optrekken bij ontwikkelingen bij zowel opdrachtgever als leverancier kan er voor beide partijen juist een meerwaarde zijn. Vooral wanneer hier voor beide ook financiële en kwalitatieve incentives zijn benoemd.  
  
Een alternatief voor KPI’s kan ook zijn om de gewenste output of outcome vast te leggen. Door juist de koers te zetten op de uitkomst wordt leverancier, als specialist, gestimuleerd om op zoek te gaan naar de juiste oplossing (de ‘Hoe’) waarbij de opdrachtgever verantwoordelijk is om het kader (Wat) helder te omschrijven.

3.3. Leidende principes voor informatie-eisen

Om de gestelde doelen te halen is het belangrijk om voldoende informatie te hebben over de milieu-impact en materiaalsamenstelling van producten. Deze informatie is in toenemende mate beschikbaar maar wordt nog niet altijd en niet eenduidig opgevraagd. Het is daarom belangrijk om heldere en eenduidige informatie-eisen op te stellen. Daarbij worden de volgende twee principes gehanteerd:

1. **Vraag informatie op over milieu-impact tot en met scope 3**

Voor alle projecten wordt de milieu-impact bepaald waar mogelijk tot en met scope 3\*. In zowel de ontwerp- als de realisatiefase is de milieu-impact een van de aspecten die gebruikt wordt bij het maken van keuzes voor het project. <is de betreffende sector al gewend met het inzichtelijk maken van de milieu-impact?>

*\*Noot: Het gebruik van science based targets is onafhankelijk en meetbaar (zie ook onderstaand kader). Als organisatie heb je een directe invloed op je eigen scope 1 (directe CO₂**uitstoot door gebouw, vervoer en productie), 2 (indirecte uitstoot van CO₂**door zelf gekochte en verbruikte elektriciteit) en scope 3 (indirecte uitstoot van CO₂**veroorzaakt door bedrijfsactiviteiten van een andere organisatie). Aan de scope 1, 2 en 3 kunnen leidende principes of eisen worden geformuleerd. Voorbeeld eisen stellen aan CO₂**uitstoot, energieverbruik, ed.*

1. **Vraag een materialenpaspoort op**

Voor alle projecten (bouw) of producten (assets/facilitair) die aan <organisatie xxx> worden (op)geleverd wordt een materialenpaspoort\* opgevraagd. In zo’n materialenpaspoort is minimaal 95% van de materiaalsamenstelling van een product inzichtelijk en kan dit percentage per productgroep worden bepaald. Met een materialenpaspoort creëren we bewustzijn bij leveranciers en onszelf wat er in producten zit en kunnen we hierop sturen. Daarnaast vereenvoudigt informatie uit een materialenpaspoort het onderhoud en toekomstig hergebruik. Omdat een materialenpaspoort nu vaak nog onbekend is kan het opstellen hiervan ook worden meegenomen als ontwikkelafspraak gedurende het contract.  
  
*\*Het is mogelijk om bijvoorbeeld van meubilair een materiaalpaspoort op te vragen bij een leverancier. Op diverse niveaus in projecten kunnen er materiaalpaspoorten bij leveranciers worden opgevraagd. Meer informatie:* [*https://platformcb23.nl/actieteams/archief/framework*](https://platformcb23.nl/actieteams/archief/framework) *en https://madaster.nl/*

**Emissies in scope 1, 2 en 3**

Voor het bepalen van de milieu-impact en klimaatemissies zijn drie scopes vastgesteld: scope 1, scope 2 en scope 3. Deze scopes worden uniform toegepast door de gehele Bouw- en Grond, Weg en Waterbouw (GWW) sector. In andere domeinen, zoals bedrijfsvoering, is dit nog minder gebruikelijk. De scopes zijn als volgt gedefinieerd:

Scope 1 betreft de directe eigen emissies of milieu-impact. In het geval van een producent of aannemer is dit dus de directe impact van zijn productie- of werkproces.

Scope 2 betreft de indirecte eigen emissies of milieu-impact. In het geval van een producent of aannemer is dit de impact van de energie die hij verbruikt, maar van het elektriciteitsnet haalt.

Scope 3 betreft de emissies of milieu-impact in de gehele keten inclusief alle toeleveranciers. In het inzichtelijk krijgen van deze emissies en milieu-impact, om er vervolgens ook op te kunnen sturen, is het meeste te winnen.

3.4. Leidende principes voor ontwerp- en materiaalkeuzes

In het daadwerkelijk realiseren van een werk of het leveren van een product of dienst is het belangrijk om klimaatneutrale en circulaire principes concreet te maken. Daarbij gaan de principes met betrekking tot klimaatneutraliteit vooral over de productie van onderdelen en componenten en de uitvoering van de werkzaamheden (voorbeeld: materieel).

Principes met betrekking tot circulariteit gaan vooral over materiaal- en waardebehoud en kunnen verschillen per objectcategorie (bouw) of product/ dienst (asset/facilitair). De grootste kansen voor <organisatie xxx> liggen bij de behoeftebepaling <heroverwegen en variantenkeuze>, en aan het einde van de functionele levensduur (levensduurverlenging, herinzet, refurbishment & recycling). Daarnaast is het van belang om in de eigen specificaties van specifieke producten ruimte te bieden voor het realiseren van duurzaamheidsprestaties.

Voor het toepassen van deze leidende principes vanuit inkoop is het uitgangspunt dat de variantenkeuze is gemaakt (bouw) en dat de behoeftebepaling helder is gedaan (asset/facilitair). Deze uitgangspunten voor inkoop zijn gebaseerd op een breder kader met circulaire principes uit het Circulair Materialenbeleid zoals onderstaand is beschreven. Vanaf de behoeftebepaling worden in het inkoopproces de volgende circulaire principes centraal gesteld.

1. **Er wordt niets ingekocht wat niet nodig is**

Bij de start van de inkoopvoorbereiding wordt kritisch gekeken naar de vraag wat er echt nodig is. Niet inkopen is immers de meest duurzame optie. Waar mogelijk wordt levensduurverlenging van bestaande werken of producten als optie meegegeven aan marktpartijen.

1. **Vrijkomende producten, onderdelen en materialen worden zo hoogwaardig mogelijk hergebruikt**

Wanneer er bij het realiseren van een werk, het leveren van een product en/of dienst bestaande producten onderdelen of materialen vrijkomen, worden deze zo hoogwaardig mogelijk hergebruikt. Dit vindt bij voorkeur plaats in hetzelfde project (bouw) of op dezelfde locatie (facilitair). Als dat niet mogelijk is vindt dit plaats bij een ander project of op een andere locatie, waarbij er ook een verantwoordelijke rol ligt voor de opdrachtnemer. Recycling tot herbruikbare grondstof vindt alleen plaats als de opties tot hergebruik voldoende aantoonbaar onderzocht, en daarmee uitgesloten zijn.  
  
Een belangrijk hulpmiddel kan zijn om materialen die, in de loop der jaren, bij verbouwingen en transformaties vrijkomen, intern of extern te bewaren. Bij een inkooptraject kunnen deze materialen aan de leverancier beschikbaar worden gesteld met het verzoek om deze materialen in de betreffende tender zoveel mogelijk te hergebruiken.

1. **Nieuwe producten zijn zo klimaatneutraal en circulair mogelijk**

Bij het realiseren van een werk of het leveren van nieuwe producten zijn deze zo klimaatneutraal en circulair mogelijk geproduceerd. Daarmee bedoelen we het volgende:

* 1. Producten en onderdelen zijn gemaakt met een minimale milieu-impact over de gehele keten en zijn gemaakt van zo min mogelijk materiaal als nodig is voor de functie. Bij producten waar dit relevant is wordt toekomstig hergebruik meegenomen binnen de scope van de ‘gehele keten’;
  2. Producten zijn gemaakt van zo veel mogelijk hergebruikte onderdelen of gerecycled of secundair materiaal. Wanneer dit niet voldoet of niet beschikbaar is wordt nieuw materiaal gebruikt. Dit nieuwe materiaal is waar mogelijk biologisch van oorsprong, zuiver in zijn samenstelling en bevat geen toxische stoffen;

Producten zijn ontworpen om eenvoudig te kunnen repareren, aan te passen en te demonteren om toekomstig hoogwaardig hergebruik mogelijk te maken en afval te voorkomen.

1. **Ontwerpen worden zo klimaatneutraal en circulair mogelijk gemaakt**

Bij het inkopen en aansturen van dienstverlening (voorbeeld: ingenieursdiensten of aannemer met ontwerpvrijheid) wordt actief gestuurd op het toepassen van klimaatneutrale en circulaire principes. Er worden verschillende varianten uitgewerkt, waarbij tevens de impact op de duurzaamheidsaspecten inzichtelijk worden gemaakt. Het uitwerken van deze varianten is onderdeel van de inkoop uitvraag.

**Circulaire principes <organisatie xxx>**

In ons Circulair Materialenbeleid is een prioritering (‘ladder’) van circulaire aspecten benoemt die worden toegepast bij het bepalen van de circulaire ambitie voor een project.

* Wij voorkomen alle vormen van verspilling en we doen niets dat niet hoeft;
* We houden bij alle ontwerpkeuzen rekening met de zuiverheid van grondstoffen ten

behoeve van meerdere levenscycli;

* Wij ontwerpen adaptief en modulair, wat zorgt voor maximale toekomstbestendigheid;
* Wij maken maximaal gebruik van bestaande materialen en grondstoffen en minimaliseren hiermee het gebruik van primaire grondstoffen;
* Wij maken maximaal gebruik van hernieuwbare (bio based) grondstoffen;
* Wij gebruiken niet toxische stoffen en vervangen vervuilende materialen;
* Wij streven naar een 100% afvalvrije bedrijfsvoering;
* Bij materiaalkeuze wordt de *Total Cost of Ownership* (realisatie, onderhoud, retourname) meegenomen in de afweging.

3.5. Leidende principes voor Social Return

<organisatie xxx> vindt aandacht voor energie, leefbaarheid en hergebruik belangrijk. Maar <organisatie xxx> wil ook de menskant van duurzaamheid benadrukken: de sociale duurzaamheid. Daarbij gaat het zowel om het welzijn van eigen medewerkers, als om de mensen die werken in bedrijven die aan <organisatie xxx> verbonden zijn.

We vragen daarom social return uit bij het inkopen van diensten, werken en leveringen. Zo kan <organisatie xxx> via aanbestedingen invloed uitoefenen op opdrachtnemers (de eerstelijns keten).

Door social return uit te vragen maken we opdrachtnemers onderdeel van haar maatschappelijke doelstellingen en draagt <organisatie xxx> bij aan een inclusieve samenleving.

In aanbestedingen kunnen vier mogelijkheden van social return worden toegepast. Hoe groter de tijdsinvestering van <organisatie xxx> en de opdrachtnemer, hoe meer impact bereikt kan worden.

1. **Social return kan in aanbestedingen worden meegenomen als minimumeis**

Bijvoorbeeld als percentage van de loonsom van de overeenkomst, als percentage van de opdrachtsom of als aantal ingezette arbeidsuren. Voldoet de inschrijving niet aan deze minimumeis dan zal de inschrijving worden uitgesloten van verdere beoordeling.

In de praktijk wordt als minimumeis voor social return een percentage tussen de 2% en 5% gehanteerd. Dit percentage wordt in principe berekend over de opdrachtsom, tenzij de opdracht een grote materiële component heeft of de loonsom / arbeidscomponent slechts een klein deel van de opdrachtsom omvat. In deze gevallen kan het percentage social return beter worden berekend over de loonsom.

1. **Bij gebruik van social return als gunningscriterium**

Hierbij is een plan van aanpak of de uitgeschreven visie op social return van de inschrijvende partij onderdeel van de inhoudelijke beoordeling van de inschrijving van toepassing. De opdrachtgever kan hierbij zelf kiezen hoe zwaar social return meeweegt in de beoordeling. Omdat de opdrachtgever bij deze manier van uitvragen de sociale impact bepaalt waarop gescoord wordt, heeft de opdrachtnemer in dit geval een beperkte vrijheid in de invulling van de social return-verplichting.

1. **Social return als opgenomen contracteis**

Het kan een contracteis zijn dat inschrijvers zich committeren aan acties zoals het schrijven van een plan van aanpak op social return en/of het organiseren van een leveranciersdialoog. Omdat deze acties pas na gunning van de opdracht hoeven te worden uitgevoerd, zorgt dit voor opdrachtgever én opdrachtnemer een lagere tijdsinvestering gedurende de aanbesteding. Na gunning van de opdracht is er tijd en ruimte om in gesprek te gaan over het plan van aanpak van opdrachtnemer. De flexibiliteit die dit oplevert zorgt voor een grote mate van sociale impact bij de invulling van de social return-verplichting.

1. **Social return kan ook maatwerk per aanbesteding zijn**

Zo kan maximale maatschappelijk impact gecreëerd worden. Social return hoeft op deze manier niet een lastig haalbare opgave met veel regels te zijn. In plaats daarvan gaan opdrachtgever en opdrachtnemer het gesprek open in en kijken samen waar er ruimte is en hoe die creatief benut kan worden.

Bijlage: < samenvatting van uitgangspunten duurzaamheidsbeleid organisatie xxx>

<verankering, deze kan gebruikt worden als ambitiebeschrijving op duurzaamheid en onderdeel zijn van het aanbestedingsdossier>

Bijlage: facultatief < Menukaart Kader MVI organisatie xxx>

1. Prijsduiking wordt ondervangen door de wet. Als een prijs abnormaal laag lijkt, kan <organisatie xxx> altijd onderzoek doen en de partij afwijzen als het prijsniveau niet logisch verklaarbaar is. [↑](#footnote-ref-2)