

Factsheet

Aanbesteding promotionele producten



platform
promotional
products

Profnews, juli 2011

ING moet weer premium terugroepen



ING heeft wederom een premium uit de handel moeten terugroepen. Na de rel vorig jaar rond een pen van ING moet nu een knuffel in de vorm van de bekende spaarleeuw teruggehaald worden. Het product zou ondeugdelijk zijn.

De nieuwste problemen rond het ING-premium dateren al van eerder dit jaar, maar halen vooral het nieuws omdat er niet vaak problemen optreden met premiums. Recalls van premiums zijn nog zeldzamer. Voor ING is het terugroepen van twee premiums bovendien een slechte zaak, omdat het imago van het bedrijf geschaad wordt.

De promotionele productenbranche heeft echter wel een verklaring voor de gebeurtenissen. Volgens de branche wordt ING gedreven door kostenbeheersing. Daardoor wordt minder goed gelet op de kwaliteit van de premiums. Bovendien speelt bij beide zaken mee dat eerdere leveranciers aan de kant werden gezet ten gunste van nieuwe, goedkopere leveranciers. Omdat in de productie niet bespaard kan worden, komen besparingen ten nadelen van de kwaliteit.

Distrifood, juni 2010

McDonald's haalt gifglazen terug

McDonald's haalt in de Verenigde Staten twaalf miljoen drinkglazen met de afbeelding van tekenfilmfiguur Shrek uit de restaurants, omdat ze giftig zijn.

Cadmium

De CPSC is de Amerikaanse tegenhanger van de Voedsel en Waren Autoriteit. Ze hebben vastgesteld dat de lakversiering op de glazen het giftige cadmium bevat. In Nederland is cadmium als kleurstof in veel producten verboden, vooral in drink- en eetgerei.

Cadmium is kankerverwekkend en slecht voor de nieren.



Deze factsheet is bedoeld om meer inzicht te bieden in het proces van inkoop van promotionele producten en diensten. De factsheet richt zich op een ieder die via aanbestedingen op kwalitatief verantwoorde wijze promotionele producten wil inkopen.

Door in een vroeg stadium helder te definiëren wat uw wensen en verwachtingen zijn ten aanzien van onze producten en diensten, kan het inkoopproces zo doeltreffend mogelijk worden doorlopen. Daarmee is iedereen gebaat.

U gaat een aanbesteding uitvoeren. Waar gaat uw aandacht naar uit?

Inzetten op kwaliteit, duurzaamheid, creativiteit, voor de juiste prijs, binnen gestelde termijnen: allemaal relevant wanneer u op grotere schaal promotionele producten gaat inkopen. Door aan te besteden kunt u diverse accenten in uw eisenpakket aanbrengen. De volgende aandachtspunten worden beurtelings behandeld en dienen als handvat voor de binnen de aanbesteding aan te brengen accenten:

- 1) Creativiteit en effectiviteit van promotionele producten
- 2) Het logistieke proces
- 3) Kwaliteit van de organisatie
- 4) Kwaliteit van de producten
- 5) Duurzaamheid
- 6) Financiële aspecten: Prijsvorming



1 Creativiteit en effectiviteit van promotionele producten

In welke mate kunnen leveranciers invulling geven aan uw behoeften aan creativiteit en effectiviteit van het product? Anders gezegd: wat willen we en kunnen we met de inzet van promotionele producten bereiken?

Dient het product onderscheidend te zijn, om daarmee uw bedrijfscommunicatie maximaal te ondersteunen? Moeten er speciale producten ontwikkeld worden, passend binnen een conceptueel creatief kader?

De aanbesteding biedt bij uitstek gelegenheid op deze vragen antwoord te krijgen. Bijvoorbeeld door ruimte te bieden voor het insturen van cases door leveranciers. Zodat voor u helder gemaakt kan worden welk effect de inzet van promotionele producten voor uw organisatie genereert.

**Het WK Voetbal 2022 in Qatar.
We zijn er nu al klaar voor.**

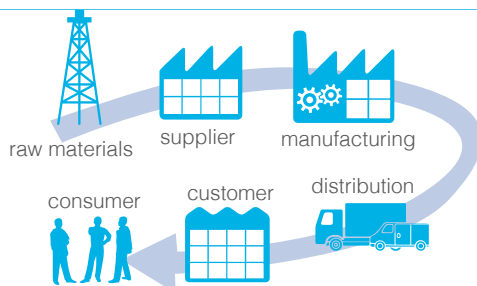


2 Het logistieke proces en de rol van uw leverancier

De herkomst van promotionele producten is uiterst divers. Er zijn in de promotionele producten branche vele productgroepen te onderscheiden. Talloze producten worden – al dan niet custom made - vanuit de hele wereld geïmporteerd. Vervolgens moeten deze producten van uw logo voorzien worden, in uw huisstijl passend gemaakt worden en op enigerlei andere wijze worden veredeld. Daarbij dient rekening gehouden te worden met het productieproces, aantallen, levertijden, manieren van bewerken, voorraad houden, valutawisselingen, inflatie, het ordenen van het aanverwante logistieke proces en de distributie van uw producten. Kortom: het beheersen van financiële en voorraadriscico's is een complex metier.

Uw leverancier is uiteindelijk degene die voor u de beste keuze kan maken uit de talloze producten die door duizenden toeleveranciers binnen en vanuit buiten de EU worden vermarkt. Uw leverancier kan op basis van kennis, ervaring en kunde onderscheid maken tussen goede en minder goede kwaliteit, de juiste wijze van bedrukken of bewerken, de effectiviteit van het te kiezen product, de juiste prijs, etcetera.

Voorbeeld: u heeft een groot aantal bedrukte usb-sticks in uw basisassortiment opgenomen, tegen een bepaalde prijs. U bent – tegen verwachting in – al snel door deze voorraad heen. U wilt nog een klein aantal usb-sticks bijbestellen. En u wilt ze snel in huis hebben. Dat kan natuurlijk. Echter zal de prijs variëren t.o.v. de aanvankelijk overeengekomen prijs. Ten eerste omdat toeleveranciers van usb-sticks dagelijks andere prijzen hanteren, beïnvloed door wisselende grondstofprijzen en valutaschommelingen. Maar ook omdat het bedrukken van een kleiner aantal producten relatief duurder is dan het bedrukken van een grote partij. Daarbij komt, dat als u de usb-sticks snel in huis wilt, u niet kunt wachten op verscheeping vanuit Azië, waar de kostprijs nu eenmaal lager ligt dan hier.



3 Kwaliteit van de organisatie van de leverancier

Verschillende componenten vormen de maatstaf voor het begrip kwaliteit. Allereerst een aantal aandachtspunten voor de organisatie als geheel:

- Is de leverancier gecertificeerd op het gebied van MVO of CSR?
- Is er opgeleid personeel?
- Geeft de leverancier inzicht in activiteiten rondom kwaliteitszorg?
- Op welke wijze geeft de leverancier invulling aan milieuzorg?
- Welke activiteiten onderneemt de leverancier als het gaat om maatschappelijk verantwoord ondernemen?
- Hoe gaat de leverancier om met onverhoopte gebreken? En met klachten?
- Is de leverancier financieel solide? Kan de leverancier referenties overleggen?
- Lidmaatschap: Branchevereniging Platform Promotional Products (PPP).
PPP stelt leveringsvoorwaarden beschikbaar, die door veel aangesloten leden worden gebruikt. Daarnaast biedt PPP bedrijfscertificeringen en vakopleidingen voor aangesloten leden. Hierover meer onder punt 5.

4 Kwaliteit van de producten die uw leverancier aanbiedt

De producten en diensten waarvoor u uw aanbesteding uitschrijft dienen kwalitatief verantwoord te zijn, nog los van het feit dat ze dienen te voldoen aan vigerende wet- en regelgeving. Reach, RoHS, WEEE, CE, Toy Safety Directive: zomaar een kleine greep uit de steeds groter wordende groep wetten en regels, die van toepassing zijn op onze producten. Het voldoen aan alle kwaliteitseisen en normen is inmiddels core-business voor professionele toeleveranciers binnen onze keten geworden. Ook als het gaat om de kwaliteit van het product zelf is er nogal wat onderscheid mogelijk. Dat geldt evenzeer voor de diverse methoden van het bewerken van de producten. Het helder definiëren van uw wensen ten aanzien van kwaliteit voorkomt dat binnen de aanbestedingen en inschrijvingen erop “appels met peren” worden vergeleken.

Voorbeeld: We kunnen een tas met bedrijfslogo erop op verschillende manieren aanbieden. De tas zelf kan van nogal uiteenlopende materiaalsoorten gemaakt zijn. Juten, katoen, linnen, leer, plastic, papier, polyester, etcetera. Elk van die materiaalsoorten vraagt om specifieke methoden van bewerken.

5 Duurzaamheid: milieu, sociale omstandigheden en social return

Het inzicht dat duurzaamheid in het hele inkoopproces van belang is, is inmiddels door zowel bedrijfsleven als overheden omarmd. Zo stelt de overheid diverse eisen op gebied van milieu, arbeidsomstandigheden in de productieketen en sociaal werkgeverschap. Ook vanuit het bedrijfsleven is in toenemende mate aandacht voor duurzaamheid in de supply chain. Binnen de nieuwe aanbestedingswet is duurzaamheid een belangrijke pijler geworden met betrekking tot de gunningscriteria binnen de aanbesteding. Als branche zijn we voortvarend met deze ontwikkelingen aan de slag gegaan:



De rol van branchevereniging Platform Promotional Products (PPP): Code of Conduct, PPP Academy en CSR Promotional Products Certificaat.

Branchevereniging PPP heeft, in samenwerking met stakeholders als nVWA, MVO Nederland, koepelorganisatie EPPA, MKB Nederland en keuringsinstituut SGS, een breed programma ontwikkeld, waaraan aangesloten leden kunnen deelnemen, opdat zij optimaal gefaciliteerd worden in het voldoen aan wet- en regelgeving, eisen op gebied van productveiligheid, ketentransparantie, milieuzorg en sociale duurzaamheid. Basis voor dit programma wordt gevormd door een Europese Code of Conduct en een certificatieprogramma. Daarnaast biedt PPP een gedegen vakopleiding vanuit de PPP Academy aan. Zo kunnen bij PPP aangesloten leveranciers op een professionele wijze tegemoet komen aan uw eisen op het gebied van kwaliteit en duurzaamheid. Dat is temeer belangrijk, omdat u, als inkoper van promotionele producten, uiteindelijk aansprakelijk bent voor zaken als productveiligheid en een duurzaam en verantwoord productieproces binnen de keten.

6 Creativiteit en effectiviteit van promotionele producten

Aantallen, prijs en levertijden

Hoeveel producten zijn benodigd? Dienen deze gelijktijdig geleverd te worden? Juist omdat promotionele producten bewerkt moeten worden hangt prijsvorming ervan nauw samen met aantallen. De stuksprijs van bedrukte pennen in een kleine oplage is aanzienlijk hoger, dan wanneer deze oplage groter zou zijn. Men dient derhalve rekening te houden met instelkosten, bedrukkings- of andersoortige veredelingskosten, kosten voor het houden van voorraden, verzendkosten etcetera. Het hiervoor gegeven voorbeeld van de bedrukte tassen illustreert dat mooi.

Prijsvorming en externe factoren

Promotionele producten komen, zoals hiervoor omschreven, vanuit talrijke plekken op de wereld. Vrachtkosten, sociale(-re) arbeidsomstandigheden (bijv. in het Verre Oosten), milieu- en importheffingen, inflatie, valutaschommelingen: alle van invloed op de kostprijs van uw product: daarom is het lastig voor langere tijd prijzen vast te leggen.

Voorbeeld checklist:

- ✓ Aantal
- ✓ Levertijd
- ✓ Handlingkosten (verpakken)
- ✓ Transport-, opslag- en bezorgkosten
- ✓ Duidelijke omschrijving artikel (gebruikte materiaalsoort)
- ✓ Aantal kleuren bewerking en wijze van bewerken



Voorbeeld: sommige bidons moeten voorberekt worden alvorens uw bedrijfslogo erop gedrukt kan worden. Om de gewenste kwaliteit te waarborgen moeten dus meer handelingen verricht worden en stijgt de kostprijs.

Tot slot

Deze factsheet is een initiatief van het Platform Promotional Products. Voor vragen naar aanleiding van de factsheet kunt u zich wenden tot het PPP via mail: info@ppp-online.nl of telefonisch via 088 570 03 00