

BUYER

meets

SUPPLIER



GREEN DEAL
CIRCULAIRE
AANKOPEN



Woensdag 23 mei
Herman Teirlinck-gebouw
BRUSSEL

Verslag marktdialoog Verlichting

Locatie Zaal 01.17 **Facilitator** Thomas De Jonghe
Tijd 14:50- 15:40 **Verslag** Anne Paduart

Productgroep / sector

kantoormeubilair- en inrichting

textiel en werkkledij

ICT

building technology (verlichting,
airco, verwarming, ...)

bouw en renovatie

1. DEELNEMERS

Rol	Organisatie	Naam	Functie
Leverancier	Hydropole	Harrie Niessen of Nicole Le Sage	
Leverancier	ETAP N.V.	Michael Joris	New Business Development
Leverancier	Kloeckner Metals ODS Belgium	Ron Jacobs	Sales Manager
Leverancier	Philips Lighting	Tom De Fruytier	Marketing Manager
Leverancier	Zumi	Tony Decavele	managing director
Aankoper	De Lijn	Christel Kestens	Inkoper
Aankoper	VUB	Poppe Jeroen	Project Manager
Aankoper	Gemeente Tervuren	Janssens Nick	Projectleider
Aankoper	Dubolimborg	Broekx Gert	Inhoudelijk medewerker
Aankoper	VITO	Johan Verbeeck	Financieel / Inkopen Manager
Expert	The Global Picture	Mieke Pieters	Observator
Aankoper	Vlaamse Milieumaatschappij VMM	Karolien De Corte	Verantwoordelijke Faciliteit Beheer
Aankoper	Accenture	Silke Lepee	Milieuverantwoordelijke
Aankoper	SPADEL	Gert Maddens	Corporate Buyer
Leverancier	I-Cleantech Vlaanderen	Frans Snijkers	Project Manager

2. VERSLAG DIALOOG

1.A. Wat zijn de vereisten om een aantrekkelijk project te vormen voor leveranciers op vlak van circulaire verlichting? minima qua budget, duurtijd van de opdracht, omvang/oppervlakte van het te verlichten gebouw, soort gebouw, ...?

1. B Welke do's and dont's wil je als leverancier meegeven aan aankopers op vlak van het bestek?

- Momenteel ervaren leveranciers problemen met de huidige vorm van bestekken; **duurzaamheid wordt wel vermeld maar niet voldoende geconcretiseerd** op vlak van circulariteit. Circulaire (verlichtings)producten kunnen op deze manier onvoldoende hun voordelen tonen ten opzichte van traditionele oplossingen. Om de transitie naar een circulaire economie te versnellen moeten de bestekken dus een stuk specifiekere beschreven worden.
- Circulaire producten moeten **op de juiste plek** in projecten worden toegepast om voor de aankopers **voordelig** te worden. Daarbij hoort o.a. een minimum aantal branduren. Indien de initiële analyse niet grondig wordt gemaakt kunnen circulaire verlichtingsproducten soms duurder uitvallen dan klassieke producten.
- Vanaf +/- 25.000 branduren per jaar worden circulaire oplossingen vaak interessant. Dit komt overeen met zo'n **10 branduren per dag**. Voor weinig verlichte plekken zoals bijv. parkings zijn circulaire oplossingen vaak minder interessant. Functies zoals de industrie, winkels, kantoren, zijn een betere toepassing. Naargelang het aantal branduren toeneemt, wordt het systeem financieel des te interessanter voor de aankopers.
- Om optimaal te kunnen rentabiliseren is een richtwaarde voor contracttermijnen zo'n **10-15 jaar**.
- Kan er eventueel ook worden opgenomen in de bestekken dat **armaturen moeten kunnen worden omgebouwd**? Hoewel volgens de leveranciers dit technisch mogelijk is, staan vele verlichtingsbedrijven hier niet voor te springen. Het aspect van de toekomstige verantwoordelijkheid speelt hier een belangrijke rol. Voor producten afkomstig van andere producenten kan geen 100 % garantie gegeven worden; zo kan het onderhoud op lange termijn problemen geven, enz. De leveranciers zijn dus eerder aarzelend om in een dergelijk verhaal te stappen. Moest er een markt bestaan waar er vraag is naar meer goedkope verlichtingstoestellen met minder branduren per dag (zoals bijv. scholen) is dit eventueel een toekomstig verhaal dat kan worden uitgewerkt.
- Ook tegenover het alternatief van eigen producten na een leasingperiode van 10-15 jaar te refurbishen en opnieuw op de markt brengen staan sommige leveranciers weigerachtig. Er moet een markt bestaan die **'goedkopere' oplossingen aanvaarden met eventueel een hoger risico**. Zelfs als leveranciers hun eigen armaturen in gebruik zouden houden en op termijn de armaturen zouden herconditioneren, bestaan er nog steeds kwaliteitsrisico's.
- Nieuwe contractvormen die eigen zijn aan de circulaire verlichtingsmodellen vormen nog een grote stap voor aankopers. De businesscase is voor hen belangrijk. De **voordelen op lange termijn** moeten duidelijk zijn om in dit verhaal te stappen. Leveranciers duiden op het OPEX verhaal; de analyse van de case moet veel breder gaan dan een aankoop op dag 1. Er moet in de **totaliteit** gekeken worden naar branduren, vervangingen, onderhoud, ontzorging, enz. In goed gekozen cases wordt het financieel model positief, gezien veelvuldig lampen vervangen vaak veel duurder uitvalt doordat meerdere lampen moeten worden aangekocht met een bijhorende arbeidskost voor de vervanging hiervan.
- Aankopers zijn duidelijk op zoek naar **concrete cases** waar de total cost of ownership aantoont dat de circulaire 'aankoop' van verlichting financieel voordelig uitdraait.

2. A. Wat zijn de voornaamste vereisten om een aantrekkelijke offerte op te stellen voor aankopers op vlak van circulaire verlichting?

2. B. Welke criteria hanteer je m.a.w. als aankoper om een circulair aanbod op vlak van verlichting te evalueren?

- Als aankoper is er interesse in de armaturen die op termijn **herbouwd** kunnen worden naar andere types en die geüpgraded kunnen worden wanneer er meer efficiënte lampen op de markt zouden komen.
- Ook blijkt er interesse naar armaturen die een **mix van producten** van **verschillende producenten** mogelijk zou maken. Dit zou drempelverlagend werken voor de aankopers.
- Aankopers zijn geïnteresseerd in het percentage van de producten dat in de toekomst **hergebruikt / herbouwd / gerecycleerd** kan worden. Verschillende leveranciers anticiperen dit reeds door met droge verbindingen te werken en bijv. gevoelige onderdelen van de verlichtingstoestellen op strategische beveiligde plaatsen te positioneren.
- Aankopers zijn geïnteresseerd in de visie op het **grondstoffenverbruik van de leveranciers**, zoals of zij een eigen recyclagebedrijf hebben, of zij hun eigen grondstoffen opnieuw herverwerken in producten, enz.
- Voor de aankopers zou het ook interessant zijn om het **elektriciteitsverbruik** mee in het circulair verlichtingsverhaal op te nemen. (Rau's "betalen voor licht, niet voor elektriciteit"). Leveranciers in België stellen dit momenteel nog niet voor in hun aanbod, er wordt enkel een maximaal verbruik van de toegepaste verlichtingstoestellen voorgesteld. Voor leveranciers is het momenteel nog moeilijk in te stappen in het energiekostenverhaal, waarvan verwacht wordt dat die steeds duurder zal worden.

Aankopers zijn geïnteresseerd in het percentage van de producten dat in de toekomst hergebruikt / herbouwd / gerecycleerd kan worden.

3. Wat heb je als aankoper nodig om de rest van jouw organisatie te overtuigen om over te schakelen van een lineaire naar een circulaire aankoop op vlak van verlichting?

- Er is nood aan **overtuigende reële cases** in termen van 'businesscase', productiviteitsimpact en on-off balance.
- Aankopers moeten een duidelijke zicht verkrijgen op de **toekomstige kosten** qua verlichting, en op de voorspelbaarheid hiervan op lange termijn.

4. Wat zijn de diverse elementen die samen de prijs van een circulair verlichtingsaanbod van een leverancier bepalen?

- Duur contracttermijn, aantal branduren, vloeroppervlakte, aantal gebouwen, ... Het **schaaleffect** speelt zeker mee in het zetten van de prijs.
- De vraag komt van aankoopzijde of de **prijs** gezet wordt **in functie van de volledige levensduur van verlichtingsproducten**, i.e. het hergebruik door klant 'B' na een leasing van 15 jaar aan klant 'A'. Dit zou de prijs voordeliger kunnen maken voor klant A. Momenteel wordt dit nog niet gedaan door de leveranciers omdat er geen goed zicht op deze mogelijke secundaire markt is (er moet eerst een vraag zijn). Indien deze markt zou ontstaan zou een dergelijk prijsberekening eventueel wel mogelijk worden maar daar is de sector nu nog niet voldoende matuur voor.

**Er is nood aan
overtuigende reële
cases in termen
van 'businesscase',
productiviteitsimpact
en on-off balance.**

5. A. Hoe staan aankopers en leveranciers tegenover licht als a service vanuit financieel oogpunt?

5.B. Met welke moeilijkheden worden ze geconfronteerd?

5.C. Kan de andere marktpartij hierin een rol spelen?

- Voor de aankopers zou het ook interessant zijn om het **elektriciteitsverbruik mee in het circulair verlichtingsverhaal op te nemen**, naar analogie met Rau's "betalen voor licht, niet voor elektriciteit". Leveranciers in België stellen dit momenteel nog niet voor in hun aanbod, er wordt enkel een maximaal gegarandeerd verbruik van de toegepaste verlichtingstoestellen voorgesteld. Voor leveranciers is het momenteel nog moeilijk in te stappen in het energiekost-verhaal, waarvan verwacht wordt dat die steeds duurder zal worden.
- Aankopers zijn geïnteresseerd in een clause in contracten met betrekking tot **toekomstige innovaties** (zoals technologische innovatie binnen LED-lampen). Gezien de **technologische evolutie niet te voorspellen** valt, zou in zo'n clause bijv. kunnen worden opgenomen dat er binnen 'x' jaren een upgrade gebeurt, die bijv. 10 % energiebesparing kan realiseren (duidelijk in KMI te worden omschreven). Volgens leveranciers zouden grote technologische innovaties op verlichtingsvlak uit te sluiten zijn, en zijn de voornaamste winsten te boeken op vlak van besturing van verlichtingssystemen.

3. EINDCONCLUSIES

- Aankopers hebben nood aan **reële cases** die de financiële voordelen op lange termijn concretiseren (businesscase).
- Producenten stellen voor om 'maatwerk' toe te passen voor de aankopers en **partnerships** aan te gaan. De businesscase is afhankelijk van de context van je gebouw/site, waardoor er samen best geoptimaliseerd kan worden door leverancier en aankoper. Aankopers moeten dus de dialoog aangaan met de producenten om te kijken wat er voor hen in zit.
- Leveranciers raden aan om niet te vergeten naar alle 'verborgen' **toekomstige kosten** te kijken wanneer ze overgaan tot een aankoop binnen de verlichtingssector.
- Volgens leveranciers is het nu een goed moment om in te stappen voor aankopers, omdat de verlichtingsmarkt **matuur** is.
- Focus moet niet enkel liggen op verlichting maar ook op **aansturing**, waar nog grote winsten mee te boeken zijn op lange termijn.

**Focus moet niet enkel
liggen op verlichting
maar ook op
aansturing, waar nog
grote winsten mee te
boeken zijn op lange
termijn.**

Powered by:

SAMEN MAKEN WE
MORGEN MOOIER

OVAM