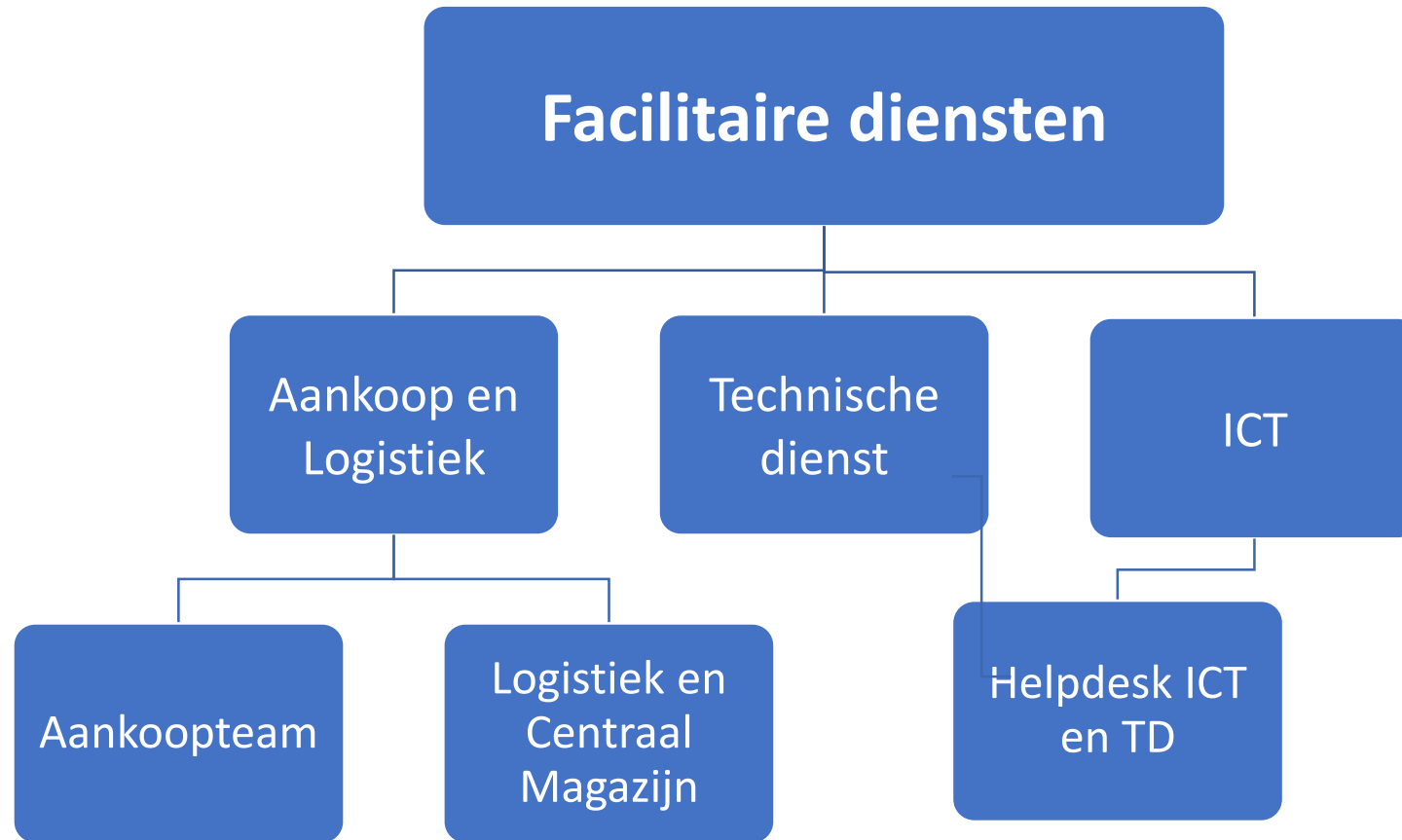


Werkkledij en linnen Reproductiemiddelen **Green Deal (Vlaanderen Circulair)** Zorg Leuven - Circulair aankopen

Mei 2017 – Juni 2019

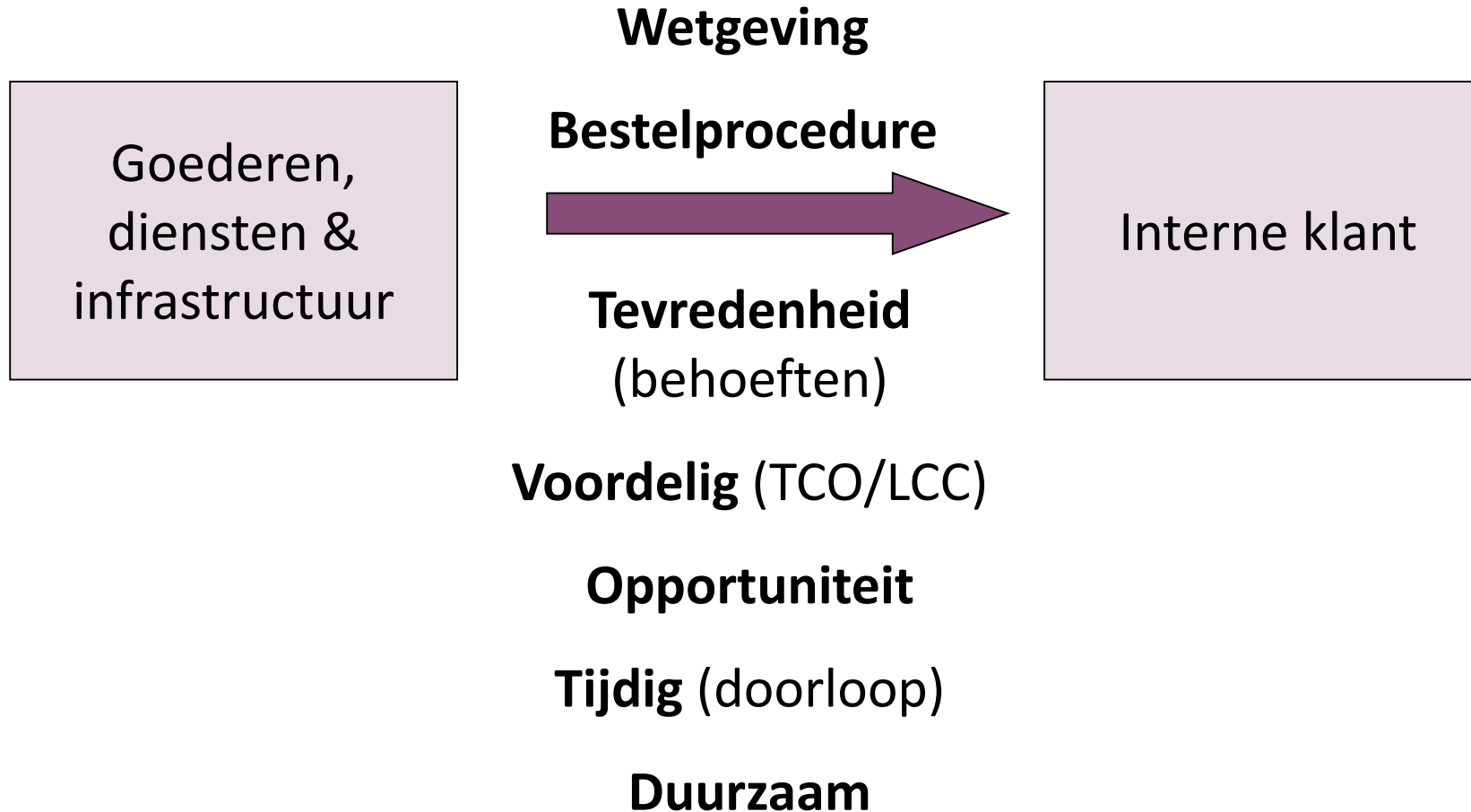
Facilitaire diensten

Organisatie



Centrale aankoopfunctie

Doelstellingen en procedures



Circulair aankopen

- Een duurzame manier van aankopen met oog voor **mens, planeet én portemonnee**.
- Een proces waarbij je '**verandering** koopt', bijvoorbeeld door voor
 - herbruikbare materialen te kiezen,
 - bio-gebaseerde of biodegradeerbare materialen te kiezen,
 - middelen en producten te poolen of te delen met andere organisaties of
 - het gebruiksgenot van een product te kopen in plaats van het product zelf.
- **Maximaal behoud van waarde** van de producten, componenten en materialen staat daarbij centraal.

CIRCULAIR AANKOPEN
=

SLIM AANKOPEN

KIEZEN VOOR:



Herbruikbaar materiaal



Biogebaseerd of biodegradeerbaar



Opgewaardeerd/tweedehands



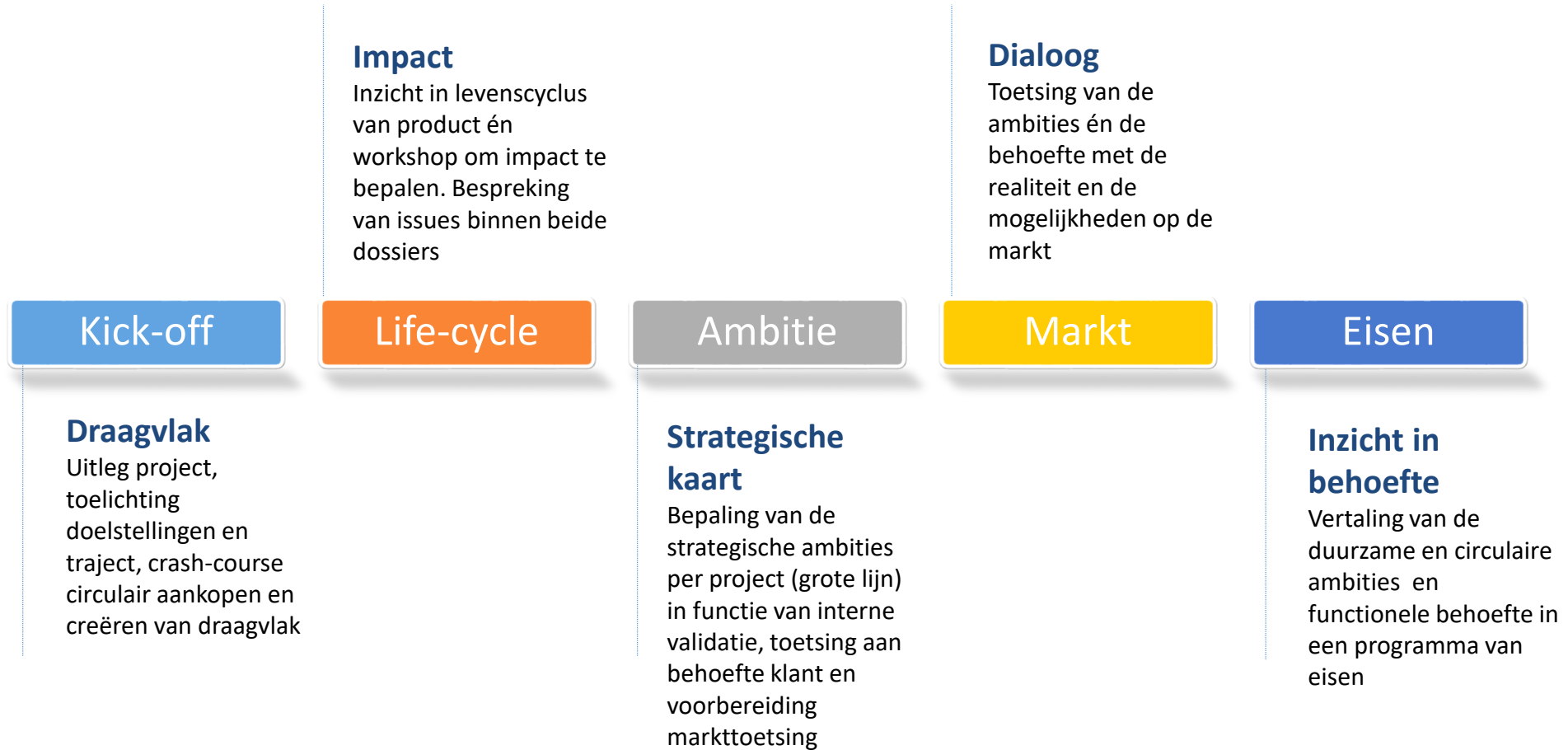
Poolen, delen



Gebruiksgenot kopen i.p.v. goederen zelf

De aanpak van het aankooptraject

DEEL I – Voorbereiding met oog op de ontwikkeling van de selectieleidraad en van het bestek



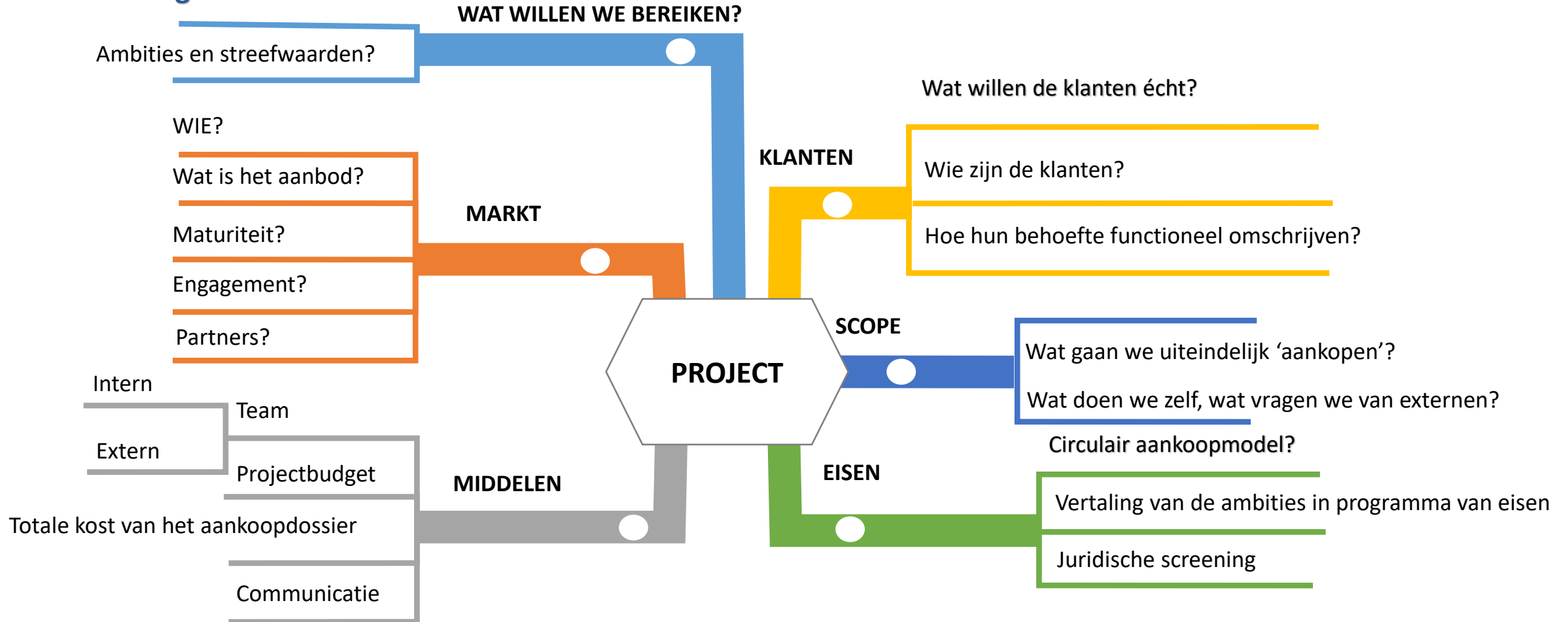
STAP 1. Kick off – focus op...

- **Draagvlak:** meerwaarde en voordelen van circulaire aankopen
 - Niet iedereen is ‘believer van het eerste uur’
 - Opleiding: basiskennis
- **Methodiek bepalen** in samenspraak: hoe zullen we tewerk gaan en hoe stellen we het projectteam samen?
 - Strategische experts
 - Coördinatoren operationeel (vertegenwoordigers interne klanten)
 - Medewerkers
 - Aankopers

DE GROTE VRAGEN

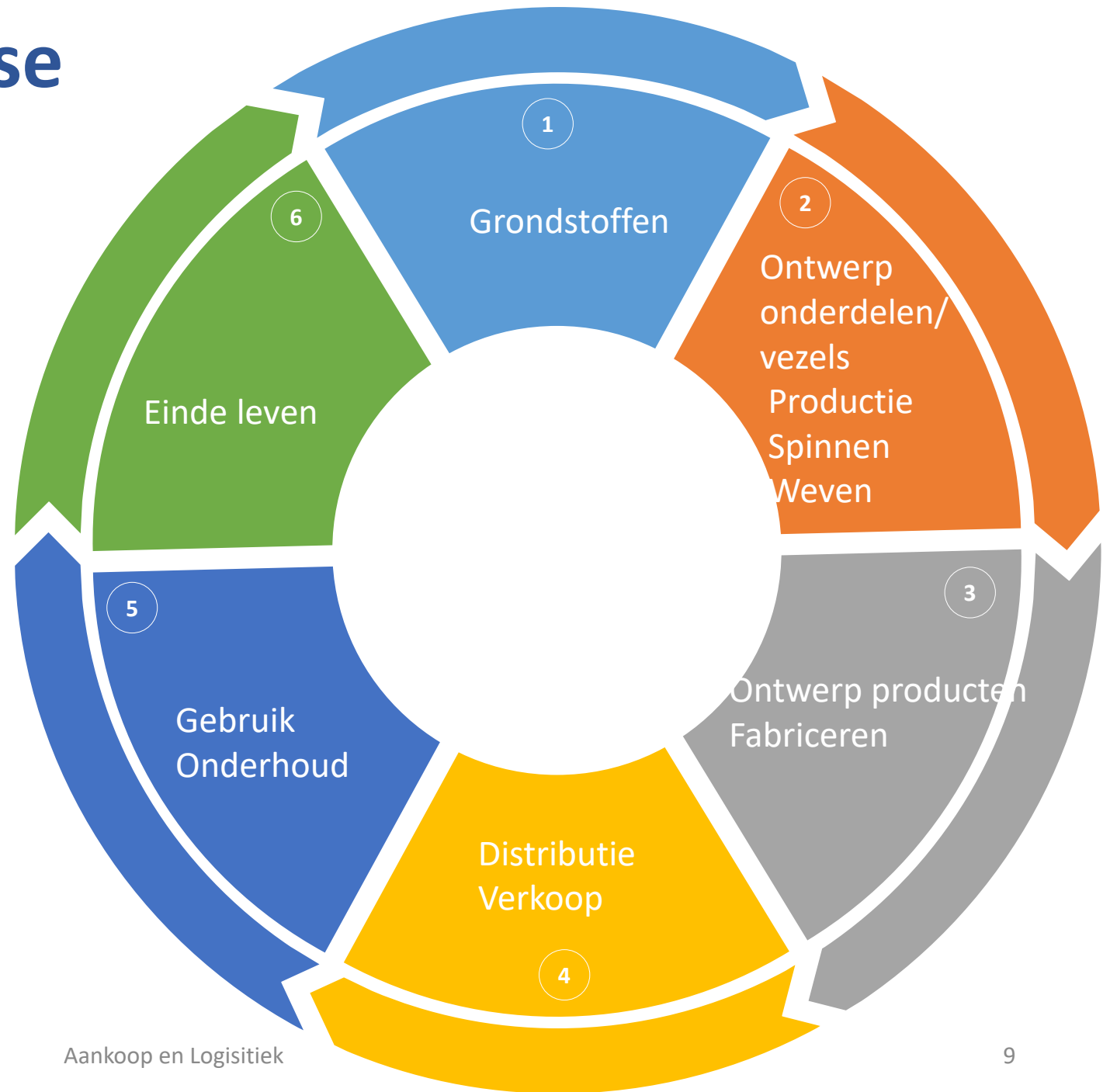
Welke vragen stellen?

Strategische kaart



STAP 2. Life cycle analyse

Wat zijn de **UITDAGINGEN** op vlak van duurzaamheid en circulariteit in de keten van werkkledij/machines?



STAP 3. Strategische kaart (SK) ontwikkelen

- Ontwikkelen van een **strategische kaart met dynamische doelstellingen en streefwaarden op vlak van duurzame en circulaire aankoop/huur** over de volledige looptijd van de overeenkomst
- **Eenvoudig opvolgsysteem** voor het meten van de performantie van de vooropgestelde doelstellingen
- Belangrijk: **SK = gedragen**
SK = gevalideerd

Input strategische kaart



A



Totale hoeveelheid
materialen reduceren

B



Niet-hernieuwbare
virgin input reduceren

C



Gebruiksduur
verlengen

D



Potentieel hergebruik
van **product of com-
ponent** maximaliseren

E



Potentieel hergebruik van
materiaal maximaliseren –
recycleerbaarheid

A
1

Intern delen

B
1

Inzicht in aandeel recycled,
biobased en virgin materialen

C
1

Garanties oprekken

D
1

Design for Disassembly

E
1

Design for recycling

A
2

Huren of peer to peer delen

B
2

Aandeel recycled content
verhogen

C
2

Contractuele afspraken
onderhoud en herstel

D
2

Modulair ontwerp

E
2

Inzicht in materialen

A
3

Hergebruik, refurbishing of
upgraden

B
3

Aandeel biobased content
verhogen

C
3

Upgradebare producten

D
3

Gestandaardiseerd ontwerp

E
3

Contractuele afspraken
terugname en recyclage

A
4

Minimaal gebruik van
materiaal in ontwerp

C
4

Ontwerpen voor lange
levensduur

D
4

Inzicht in samenstelling en
verbindingen

E
4

Verminderen van toxiciteit

A
5

Minder afval

C
5

Repareerbaarheid en
onderhoudbaarheid

D
5

Contractuele afspraken
terugname en hergebruik

E
5

Biologisch afbreekbaar /-
composteerbaar

C
6

Modulair/veranderingsge-
richt ontwerp

D
6

Circulaire verdienmodellen
stimuleren

E
6

Circulaire verdienmodellen
stimuleren

C
7

Contractueel stimuleren van
gebruiksduurverlenging

C
8

Advies over gebruiksoptima-
lisatie door leverancier

DOELSTELLINGEN EN STRATEGIEËN VOOR CIRCULAIRE AANKOPERS

		Hoofddoelstelling	Project specifieke doelstelling Kledij en linnen
C I R C U L A I R (# G D C A)	Sluiten van de keten		1 We reduceren de totale hoeveelheid materialen door het huren linnen (product-as-a-service) die we delen binnen de organisatie (groep) - A2
			2 We reduceren de totale hoeveelheid materialen door maximaal in te zetten op een eco-efficiënt ontwerp van werkkledij in samenspraak met de producent - A4
			3 We zetten in op een hoger aandeel recycled content in de kledij en/of linnen in functie van de mogelijkheden op de markt - B1
			4 We willen inzicht in % recycled, biobased en virgin content in de werkkledij en het linnen - B3
			5 We kiezen producten met hogere kwaliteit in functie van een langere levensduur (uitgedrukt in het eisen van hoger # wasbeurten) - C1
			6 We kiezen voor een contract met onderhouds- en herstelverplichtingen met oog op de verlenging van de levensduur van de producten - C2
			7 We vragen advies over gebruiksoptimalisatie van de producten aan de leverancier - C8
			8 We eisen een terugname van alle producten en een zo hoogwaardig mogelijk hergebruik (inzicht in de volgende loop) - D5-7
			9 We eisen volledige transparantie over het deel dat laagwaardig wordt hergebruikt (inzicht in de volgende loop) - E4
	Van product naar dienst		10 We kiezen voor circulaire contractvormen met focus op gebruik en optimale invulling van de behoefte (performantie-eisen)
D U U R Z A A M	Duurzaamheid product		11 We eisen producten waarvan er een garantie wordt gegeven dat er geen schadelijke en kankerverwekkende stoffen aanwezig zijn in het eindproduct (Oëkotex 100 of gelijkwaardig)
			12 We eisen de hoogste standaarden op vlak van milieumanagement voor het wasproces van de kledij en het linnen (ISO 14001/EMAS of gelijkwaardig)
			13 We eisen milieuvriendelijke wasproducten (EU ecolabel of gelijkwaardig)
	Duurzaamheid keten		14 We zetten in op transparantie in de keten (plaats van productie) en eisen respect van mensenrechten, leefbare lonen en arbeidsvoorwaarden zoals bepaald volgens internationale en nationale wetgeving (gebruik van toolbox VVSG)

Hoofddoelstelling		Project specifieke doelstelling Reproductiemachines
C I R C U L A I R (# G D C A)	Herdenken van de functionaliteit	1 Business intelligence en smart data over het gebruik van de toestellen
		2 Dynamische dienstverlening aan de klant en advies over gebruiksoptimalisatie door leverancier
	Sluiten van de keten	3 We reduceren de totale hoeveelheid materialen door het huren van toestellen (product-as-a-service) die we delen binnen de organisatie (groep) - A2
		4 We reduceren de totale hoeveelheid materialen door maximaal in te zetten op refurbished materiaal door het hergebruik/upgraden van eigen of andere voorraad, dit enkel voor alle kleine toestellen - A3
		5 We willen inzicht in % recycled, biobased en virgin content in het materiaal (zowel de machines als de toners)- B3
		6 We kiezen voor een product as a service met focus op optimaal onderhoud, repareerbaarheid met oog op maxiamle verlengen van de levensduur - C 2/C5
		7 We kiezen een product-as-a-service met potentieel voor upgraden bij een veranderende behoefte - C3
		8 We eisen een terugname van alle materiaal (inclusief toners) en een gedetailleerd inzicht in de volgende loop - D5-7
		9 We eisen volledige transparantie op vlak van toxiciteit (VOS) en effectief hergebruik van toners - E4
	Van product naar dienst	10 We kiezen voor circulaire contractvormen met focus op gebruik en optimale invulling van de behoefte (performantie-aisen)
D U U R Z A A M	Duurzaamheid product	11 We kiezen voor hoge capaciteitstoners die voldoen aan standaarden (EU ecolabel of gelijkwaardig) en vrij zijn van toxische stoffen (check wetgeving)
		12 We eisen de hoogste standaarden op vlak van energie-efficiëntie van de toestellen (Energy-star of gelijkwaardig)
	Duurzaamheid keten	13 We zetten in op transparantie in de keten (plaats van productie) en eisen respect van mensenrechten en arbeidsvoorwaarden zoals bepaald volgens internationale en nationale wetgeving

Stap 4 – afstemmen van behoefte en ambities met de markt

BEHOEFTE



AMBITIE



Vorbereiding marktdialoog en RFI

Functionele noden

- **Wat is onze behoefte?**
 - Zo functioneel mogelijk omschrijven van wat we nodig hebben om zo de markt flexibel te laten reageren.
- **We vertrekken van wat gebruikelijk is.**
 - Hoe kunnen we deze business as usual anders omschrijven met oog op meer ruimte voor innovatie door de markt

Strategische ambities

- **Wat willen we bereiken op vlak van duurzaamheid en circulariteit?**
- Hier vertrekken we van onze strategische kaart om de juiste vragen te stellen

Proces voor marktonderzoek



Part II – Selecteren van kandidaten

Stap 5.1 – opmaak Selectieleidraad

- Ambitie: **minstens het kwaliteitsniveau van de aflopende raamovereenkomst realiseren (geen stap terug) en liefst verbeteren.**
- Het circulaire principe **‘product as a service’** toepassen.
- De **contractduur optimaliseren** in functie van de levensduur.
- De **selectie-eisen** op vlak van vakbekwaamheid, kwaliteitsmanagement, milieu-impact en ketenbeheer **verhogen.**

Stap 5.2 – Het selecteren

- Het **maturiteitsniveau** op het gebied van circulariteit en transparantie van de keten verschilt sterk
- **Textiel** is een markt in volle ontwikkeling op zoek naar alternatieve vezels en duurzame stoffen.
- Onze contacten zijn wasserijen en confectioneurs met lokale verankering, met eigen beroepsvereniging en expertisecentrum.
- Bij reproductiemiddelen gaat het om lokale verdelers van internationale bedrijven met productie veelal in Azië.

Deel III – Gunningsfase

Stap 6.1 – opstellen van specificaties en gunningscriteria

- **De vraag wordt niet in vraag gesteld** (afpraak met interne klant) d.w.z. de behoeften zoals gedefinieerd door de interne klant zijn het vertrekpunt.
- Focus op het verbeteren van het systeem, het contract, de leverancier en de producten en minder op het gedrag van de klanten.
- **Verhoog de prestatie-eisen met betrekking tot service, comfort, milieu-impact en circulariteit, binnen het haalbare.**
- Niet de bedoeling om innovatieve producten te laten ontwikkelen. **Producten bestaan reeds, zijn ruim beschikbaar en hun nut is bewezen.**
- Zijn er **artikels waarbij maximaal kan ingezet worden op duurzaamheid** en circulariteit?
- Streven om **kost binnen de perken houden** (in verhouding tot klassiek heraanbesteden).

Stap 6.2 – Gunning Reproductiemateriaal

- **Reproductiemiddelen en digitalisering**
 - **Gebruik gemaakt** van een **bestaande raamovereenkomst**
 - Provincie Vlaams-Brabant
 - Milieucriteria grotendeels ingebouwd en gerealiseerd
 - Gunstige voorwaarden
 - **Bijkomende afspraken aangaande circulaire doelstellingen en ketenbeheer**
 - **Vragenlijst** op basis van strategische kaart
 - Voor het realiseren van elk van die doelstellingen – garanties van de opdrachtnemer toegevoegd
- **Bestelling geplaatst**
- **Uitvoering**
 - Implementatiefase

Stap 6.2 – Gunning linnen en werkkledij

- **Werkkledij zorg, onderhoud en kinderopvang**
 - **Meer stuks per medewerker** van bij aanvang
 - **Innovatieve vezel: Ecogreen** van Tencate (duurzaamheidslabels)
 - **65% rPet** (gerecycleerd polyester) en **35% bCell** (cellulosevezel uit duurzame houtwinning FSC) + **weeftechniek**
 - Testresultaten: heel positief
 - Soepeler, ervaren als luchtiger, houdt minder warmte vast
 - Wel andere oplossing voor beweeglijkheid schouders dan wat men nu gewend is
- **Kleuren refereren naar huisstijl en kleuren van het logo**
 - Witte/licht grijze vesten met kleuraccenten (damesmodel en unisexmodel)
 - Blauwe, rode, lichtgrijze broeken
 - Broeken verschillende beenlengten, niet oprolbaar
 - Bermuda's
- **T-shirt als alternatief voor vest**
 - Test: nadeel geen zakken, door innovatieve stof voor de vest misschien minder nodig

Ecogreen

- <https://eu.tencatefabrics.com/products/workwear-fabrics/tecawork-sustainable-fabrics/>
- Oeko-Tex 100
- Gerecycleerde PET flessen
- FCS houtvezels
- Keperbinding



Deel III – Uitvoering

Stap 7 – Implementatie

- **Reproductiemiddelen**
 - Bestelling geplaatst
 - Uitvoering
- **Werkkledij en linnen**
 - 1^{ste} stap = **Opstartoverleg** om planning op te maken
 - Gevolgd door **passessies**
 - Opstart gepland: begin 2020
 - **!!! Gerecycleerd polyester is een tussenstap maar geen einddoel in de zoektocht naar duurzame materialen:**
 - Voordelen
 - Nadelen o.a. microplastics





Febe-Kristof

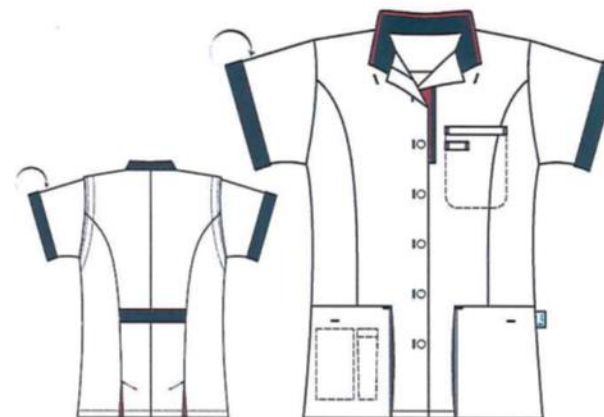
Unisexjasje

65% rPet / 35% bCell // 225 g/m²

Basis: Ecogreen wit

G1: Ecogreen marine blue

G2: Ecogreen papaya



Febe-Kirsten

Damesjasje

65% rPet / 35% bCell // 225 g/m²

Basis: Ecogreen wit

G1: Ecogreen marine blue

G2: Ecogreen papaya



Conclusie

- Duurzame inkoop vereist **pioniers**, niet alleen buiten, maar ook binnen de organisatie. Pioniers zijn kwetsbaar.
- Het Management heeft een belangrijke rol: hun goedkeuring zichtbaar maken (**empowerment**).
- De pioniers moeten **supporters** rekruteren en **doorzetten**.
- Best practice is
 - **beroep doen op** deskundigen, kenniscentra, professionele organisaties;
 - rekening houden met de principes van **verandermanagement**.
- Waar de bereidheid en het enthousiasme groot zijn, zijn enkel **uitdagingen**.
- Dit zijn **tussenstappen** in het verduurzamen en geen ultieme oplossingen.

Contactgegevens

Christiane Klewais christiane.klewais@zorgleuven.be

+ 00 32 16 24 82 33

Siska Dutilleux (textiel) siska.dutilleux@zorgleuven.be

+ 00 32 16 24 82 51

Ward Decré (repro) ward.decre@zorgleuven.be

+ 00 32 16 24 82 77

<https://www.zorgleuven.be/>

Met dank aan de experts die ons steunden:

- Bert Baeyens, Public Procurement Management
- Mieke Pieters, The Global Picture
- Edwin Maes, Centexbel