Zielone Zamówienia Publiczne
czyli „Wszystko było kiedyś nowe”.

Raport w ramach projektu Life After Coal

Autor:
eksperci i ekspertki Stowarzyszenie Na Rzecz Spółdzielni Socjalnych, partnera projektu Life After Coal

Projekt graficzny:
Stowarzyszenie Na Rzecz Spółdzielni Socjalnych

Life After Coal PL
NARODOWY FUNDUSZ OCHRONY ŚRODOWISKA i GOSPODARKI WODNEJ

spis treści

I Wstęp 2

II Metoda 3

III Czym są zielone zamówienia publiczne? 5

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej – raport z procesu badawczego 7

1. Analiza treści zamówień 7
2. Przedstawienie interesariuszy 8
2.1. Przedstawiciele zamawiający (JST) 9
2.2. Przedsiębiorcy 9
2.3. Doradcy klimatyczni 10
3. Kluczowe obszary 11
3.1. Lokalność 11
3.2. Współpraca 12
3.3. Ekologia 12
4. Analiza potrzeb poszczególnych grup interesariuszy 14
4.1. Potrzeby zamawiających (JST) 14
4.2. Potrzeby doradców klimatycznych 17
4.3. Potrzeby przedsiębiorców 19
5. Rola doradców klimatycznych we wdrażaniu zielonych zamówień 22
5.1. Wypracowany model trójstronny współpracy na rzecz zielonych zamówień publicznych 23
5.2. Wątpliwości 25
6. Wnioski i rekomendacje 28
6.1. Omówienie wniosków z podziałem na poszczególne grupy interesariuszy 28
6.2. Obiektywny koszyk zielonych kryteriów 32
6.3. Drogowskazy dla interesariuszy zielonych zamówień publicznych 36

Wstęp

Przedstawiamy Państwu raport zawierający diagnozę i zbiór rekomendacji na temat stosowania kryteriów środowiskowych w zamówieniach publicznych na terenie Wielkopolski Wschodniej.

Autorem raportu są eksperci i ekspertki Stowarzyszenia na Rzecz Spółdzielni Socjalnych, organizacji z wieloletnim doświadczeniem w obszarze integracji społecznej, promowania zrównoważonych zamówień publicznych, ekonomii cyrkularnej, gospodarki obiegu zamkniętego oraz zrównoważonego rozwoju i sprawiedliwej transformacji.

Raport powstał w ramach projektu Life After Coal, będącego odpowiedzią na wyzwania, jakie stoją przed Wielkopolską Wschodnią w związku z koniecznością redukcji stosowania paliw kopalnych, wynikającą z realizowania Strategii na rzecz Neutralności Klimatycznej Wielkopolska Wschodnia 2040.

Liderem projektu jest Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego, partnerem: Agencja Rozwoju Regionalnego. Organizacje tworzące projekt to: Łódzka Agencja Rozwoju Regionalnego, S.A. Związek Stowarzyszeń, Polska Zielona Sieć, Fundacja Instytut Zielonej Przyszłości, Poznański Park Naukowo-Technologiczny, Stowarzyszenie Na Rzecz Spółdzielni Socjalnych oraz Konińska Izba Gospodarcza. Projekt obejmuje gminy: Gmina Brudzew, Gmina Dąbie, Gmina Dobra, Gmina Golina, Gmina Grodziec, Gmina Kawęczyn, Gmina Kazimierz Biskupi, Gmina Kleczew, Gmina Kramsk, Gmina Krzymów, Gmina Lądek, Gmina Malanów, Gmina Powidz, Gmina Przykona, Gmina Rychwał, Gmina Rzgów, Gmina W. Słupca, Gmina Sompolno, Gmina Stare Miasto, Gmina Ślesin, Gmina Tuliszków, Gmina M. Turek, Gmina W. Turek, Gmina M. `Wągrowiec, Gmina Wilczyn, Gmina Władysławów, Gmina Wierzbinek, Gmina Ostrów Wielkopolski, Miasto Kalisz, Miasto Konin.

II metoda

Zaprezentowane w raporcie wnioski zostały opracowane na podstawie:

- analizy dokumentów: rocznych planów zamówień publicznych oraz ogłoszeń o zamówieniach publicznych, publikowanych przez JST z obszaru objętego projektem Life After Coal: przeanalizowano 21 planów rocznych oraz 63 zrealizowane zamówienia publiczne wraz z dokumentacją;
- indywidualnych wywiadów z 2 przedstawicielkami JST, 2 doradcami klimatycznymi i 2 przedsiębiorcami z obszaru objętego projektem
- wywiadów focusowych z przedstawicielami przedsiębiorców (1 wywiad, 17 uczestników), oraz 2 wywiady focusowe z przedstawicielami JST, w tym z doradcami klimatycznymi (2 wywiady, odpowiednio 15 i 17 osób)
- wywiadu focusowego online z doradcami klimatycznymi (15 uczestników)
- konsultacji z ekspertami w obszarach: obliczania i raportowania śladu węglowego, gospodarki obiegu zamkniętego, prawa zamówień publicznych

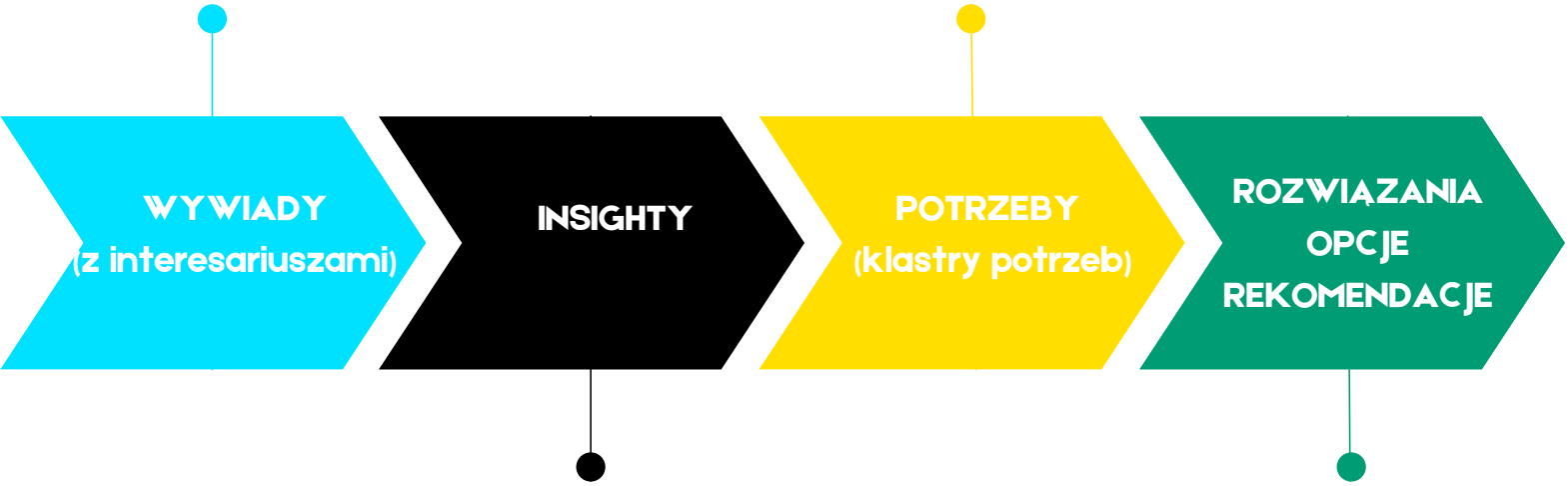
Proces badawczy miał charakter jednocześnie edukacyjny i diagnostyczny. Poza wspomnianymi wywiadami przeprowadzono również:

- spotkania szkoleniowe nt. prawnych aspektów zielonych zamówień publicznych dla przedstawicieli JST, przedsiębiorców i doradców klimatycznych
- warsztat szkoleniowy dla przedsiębiorców, doradców klimatycznych i przedstawicieli JST dotyczący gospodarki obiegu zamkniętego
- spotkanie sieciująco-edukacyjne dla doradców klimatycznych, dotyczące ich roli w rozwijaniu zielonych zamówień publicznych

Podczas spotkań i wywiadów korzystaliśmy z metody design thinking, aby trafnie określić wyzwania, potrzeby i perspektywy interesariuszy, a następnie wraz z nimi sformułować i omówić potencjalne rozwiązania i rekomendacje.

metoda

Dzięki wywiadom i spotkaniom pozyskaliśmy cenne insighty – informacje zwrotne, w których wybrzmiewają emocje, potrzeby, możliwości, obawy. Pozwoliło nam to na zapoznać się z perspektywą zarówno zamawiających jak i lokalnych przedsiębiorców, a także gminnych i powiatowych doradców klimatycznych. Potencjał doradców był dla nas szczególnie istotny, ponieważ mają oni w zakresie swoich obowiązków podejmowanie działań na rzecz wdrażania zielonych zamówień publicznych.



III Czym są zielone zamówienia publiczne?

Zamówienia publiczne generują znaczny procent PKB i są ważnym elementem kształtowania rzeczywistości rynkowej i społecznej. Poprzez zamówienia samorządy terytorialne realizują swoje priorytety: decydują, co w pierwszej kolejności trzeba w tym roku poprawić, ulepszyć, zorganizować czy dostarczyć, które potrzeby najpilniej domagają się zaspokojenia ich za pomocą środków publicznych. Zagłębienie się w specyfikacje przedmiotów poszczególnych zamówień ujawnia też, czym – i chodzi tu nie tylko o wiedzę czysto techniczną i finansową – zleceniodawca kieruje się planując zmiany i ulepszenia na swoim terenie.

Gminy, dla których kluczową kwestią jest ekologia, zielona transformacja i dążenie do neutralności klimatycznej, mają możliwość formułowania zielonych zamówień publicznych, czyli takich, w których mogą wyrazić swoją preferencję dla rozwiązań korzystnych dla przyrody. Zwiększenie liczby takich zamówień przybliża gminę do neutralności klimatycznej na co najmniej dwóch komplementarnych względem siebie poziomach:

- Po pierwsze, co dość oczywiste, wydatkując środki publiczne gminy dokonują zakupu dostaw, usług oraz robót budowlanych, w których zastosowane zostały rozwiązania ekologiczne, chroniące przyrodę, niskoemisyjne, przybliżające gminę do neutralności klimatycznej.
- Po drugie, jeśli gmina formułuje zielone zamówienia publiczne, to kształtuje pośrednio rynek i postawy przedsiębiorców w kierunku ekologicznym: daje przedsiębiorcom jasny sygnał, że chce udzielać zamówień przede wszystkim takim podmiotom, które dążą do stosowania rozwiązań jak najbliższych neutralności klimatycznej. Tym samym kreuje popyt na ekologiczne rozwiązania, wpływa na lokalny rynek, stymuluje lokalnych przedsiębiorców do poszukiwania ekologicznych rozwiązań.

Czym są zielone zamówienia publiczne?

- i wprowadzania ekoinnowacji – tak, by mieć szansę na realizowanie zamówień publicznych w swojej gminie. (Kania, 2021)[1]

Aby zamówienie można było uznać za zielone, zamawiający może skorzystać z kilku sposobów sformułowania swoich oczekiwań wobec zamawiającego i oferowanej przez niego usługi, roboty czy dostawy. Poziom „zazielenienia" danego zamówienia publicznego można określić analizując jego treść i dokumentację, w tym zwłaszcza opis przedmiotu zamówienia, wymagania związane z realizacją zamówienia, kryteria oceny ofert oraz warunki udziału w postępowaniu i podstawy wykluczenia z postępowania.

Od lat próbuje się w Polsce propagować zielone zamówienia publiczne i stymulować zwiększenie ich liczby. Jednak mimo licznych strategii adresujących to zagadnienie, nadal zielonych zamówień publicznych jest w Polsce bardzo niewiele. Najświeższy raport[2] dotyczący tych zamówień wskazuje, że stanowią one zaledwie 1% wszystkich zamówień publicznych. Przedstawiona poniżej analiza dokumentów wskazuje z kolei, że w rejonie Wielkopolski Wschodniej odsetek ten jest jeszcze niższy.

[1] Kania, M. A. (2021). Rola zamówień publicznych w tzw. ,,Zielonej transformacji''. Studia Prawnoustrojowe, (53). https://doi.org/10.31648/sp.6628 (Original work published 29 wrzesień 2021)

[2] Badanie jakościowe w zakresie zrównoważonych (społecznych i zielonych) zamówień publicznych udzielonych w Polsce w 2020 r. - raport końcowy, UZP, Warszawa 2022, https://www.uzp.gov.pl/__data/assets/pdf_file/0017/54206/Raport-koncowy_Zrownowazone-zamowienia-publiczne.pdf

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

1. Analiza treści zamówień

Przeprowadzona przez nas analiza treści ogłoszeń dotyczących zamówień publicznych formułowanych przez jednostki samorządu terytorialnego należące do konsorcjum projektu Life After Coal wskazuje, że odsetek zielonych zamówień publicznych jest w Wielkopolsce Wschodniej jeszcze niższy niż wspomniane wyżej 1%, która to cyfra odzwierciedla procent zielonych zamówień na tle wszystkich zamówień publicznych w Polsce. Analizowaliśmy plany zamówień publicznych na rok 2023, a także losowo wybrane trzy zamówienia publiczne udzielone przez daną jednostkę w minionym roku: w sumie przeanalizowano 21 planów rocznych oraz 63 zrealizowane zamówienia publiczne wraz z dokumentacją.

Wśród analizowanych zamówień znaleziono tylko jedno, gdzie zamawiający wprost zadeklarował zastosowanie kryterium środowiskowego. Niestety, było to zamówienie dotyczące zakupu paliwa typu ekogroszek, a więc produktu o bardzo wysokiej emisyjności, szkodliwego dla środowiska. Tak więc mimo deklaracji, nie było to niestety zamówienie dzięki któremu ograniczono ślad węglowy regionu.

Platformy zakupowe gmin wielkopolski wschodniej pełne są nierozstrzygniętych przetargów: takich, gdzie nie zgłosił się żaden oferent lub takich, gdzie żaden z oferentów nie spełnił wymagań, więc zamówienie nie zostało udzielone, mimo że głównym, a najczęściej jedynym, kryterium wyboru oferty była cena. Jest to częściowo także wytłumaczenie braku stosowania ziqelonych klauzul w zamówieniach: dodatkowe kryterium mogłoby zniechęcić oferentów, o których, jak wskazują dane (i co potwierdzili przedstawiciele JST podczas wywiadów grupowych), i tak bywa bardzo trudno.

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

Ważną obserwacją było to, że wśród analizowanych zamówień wiele było takich, które najprawdopodobniej mogłyby zostać określone mianem zielonego zamówienia – a jednak zamawiający deklarował, że kryteria środowiskowe nie zostaly przez niego zastosowane. Dotyczyło to na przykład zamówień na rozwiązania z zasady prośrodowiskowe i/lub zmniejszajace emisyjność: montaż fotowoltaiki, termomodernizację budynków, budowę infrastruktury służącej środowisku (np. oczyszczalni ścieków, PSZOK-ów). Liczne były też zamówienia na różnego rodzaju sprzęt, gdzie już określenie jego wymaganej efektywności energetycznej wystarczyłoby, by można było zadeklarować, że w zamówieniu zastosowano kryteria środowiskowe (zielone). Oczywiście zamówienia takie przyczyniają się do obniżenia emisyjności regionu, realizują więc Strategię Neutralności Klimatycznej.

Skoro jednak mimo tego nie zostały oznaczone jako zielone zamówienia, świadczy to o tym, że JST nie są zmotywowane do tego, by oznaczać zamówienia tym mianem: najprawdopodobniej nie widzą w tym korzyści ani możliwości wykorzystania tego do celów promocyjnych czy informacyjnych.

2. Przedstawienie interesariuszy.

W ramach procesu badawczego zależało nam na zrozumieniu perspektywy interesariuszy zielonych zamówień publicznych, aby następnie sformułować wnioski co do tego, jak poszczególni interesariusze mogą realizować zielone zamówienia publiczne. Co ich do tego motywuje, co demotywuje i czego potrzebują, by podjąć to wyzwanie.

Interesariuszami zielonych zamówień publicznych są przedstawiciele JST, przedsiębiorcy oraz doradcy klimatyczni. Poniżej przedstawienie perspektyw każdej z grup interesariuszy oraz nakreślenie kluczowych kontekstów do pytań, jakie im stawialiśmy.

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

2.1. Przedstawiciele zamawiających (JST)

Wiedzą, że zielone zamówienia będą coraz bardziej istotne i wkrótce mogą stać się obowiązkowe. Szukają sposobu, by je skutecznie realizować w ramach pracy swojej jednostki i w ramach obowiązków przypisanych do swojego stanowiska. Zgłaszają zapotrzebowanie na praktyczną wiedzę o zielonych zamówieniach: chcą się tego nauczyć, przygotować. Mają za sobą doświadczenie licznych przetargów i zamówień gdzie oferentami były lokalne przedsiębiorstwa. Zgłaszają, że już teraz trudno jest im pozyskiwać oferty, mimo że na razie nie stosują zielonych klauzul lub stosują je w bardzo niewielkim stopniu. Są nawigatorami zielonych zamówień publicznych, od których zależy powodzenie ich wdrażania. Co już wiedzą? Czego się obawiają?

Kluczowe konteksty pytań:

- Realizacja zamówień publicznych: jak wygląda ten proces, o jakich ilościach i nakładach czasu i obowiązków mówimy, jak duży zespół się tym zajmuje?
- Wizerunek urzędu: jak chcą, by urząd wyglądał w oczach oferentów?
- Współpraca ze społecznością lokalną: podejmowane działania, dobre praktyki.

2.2. Przedsiębiorcy

Grupa bardzo różnorodna. Motywacja do zainteresowania się zielonymi zamówieniami publicznymi: przede wszystkim biznesowa. Zielone zamówienia są dla nich szansą na uzyskanie stabilnych zleceń, o ile wprowadzą do swojej oferty rozwiązania ekologiczne. Zgłaszają, że brakuje im informacji o tym, czego dokładnie JST będzie oczekiwało, tj. jakich ekologicznych rozwiązań/produktów/usług. Utrudnia im to dostosowanie oferty.

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

Niektórzy z nich mają już doświadczenie w realizowaniu zamówień publicznych. Zgłaszają, że biurokracja z tym związana jest dla nich dużą trudnością. Są zaciekawieni zielonymi zamówieniami jako potencjalną ścieżką rozwoju przedsiębiorstwa, jednak brakuje im – jak to formułują – „konkretów".

Interesowało nas, jakie firmy odpowiadają na zamówienia publiczne. Jak podchodzą do wyzwań z obszaru ekologii, czy mają za sobą pierwsze zielone ulepszenia? Czy obserwują trendy?

Kluczowe konteksty pytań:

- Czy zielone zamówienia to dla nich szansa na rozwój swojego biznesu?
- Biznes odpowiedzialny ekologicznie a budżet. Czy to się w ogóle opłaca?
- Jak postrzegają współpracę z urzędem?

2.3. Przedsiębiorcy

Zatrudnieni od niedawna, zazwyczaj dopiero wypracowujący swój sposób działania i współpracy z otoczeniem. Do zainteresowania się zielonymi zamówieniami obliguje ich zakres obowiązków na ich stanowisku pracy: mają działać na rzecz propagowania zielonych zamówień. Zazwyczaj dopiero zaczynają pozyskiwać wiedzę na ten temat, są jednak otwarci na tę wiedzę i zainteresowani.

To nowy zawód w lokalnym ekosystemie powiązań. Nieodłącznie związany z projektem Life After Coal: jak to na wpływa na ich rolę? Jak sami siebie postrzegają, czym się różnią od siebie? Co ich motywuje do pracy? Jakie mają kompetencje?

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

Kluczowe konteksty pytań:

- Jak widzą swoją rolę i umocowanie w urzędzie, w którym pracują?
- Jakie mają praktyczne doświadczenie? Jak chcą je zdobywać?
- Czego potrzebują, by działać skutecznie?

3. Kluczowe obszary

Zaprojektowane wywiadów wymagało opracowania mapy kontekstów i pytań: „mapy niewiedzy" na temat zielonych zamówień publicznych i ich wdrażania w lokalnym środowisku. Po wstępnym rozpoznaniu i konsultacjach, jako kluczowe obszary pytań dotyczących zielonych zamówień publicznych wybrane zostały: **lokalność, współpraca i ekologia.**

3.1. Lokalność

Rozumiana jako lokalne uwarunkowania, specyficzne możliwości, konteksty i potencjał, przestrzeń występowania barier i szans dla zielonych zamówień publicznych. Lokalność jako tło podejmowanych działań, ale też obszar eksperymentów, zmian, podejmowanych ulepszeń, wyzwań.

Kluczowe konteksty pytań:

- lokalne potrzeby a zamówienia publiczne
- lokalne dobre praktyki w zakresie społecznych rozwiązań
- lokalne uwarunkowania i potrzeby w obszarze: biznesu, usług społecznych, działań włączających, edukacyjnych.

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

3.2. Współpraca

Rozumiana jako rodzaj współdziałania, porozumienia między poszczególnymi interesariuszami, jakość komunikowania JST na temat zielonych zamówień. Jak układają się relacje? Czy jest otwartość na nowe wzorce? Co wspiera, co hamuje nowe dobre praktyki? Czy zielone zamówienia publiczne mogą dać przestrzeń na nieszablonowe współprace, które zaowocują innowacyjną ofertą, produktem?

Kluczowe konteksty pytań:

- współpraca JST z przedsiębiorcami, jaka i czy jest oferta?
- współpraca JST z innymi podmiotami,
- współpraca ze społecznością, relacje w społeczności,
- nowe stanowisko pracy w urzędzie: doradca klimatyczny: wyzwania dotyczące współpracy.

3.3. Ekologia

W tym zwłaszcza ograniczanie śladu węglowego – jako wyznacznik innowacji, dbałości o przyszłość, ale także obszar wyzwań i obszar zmiany. Jak interesariusze postrzegają wyzwania środowiskowe? Jak wysoki priorytet stanowią w obszarze dokonywanych zmian? Co motywuje do wdrożenia nowych strategii, które odpowiadają na wyzwania środowiskowe i zmniejszają ślad węglowy?

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

Kluczowe konteksty pytań:

- wyzwania interesariuszy dotyczące pozyskiwania wiedzy, funduszy,
- perspektywy interesariuszy: przekonania, obawy, doświadczenia,
- zmiana myślenia / działania interesariuszy: co wspiera, co motywuje, co pozwala utrwalać zmianę?

LOKALNOŚĆ

WSPÓŁPRACA

EKOLOGIA

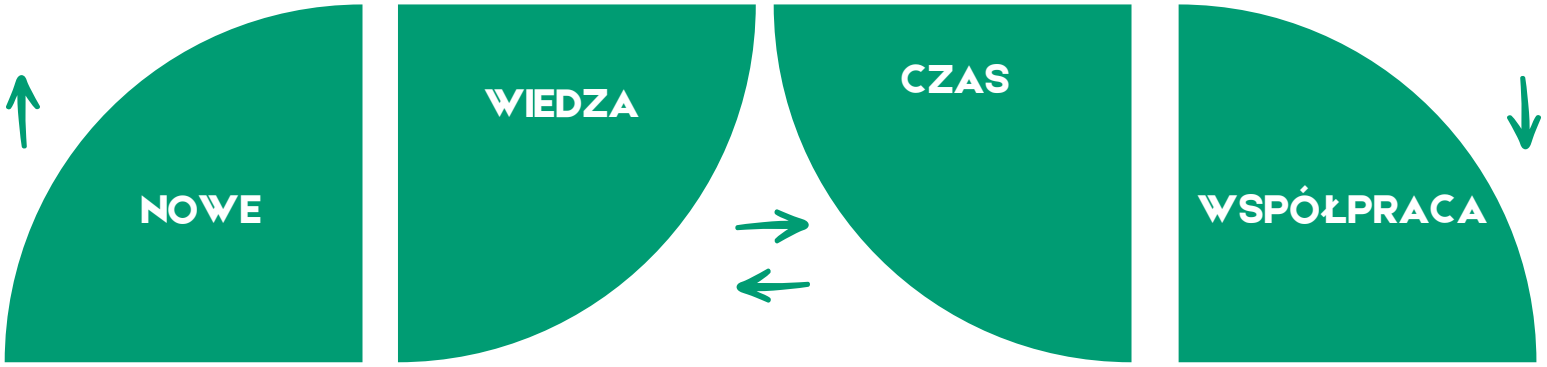
PRZEDSIEBIORCY, URZĄD, JST, DORADCY KLIMATYCZNI

Mapa obszarów, kluczowych pytań i niepewności była naszym kompasem w projektowaniu wywiadów, rozmów z interesariuszami. Z pozyskanych insightów stworzone zostały klastry wspólne dla interesariuszy: urzędów (osób wdrażających zamówienia publiczne), przedsiębiorców oraz doradców klimatycznych.

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

4. Analiza potrzeb poszczególnych grup interesariuszy

Potrzeby tych trzech społeczności wobec wdrażania zielonych zamówień publicznych można podsumować w trzech kluczowych zbiorach:



Zbiory wskazują, że potrzeby tych społeczności spotykają się, ale podtytuł wskazuje na specyficzną perspektywę dla danej grupy interesariuszy.

4.1. Potrzeby zamawiających (JST)

NOWE → stopniowo

- „Wszystko było kiedyś nowe. Wdrożymy i to, ale ważne, by robić to stopniowo, nie przestraszyć przedsiębiorców kryteriami, obostrzeniami."
- „Obawiamy się, że te zielone zamówienia publiczne będą odstraszać, już teraz ze zwykłymi zamówieniami mamy wyzwanie."
- „Na razie sprawdzamy raczej, jak my możemy te zielone zamówienia ominąć… Ale wiemy, że przyjdzie moment, że będzie trzeba to wdrażać."

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

Co z tego wynika?

- potrzeba małych kroków we wdrażaniu nowego,
- potrzeba sprawdzania i możliwość działania iteracyjnie – tak, by był czas na testowanie, sprawdzanie, wyciąganie wniosków i ulepszanie,
- potrzeba wsparcia przez system i ekspertów: zamówienia publiczne są wyzwaniem i barierą.

WIEDZA → to my!

- „Musimy być w tym specjalistami, a brakuje nam doświadczeń, by dobrze to zaprojektować.”
- „Nie mamy jasności, jak to zrobić dobrze. Zawsze kluczowym kryterium była cena i ciężko to zmienić. A co jeśli procedura dot. przetargu zostanie unieważniona?!”
- „Szkolenia, wskazówki, bardzo by nam się przydały. I systematyzacja, jakiś system wspólny bardzo by to wspierał.”

Co z tego wynika?

- potrzeba wiedzy przez praktyczne doświadczenie, jest zatrzymanie w pytaniu: jak to zrobić dobrze?
- potrzeba gotowych wytycznych, rekomendacji, potrzeba ustalonych kryteriów do poszczególnych obszarów - koszyk kryteriów.

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

CZAS → nigdy go nie ma...

- „Nie mamy czasu, żeby zdążyć ze wszystkim. Nie mam przestrzeni, by robić dodatkowe konsultacje."
- „W tym roku mieliśmy rekordową ilość zamówień publicznych w ogóle…"
- „Na stanowisku specjalisty ds. zamówień publicznych pracuje tylko jedna osoba. Brakuje wsparcia"

Co z tego wynika?

- potrzeba wsparcia w działaniach ze względu na brak czasu – jedna osoba robi dużo,
- rekordowe ilości pracy / rekordowa ilość zamówień brak czasu na dodatkowe spotkania.

WSPÓŁPRACA Z PRZEDSIĘBIORCAMI → jak zacząć?

- „Jak przekonać przedsiębiorców do współpracy? Przerażają ich papiery i skomplikowana procedura."
- „Dobrze byłoby wiedzieć kogo w ogóle tutaj mamy… Jakie mają możliwości, może udałoby się ich wesprzeć w bardziej zielonym podejściu. Taka mapa lokalnych firm, aktualizowana bardzo by się przydała."
- „Czasem sprawdza się system poleceń, np. jakaś firma już realizowała zamówienie, albo gdy przymierzamy się, by kogoś wybrać – sprawdzamy czy nie było problemów z wywiązaniem się z ustaleń."

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

Co z tego wynika?

- potrzeba sposoby/metody komunikacji z przedsiębiorcami: pojawiało się wielokrotnie pytanie – jak przekonać przedsiębiorców? jak się z nimi komunikować?
- potrzeba rozpoznania: niewiedza jakie firmy właściwie tu funkcjonują,
- system poleceń / nie poleceń.

4.2. Potrzeby doradców klimatycznych

NOWE → jest wszystko

- „Nigdy nie miałam / nie miałem doświadczenia z zamówieniami publicznymi."
- „Chyba kojarzę osobę, która się tym zajmuje u mnie w urzędzie."
- „To daleki temat i nic o tym nie wiem. Do działu zamówień u mnie w urzędzie ciężko się dostać, skontaktować z nimi; mają dużo pracy, nie mają czasu."

Co z tego wynika?

- Muszą wiedzieć, od kogo mogą się dowiedzieć: potrzeba ścisłego kontaktu doradcy ze stanowiskiem ds. Zamówień publicznych.

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

WIEDZA → skąd ją brać?

- „Próbuję się szkolić na własną rękę, zdobywać inspiracje...”
- „Czekamy cały czas na start studiów, liczę, że to pozwoli poukładać wiedzę, działanie.”
- „Jest dużo niewiadomych. Pierwsze miesiące to były stosy dokumentów i szukaniu celów działań, projektów. Ale ile można czytać…”

Co z tego wynika?

- potrzeba narzędzi i wsparcia,
- potrzeba współdziałania, sieciowania doradców, dzielenia się dobrymi praktykami, ustalenia wspólnych sposobów działania sprawdzania.

CZAS → zacząć się organizować

- „Ile można się przygotowywać, cały czas czekam, kiedy przyjdzie moment na realizację moich zadań.”
- „Czekamy na start studiów.”
- „Musimy ze sobą współpracować.”

Co z tego wynika?

- organizacja czasu pracy jest wyzwaniem,
- potrzeba ustalenia priorytetów i jasnego zdefiniowania roli,
- potrzeba działania, potrzeba realizacji planowanych studiów dla doradców.

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

WSPÓŁPRACA → musi być dla ludzi

- „Urząd nie jest tylko budynkiem. My jesteśmy tymi, którzy powinni wychodzić zza biurka, rozmawiać z mieszkańcami."
- „Przydałyby się narzędzia..."
- „Jak ja mam iść do starszych osób i mówić im o wymianie pieca, jak widzę, że ledwo dają radę…? Potrzebujemy realnego podejścia."

Co z tego wynika?

- potrzeba uporządkowania: co, kiedy i dla kogo jako doradca mogę zrobić? Co mi w tym pomoże?
- potrzeba narzędzi,
- potrzeba innego sposobu pracy: nie zza biurka, ale w kontakcie z mieszkańcami i lokalnymi przedsiębiorcami.

4.3. Potrzeby przedsiębiorców

NOWE → powinno się opłacać

- „Jeśli coś jest nowe, to będzie trzeba włożyć dużo pracy w niewiadomą. Nie mamy do tego osobnego specjalisty, w ogóle człowieka, który to ogarnie."
- „Nigdy nie braliśmy udziału w zamówieniach publicznych. Kojarzy mi się to z długim procesem i formalnościami. Powiem szczerze: to po prostu odstrasza."
- „Musielibyśmy mieć konkretną ofertę, żeby wiedzieć o co chodzi. I wsparcie konkretnej osoby z urzędu."

Co z tego wynika?

- potrzeba wsparcia w formalnościach,
- potrzeba konkretnej oferty i komunikatywnego wyjaśnienia procedur.

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

WIEDZA → tylko to, co konieczne, tylko co konieczne?

- „Lepiej wiedzieć i się przygotować. Albo na rozwój albo na zwijanie biznesu...”
- „Rynek jest dynamiczny i zmienia się, trzeba za tym wszystkim nadążyć.”
- „Potrzebne są fundusze na innowacje, ulepszenia… Z czego mamy na to brać?”

Co z tego wynika?

- potrzeba uproszczenia: formalności i wymogi nie zachęcają;
- potrzeba zrozumienia: czy „eko” musi być droższe? jak zrobić, by się opłacało?
- potrzeba wiedzy i poprowadzenia w procesie.

CZAS → to pieniądz

- „Papiery, papierki, z tym kojarzy się urząd. Najlepiej: trzymać się z dala. Albo mieć swoich ludzi, którzy to ogarną.”
- „Musimy zarabiać, żeby trwać.”

Co z tego wynika?

- dla małego zamówienia: brak czasu, nie opłaca się,
- czas to pieniądz.

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

WSPÓŁPRACA → z kim? jak? po co? kiedy?

- „Nie myśleliśmy nigdy o współpracy z jakimś partnerem biznesowym. Jeśli by ktoś nam pokazał, dlaczego i jak – to może warto?”
- „Może partnerstwo pomogłoby w odpowiedzi na zamówienie publiczne, ale tu potrzeba wsparcia w sieciowaniu. Ktoś kto zna lokalne firmy i mógłby podpowiedzieć pewne rozwiązania to byłoby na pewno ważne.”

Co z tego wynika?

- potrzeba zachęcenia, czyli: gdyby przedsiębiorca miał ofertę / wzór dobrych praktyk / analizę, gdzie partner przydałby się do realizacji zamówień,
- potrzeba wsparcia w dotarciu do potencjalnego partnera.

To co zdecydowanie wyłania się z potrzeb poszczególnych grup interesariuszy to:

potrzeba wiedzy
Jak to zrobić dobrze? Jak mogę zyskać praktyczne doświadczenie?

potrzeba wsparcia
od osób równie zaangażowanych w zielone zamówienia publiczne

potrzeba bezpieczeństwa
i zaufania wobec zmian

potrzeba dobrej komunikacji

Dodatkowo, dla wszystkich grup interesariuszy istotnym czynnikiem wspierającym ich w realizowaniu zielonych zamówień, jest rosnąca świadomość ekologiczna społeczeństwa, popularyzacja postaw i zachowań prośrodowiskowych. Można mieć nadzieję, że rozwiązania ekologiczne, które dziś są innowacją, z czasem staną się domyślnym wyborem. Wtedy każdej grupie interesariuszy będzie łatwiej sięgać po zielone rozwiązania. W tym celu trzeba jednak doinwestować działania promocyjne i informacyjne na rzecz środowiska.

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

5. Rola doradców klimatycznych we wdrażaniu zielonych zamówień

W ramach projektu Life After Coal powołani do pracy zostali doradcy i doradczynie klimatyczni. Wdrożenie osób do nowych działań, innowacyjnych i pionierskich to ogromnie wyzwanie. Pierwsze osoby zatrudnione zostały w połowie 2023 roku.

Zakres obowiązków doradców klimatycznych obejmuje między innymi:

- działania promocyjne, edukacyjne, komunikacyjne i informacyjne odnoszące się do procesu osiągania neutralności klimatycznej oraz przystosowania się do zmiany klimatu za pomocą rozwiązań opartych na zasobach przyrody;
- działania edukacyjne, komunikacyjne i informacyjne odnoszące się do procesu wdrażania zielonych zamówień publicznych w JST i MŚP;
- przygotowanie gminnego zintegrowanego planu na rzecz energii, transportu i klimatu, konsultowanie, analizowanie, monitorowanie, sprawozdawanie i raportowanie działań merytorycznych i finansowych realizowanych w ramach SIP, przewidzianych dla JST.

Wyraźnie wyłania się tu zapotrzebowanie na kompetencje:

- **miękkie** – dotyczące umiejętności współpracy z różnorodnymi środowiskami, przedstawiania i negocjowania rozwiązań,
- **analityczne** – umiejętność wykonania oceny energetycznej, praca z danymi, obsługa wszelkich systemów, wyciągania lokalnych, kluczowych danych, bycie na bieżąco z trendami dot. zrównoważonego rozwoju, ekologii, światowych i lokalnych wyzwań,
- **doradczo-edukacyjne** – potrzebne do współpracy z lokalnym środowiskiem.

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

Taka osoba musi umieć „połączyć wiele kropek”, wybrać priorytety oraz naszkicować konkretną wizją modelu działania. Podczas fokusu badawczego zorganizowanego dla zatrudnionych doradców klimatycznych z gmin objętych projektem wyraźnie wyłoniły się naglące potrzeby wsparcia, narzędzi, wiedzy, konkretnych planów i ram działania. Doradcy nie mogą działać w odosobnieniu, zza biurka – ich zadaniem jest „wychodzenie do ludzi”, mówienie o zielonych zmianach, sieciowanie i informowanie lokalnych podmiotów o nowych możliwościach.

5.1. Wypracowany model trójstronny współpracy na rzecz zielonych zamówień publicznych

Współpraca to klucz do projektowania i odpowiedzi na zielone zamówienia publiczne. Z analizy wypowiedzi wszystkich interesariuszy wyraźnie wynika, że bez komunikacji i współpracy wdrażanie zielonych zamówień publicznych nie ma szansy powodzenia. Przedsiębiorcy potrzebują bezpośredniej komunikacji z JST na temat tego, jakich usług i produktów zamawiający będzie oczekiwał i w jakim kierunku warto w związku z tym rozwijać swoją ofertę. Z drugiej strony: zamawiający potrzebują zmapowania lokalnych przedsiębiorców pod kątem tego, którzy z nich mogliby być realizatorami zielonych zamówień. Obsługa zamówień i przetargów jest na tyle wymagająca czasowo i organizacyjnie, że potrzebne jest osobne stanowisko które dostarczyłoby specjaliście ds. zamówień publicznych wiedzy i wskazówek na temat lokalnych rozwiązań prośrodowiskowych.

W związku z powyższymi wnioskami, a także z faktem, że doradcy klimatyczni od samego początku – jak wynika z ich zakresu obowiązków – mieli podejmować działania na rzecz zielonych zamówień publicznych, proponujemy model, w którym doradca klimatyczny ma kluczową rolę w budowaniu współpracy między urzędem a przedsiębiorcami w celu wdrażania zielonych zamówień.

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

W powyższym trójstronnym modelu doradca klimatyczny jest lokalnym inspiratorem zmian przyczyniających się do neutralności klimatycznej, a jednocześnie znawcą lokalnego rynku, zna lokalne podmioty gospodarcze, ich potrzeby i możliwości rozwojowe.

W modelu trójstronnym:

doradca klimatyczny współpracuje z działem zamówień publicznych:

- jest na bieżąco informowany o potrzebach w obszarze zamówień publicznych, wie jakich usług, produktów i wykonawców obecnie potrzeba;
- posiada „mapę" lokalnych przedsiębiorców, którą na bieżąco aktualizuje i którą dzieli się z osobą tworzącą zamówienia publiczne. Zna ofertę lokalnych firm i ich potencjał do wprowadzania ekologicznych rozwiązań;
- towarzyszy w formułowaniu treści ogłoszeń o zielonych zamówieniach publicznych, wie co jest realne dla lokalnych wykonawców;
- sprawdza, konsultuje z wykonawcami zielone kryteria, sieciuje w obrębie partnerstw, których efektem mogą być innowacyjne rozwiązania ekologiczne.

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

dział zamówień publicznych współpracuje z doradcą klimatycznym

- omawia z doradcą potrzeby w obszarze zamówień publicznych: jakich ekologicznych rozwiązań będziemy poszukiwać? Jakich wykonawców potrzebujemy?
- Informuje doradcę, którym przedsiębiorcom powierzano dotychczas realizację zamówień publicznych;: doradca może uzupełnić mapę o polecanych / niepolecanych;
- Prowadzi wstępne konsultacje rynkowe z przedsiębiorcami.

przedsiębiorca współpracuje z doradcą klimatycznym:

- ma bezpośredni kontakt, może korzystać z wiedzy i doradztwa;
- otrzymuje informacje o planowanych konkurach ofert/przetargach;
- otrzymuje wsparcie, informację nt. procedury.

5.2. Wątpliwości

Jak na ten pomysł modelu trójstronnego reagują przedstawiciele zamawiających? Postawili następujące pytania, na które staraliśmy się odpowiedzieć.

„Czy doradcy będą mieli odpowiednią wiedzę?” → obawa o wiedzę, praktykę, doświadczenie.

Doradcy muszą ściśle współpracować z osobą projektującą zamówienia publiczne. Ich stanowiska muszą być tak zorganizowane, by możliwa była praca w duecie, w tym:

- spotkanie przed ogłoszeniem planu zamówień publicznych;
- uzgodnienie między doradcą a osobą odpowiedzialną za zamówienie publiczne jakich firm, działających w jakich obszarach JST będzie potrzebowała?
- wstępne omówienie zielonego kryterium / zielonych kryteriów, które mogłyby być rozstrzygające, rozważenie scenariuszy.

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

„Czy oni nie wystraszą potencjalnych firm?” → obawa o dystans między urzędem, a firmami, który już i tak jest wyczuwalny

Doradcy muszą znać firmy na swoim terenie. Być osobami, które wiedzą, jaka jest sytuacja w regionie, znają potrzeby przedsiębiorców, umieją je urealniać, omawiać i badać. Powinni korzystać z narzędzi, by mapować firmy, rozpoznawać ich potencjały, zasoby, wykluwające się innowacje.

Jeśli doradcy będą mieli przygotowaną ofertę oraz informacje nt. zielonych zamówień i będą dla oferentów konkretnym kontaktem, który komunikuje się z nimi zrozumiałym dla nich językiem – będzie to dla przedsiębiorcy zachęcające i ułatwiające decyzję o złożeniu oferty.

„Czy doradcy będą potrafili rozmawiać z przedsiębiorcami?” → obawa o sposób komunikacji.

Doradcy muszę mieć o czym rozmawiać: spójne materiały i cele wypracowane w duecie pozwolą na konkret. Warto inwestować w kompetencje zatrudnionej kadry, aktualizować potrzeby i zadbać o spójność wizerunkową urzędu.

Jeśli urząd nie ma wypracowanej strategii komunikacji, może obawiać się, jak komunikować się będzie doradca. Jeśli natomiast ma wypracowany sposób komunikowania się z oferentami, mieszkańcami i innymi lokalnymi graczami, to... niepokoi się tym bardziej, czy i w jaki sposób doradca wpisze się w zastany model komunikacji urzędu z otoczeniem. Odpowiedzią jest dialog, współpraca i jasne określenie zadań i celów na poziomie zespołu danego urzędu.

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

„Czy to w ogóle legalne? Czy prawo zamówień publicznych na to pozwala?” obawa o umocowanie prawne rozwiązania i o to, czy jego stosowanie nie narusza że nie powoduje zakłócenia konkurencji ani naruszenia zasad równego traktowania wykonawców i przejrzystości.

Prawo zamówień publicznych przewiduje możliwość przeprowadzania Wstępnych Konsultacji Rynkowych, na podstawie art. 84 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych oraz zgodnie z Regulaminem,
w którym czytamy m.in., że:

> *Celem wstępnych konsultacji rynkowych jest z jednej strony poinformowanie przez zamawiającego podmiotów zainteresowanych uzyskaniem przyszłego zamówienia o swoich planach i wymaganiach dotyczących zamówienia, z drugiej zaś pozyskanie przez niego od podmiotów posiadających wiedzę specjalistyczną (ekspertów, organów władzy publicznej lub wykonawców) informacji, które mogą zostać wykorzystane w planowaniu, przygotowaniu lub przeprowadzeniu postępowania o udzielenie zamówienia.*

Rozpoznanie lokalnego rynku, które doradca klimatyczny dostarczy osobie/ komórce zajmującej się zamówieniami publicznymi, może być podstawą do skutecznego przeprowadzenia wstępnych konsultacji rynkowych. Sam Urząd Zamówień Publicznych podkreśla, że wstępne konsultacje rynkowe są szczególnie wskazane w przypadku zamówień innowacyjnych i proekologicznych. Jest to więc narzędzie skrojone niemal na miarę potrzeby jaką jest zwiększenie liczby zielonych zamówień publicznych.

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

Wstępne konsultacje rynkowe to narzędzie, dzięki któremu łatwiej o zastosowanie rozwiązań innowacyjnych, zaawansowanych technologicznie, a także proekologicznych. Z drugiej strony Wykonawcy, dzięki uczestnictwu we wstępnych konsultacjach rynkowych, mają możliwość zaprezentowania dostępnych rozwiązań technologicznych, a także poznania w dużo szerszym niż zazwyczaj zakresie potrzeb Zamawiającego związanych z konkretnym zamówieniem."

6. Wnioski i rekomendacje

6.1. Omówienie wniosków z podziałem na poszczególne grupy interesariuszy:

Przedstawiciele zamawiających (JST)

- Strategia Neutralności Klimatycznej zobowiązuje JST do podjęcia działań na rzecz ograniczenia śladu węglowego, w tym do zwiększenia liczby zielonych zamówień publicznych;
- Stowarzyszenie Na Rzecz Spółdzielni Socjalnych we współpracy z JST wypracowuje przyjęcie zarządzenia, które rekomenduje jednostkom zakupowym każdorazowe zwracanie uwagi na kryteria środowiskowe i społeczne, o ile są możliwe do zastosowania. Dąży do tego, by JST wprowadziły zarządzenie zobowiązujące do rozważenia wprowadzenia zielonych kryteriów w zamówieniach: JST wiedzą więc, że już wkrótce temat zielonych zamówień będzie musiał być wyraźniej obecny w ich planach zakupowych i schemacie organizacyjnym;

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

- Przedstawiciele JST powiedzieli nam wprost: „Na razie staramy się nie musieć ich wprowadzać” (tzn. zielonych zamówień publicznych), ale „Trzeba zacząć się w tym orientować, bo kiedyś to zacznie być obowiązkowe”;
- Kryteria środowiskowe są przez urzędników odpowiedzialnych za zamówienia publiczne postrzegane głównie jako dodatkowe obciążenie organizacyjne. Nie mają poczucia, by ten dodatkowy wysiłek realnie przekładał się na korzyści dla środowiska naturalnego;
- Urzędnicy odpowiedzialni za projektowanie i obsługę zamówień publicznych są mocno obciążeni pracą, skupieni na wykonywaniu jej tak, by wszystko było zgodne z przepisami i nie zostało podważone przez organy kontrolne;
- Często zdarza się, że w odpowiedzi na ogłoszenie o zamówieniu nie wpływają żadne oferty, mimo braku innych kryteriów niż cena. Urzędnicy obawiają się, że dodanie kryteriów ekologicznych jeszcze pogorszyłoby ten stan rzeczy lub sprawiłoby, że oferenci znacząco podnieśliby ceny.

Czego przedstawiciele JST potrzebują, by realizować zielone zamówienia publiczne?

Orientacji w tym, co w ogóle na lokalnych rynkach się dzieje, które lokalne przedsiębiorstwa mogłyby być realizatorami zielonego zamówienia, czy jest wśród nich takie, które w najbliższym czasie planuje rozwinąć się w kierunku oferowania usług/produktów ekologicznych. Orientowanie się nie tylko co jest już dostępne, ale i co będzie dostępne w najbliższym czasie, jaki kierunek rozwoju obierają lokalni przedsiębiorcy.

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

- Wiedzy merytorycznej i doradztwa na temat produktów ekologicznych równoważnych do tych które kupowali dotychczas, wiedzy praktycznej pozwalającej na rozpoznanie rozwiązań, które realnie powodują obniżenie emisyjności i odróżnienie ich od rozwiązań, które pod pozorem ekologii są tak naprawdę przykładem tzw. greenwashingu;
- Jasnych kryteriów dotyczących zielonych klauzul w zamówieniach publicznych. Jasnych, policzalnych i obiektywnych. Tak, by można było zastosować je w zamówieniu bez obaw o to, że jego zasadność zostanie podważona;
- Wsparcia organizacyjnego: wzmocnienia zespołu, może wręcz osobnego stanowisko ds. zrównoważonych zamówień, od początku skomunikowanego i współpracującego ze stanowiskiem doradcy klimatycznego?
- Stałej współpracy z kimś, kto dostarczy im wiedzy o ekologicznych inicjatywach wśród lokalnych mieszkańców i – zwłaszcza – przedsiębiorców. W tej roli widzimy doradców klimatycznych;
- Aby zielonych zamówień było więcej, ekologia, w tym dążenie do neutralności klimatycznej musi być też istotnym zagadnieniem na poziomie całego urzędu, całej gminy, całej społeczności.

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

Przedsiębiorcy

- W większości przypadków słabo zmotywowani do tego, by składać ofertę w zamówieniach publicznych. Kontakt z urzędami kojarzy się wielu z nich z nadmierną ilością biurokracji, ryzykiem skrupulatnych kontroli;
- Rozwój ekologicznych rozwiązań mógłby być szansą dla rozwoju przedsiębiorstwa, zwłaszcza w przypadku MŚP, których oferta jest potencjalnie dużo bardziej elastyczna niż większych podmiotów. Mniejsze przedsiębiorstwo może wręcz kształtować swoją ofertę pod kątem planowanych zamówień publicznych. Jednak ponieważ zielonych zamówień jest niewiele, to nadzieja na uzyskanie zlecenia od JST nie jest w tym momencie wystarczającym bodźcem do podjęcia ryzyka, jakim jest „zazielenienie" swojej oferty;
- Zielone zamówienia mogłyby być szansą na rozwój przedsiębiorstwa, ale lokalni przedsiębiorcy nie wiedzą, jakich zmian w ofercie (czy w zarządzaniu) oczekiwałaby od nich JST, by mogli być brani pod uwagę przy udzielaniu zielonego zamówienia. Potrzeba lepszej komunikacji z JST w tym obszarze. MŚP są elastyczne i mogą dostosowywać się do warunków i zapotrzebowań – ale muszą je znać;
- Urzędy, aby pozyskać oferty od MŚP powinny komunikować się ich językiem, proaktywnie wychodzić w ich kierunku, zachęcać do współpracy, podejmować otwarty dialog i przeprowadzać Wstępne Konsultacje Rynkowe;
- Biurokracja bywa dużą barierą, dlatego, aby przedsiębiorcy byli zmotywowani do pokonania tej bariery, zamówienia publiczne muszą być dla nich opłacalne i atrakcyjne;
- Jakim partnerem dla MŚP powinno być JST, żeby zachęcić przedsiębiorców do współpracy? Potrzeba debaty i dialogu na temat tego, jak sprawić, by współpraca z JST była dla przedsiębiorców nie tylko opłacalna, ale także prestiżowa;

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

- Wiedzą, że ekologiczne rozwiązania to przyszłość. Albo przestawią się na rozwiązania ekologiczne, albo staną przed pokusą szukania sposobów na ominięcie wymagań. Takie doświadczenie z niektórymi przedsiębiorcami mieli niekiedy nasi rozmówcy (doradcy energetyczni, urzędnicy, przedstawiciele organizacji pozarządowych). Pojawiają się przypadki certyfikatów ekologicznych nieznanego pochodzenia czy nietransparentnych audytów przeprowadzanych „po znajomości".

Doradcy klimatyczni

- Zakres obowiązków doradców klimatycznych jest bardzo szeroki: potencjalnie są to osoby mające ogromny wpływ na realizację strategii neutralności klimatycznej;
- Jednym z zadań na stanowisku doradcy klimatycznego jest prowadzenie działań edukacyjnych, komunikacyjnych i informacyjnych odnoszących się do procesu wdrażania zielonych zamówień publicznych w JST i MŚP;
- Stanowisko doradcy klimatycznego to nowość w strukturach JST: zarówno urzędy jak i sami doradcy są na etapie rozpoznawania pełnego potencjału wiążącego się z tym stanowiskiem;
- Aktualnie doradcy zajmują się w dużej mierze pracą z dokumentami i wnioskami, widoczna jest potrzeba poszerzenia działań edukacyjnych i konsultacyjnych przybliżających gminę do neutralności klimatycznej;
- Jeśli chodzi o propagowanie zielonych zamówień publicznych doradcy klimatyczni zgłaszają, że potrzebują szkoleń na ten temat, a także ustalenia form i zasad współpracy (z MŚP a także z działem zamówień publicznych w swoim macierzystym urzędzie) na rzecz zwiększenia zielonych zamówień publicznych;
- Rola doradcy klimatycznego powinna stopniowo zbliżać się do roli lokalnego lidera neutralności klimatycznej, propagatora i konsultanta ekologicznych rozwiązań.

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

Czego potrzeba doradcom klimatycznym, by mogli skutecznie działać na rzecz zwiększenia liczby zielonych zamówień?

- Wzmocnienia ich pozycji, określenia kanałów komunikacji z innymi zespołami;
- Sieciowania: z doradcami z innych gmin, z lokalnymi aktywistami i podmiotami realizującymi cele ekologiczne, z regionalnymi i ogólnopolskimi organizacjami proekologicznymi;
- Wiedzy na temat zielonych zamówień, studiów i szkoleń kierunkowych, w tym także coachingu, warsztatów z komunikacji, asertywności, facylitacji procesów, kompetencji potrzebnych do bycia liderem lokalnych zmian.

6.2. Obiektywny koszyk zielonych kryteriów

Bardzo ważnym ułatwieniem dla zamawiających i oferentów byłoby opracowanie jasnych, obiektywnych, policzalnych kryteriów umożliwiających jednoznaczne wykazanie, że zastosowanie danego kryterium nie tylko zmniejsza negatywny wpływ na środowisko (w porównaniu do rozwiązania standardowego) ale wręcz zmniejsza ten wpływ o konkretne, wyrażone liczbami wartości.

Przedsiębiorstwa, w ramach realizacji ESG, zaczynają już obliczać swój ślad węglowy, pojawiły się narzędzia oraz firmy które zajmują się takimi obliczeniami. Mierzenie emisyjności będzie też dobrym i potencjalnie coraz bardziej dostępnym narzędziem ułatwiającym formułowanie zielonych klauzul w zamówieniach publicznych. a razie tak jednak nie jest, ponieważ obliczenie śladu węglowego istniejącej firmy, usługi, eventu czy gospodarstwa domowego (ex post) jest dużo prostsze, niż przewidzenie i trafne obliczenie emisyjności kilku alternatywnych rozwiązań.

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

Żeby emisyjność rozwiązania mogła być niepodważalnym kryterium wyboru w ramach zamówienia publicznego, potrzebne jest obiektywne i jednoznaczne wskazanie nie tylko które z możliwych rozwiązań jest mniej a które bardziej emisyjne, ale także o ile dokładnie i czy metoda obliczenia różnicy była trafna, rzetelna i obiektywna. Bardzo ważnym ułatwieniem dla zamawiających i oferentów byłoby opracowanie jasnych, obiektywnych, policzalnych kryteriów umożliwiających jednoznaczne wykazanie, że zastosowanie danego kryterium nie tylko zmniejsza negatywny wpływ na środowisko (w porównaniu do rozwiązania standardowego) ale wręcz zmniejsza ten wpływ o konkretne, wyrażone liczbami wartości.

Przedsiębiorstwa, w ramach realizacji ESG, zaczynają już obliczać swój ślad węglowy, pojawiły się narzędzia oraz firmy które zajmują się takimi obliczeniami. Mierzenie emisyjności będzie też dobrym i potencjalnie coraz bardziej dostępnym narzędziem ułatwiającym formułowanie zielonych klauzul w zamówieniach publicznych. a razie tak jednak nie jest, ponieważ obliczenie śladu węglowego istniejącej firmy, usługi, eventu czy gospodarstwa domowego (ex post) jest dużo prostsze, niż przewidzenie i trafne obliczenie emisyjności kilku alternatywnych rozwiązań. Żeby emisyjność rozwiązania mogła być niepodważalnym kryterium wyboru w ramach zamówienia publicznego, potrzebne jest obiektywne i jednoznaczne wskazanie nie tylko które z możliwych rozwiązań jest mniej a które bardziej emisyjne, ale także o ile dokładnie i czy metoda obliczenia różnicy była trafna, rzetelna i obiektywna.

Z konsultacji z przedstawicielami JST wiemy, że dostęp do takich jednoznacznych kryteriów byłby dla nich czynnikiem motywującym do zwiększania liczby zielonych zamówień publicznych. Katalog kryteriów Komisji Europejskiej, dostępny na stronie Urzędu Zamówień Publicznych, niewystarczająco odpowiada na to zapotrzebowanie, wyznacza jednak pewne kierunki pracy nad koszykiem kryteriów odzwierciedlających rzeczywistość rynku lokalnego.

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

Po konsultacji z analitykiem śladu węglowego wiemy z kolei, że taki koszyk czy kalkulator porównujący emisyjność poszczególnych rozwiązań można stworzyć na jednym z trzech poziomów zaawansowania:

- *Poziom I* jest najprostszy do zrealizowania. Polega na sformułowaniu ogólnych wskazówek mówiących o tym, że jakieś rozwiązanie jest lepsze a jakieś gorsze jeśli chodzi o emisyjność – na tym poziomie mamy bardzo szacunkową ocenę emisyjności, można jednak stworzyć wskazówki i rekomendacje o pewnym stopniu obiektywności.
- *Poziom II* ma już wyraźny wymiar liczbowy: chodzi o wskazanie o ile (procentowo) rozwiązanie jest lepsze od alternatywnego pod względem emisyjności – tu konieczne jest wyliczenie emisyjności na podstawie zaawansowanych kalkulatorów i baz danych. Jest to wyzwanie dość złożone i raczej kosztowne, trzeba skorzystać z dość dużej ilości danych, które nie są ogólnodostępne a dostęp do baz jest odpłatny.
- *Poziom III* jest procesem o wiele bardziej skomplikowanym, ale najbardziej obiektywnym: polega na zweryfikowaniu (zmierzeniu), czy rzeczywiście wdrożenie danego rozwiązania sprawiło, że ślad węglowy będzie na zakładanym poziomie.

W podręczniku „Buying Green!”[3] czytamy:

> *Wprowadzenie zielonych zamówień publicznych do procedur zazwyczaj wymaga stosowania podejścia stopniowego. Jedna z metod polega na wybraniu niewielkiej liczby grup produktów i usług, na których można się początkowo skupić.*

[3] https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/8c2da441-f63c-11e5-8529-01aa75ed71a1/language-en

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

W konsultacjach z przedstawicielami zamawiających ustaliliśmy, że obszarem, na którym początkowo warto się będzie skupić, są zamówienia i ogłoszenia dotyczące cateringu. Zamawiający, aby przekonać się, że zielone zamówienia są możliwe do realizacji i nie aż tak skomplikowane, jak się tego obawiają, potrzebują zacząć „zazielenianie" swoich planów zamówień publicznych od aspektu, który będzie obarczony możliwie najmniejszym ryzykiem. Catering nie jest bardzo kosztowny (w porównaniu z kosztem np. robót budowlanych czy transportu), rzadko jest też zamawiany jako usługa długoterminowa.

Przetestowanie stosowania zielonych kryteriów na czymś łatwym i względnie niskokosztowym byłoby dobrym pierwszym krokiem, swego rodzaju poligonem doświadczalnym dla tych JST, które dotąd obawiały się stosowania zielonych klauzul lub próbowały je stosować, ale nie udało się doprowadzić do udzielenia zamówienia.

Rozpoczęliśmy więc proces współpracy z analitykiem. Efektem współpracy jest raport zawierający opracowanie koszyka obiektywnych kryteriów ekologicznych dla zamówień publicznych z obszaru cateringu. Dokument ukazuje w sposób obiektywny, jakie wybory (dotyczące usługi cateringowej) są pod względem emisyjności lepsze, a jakie są gorsze. Na tej podstawie powstały proste, konkretne rekomendacje, osadzone w lokalnym kontekście, uwzględniające lokalne uwarunkowania i realia.

Kolejnym etapem będzie skonfrontowanie i skonsultowanie owego koszyka kryteriów z interesariuszami i dopracowanie rekomendacji w oparciu o ich uwagi. Celem jest sformułowanie listy kryteriów, z których zamawiający będzie mógł wybrać i bezpośrednio włączyć je w treść ogłoszenia o zamówieniu publicznym, mając pewność, że zastosowane kryteria środowiskowe w realny sposób sprzyjają neutralności klimatycznej regionu.

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

Planujemy, że kolejnymi etapami będzie opracowanie koszyków kryteriów dla kolejnych kategorii zamówień: transport, budowa i utrzymanie czystości i porządku. W dalszej kolejności dążymy do opracowania zaawansowanego kalkulatora, pozwalającego w sposób obiektywny obliczyć emisyjność każdego zamówienia i każdego rozwiązania.

6.3. Drogowskazy dla interesariuszy zielonych zamówień publicznych

DLA PRZEDSTAWICIELI JST → JAK ZAKORZENIĆ ZIELONE ZAMÓWIENIA?

- *STOSUJ KRYTERIA ŚRODOWISKOWE TAK CZĘSTO, JAK TO MOŻLIWE:* wspierasz w ten sposób proekologiczne zmiany w przedsiębiorstwach i całym regionie;
- *BĄDŹ NA BIEŻĄCO (TAK NAPRAWDĘ):* ważna jest często aktualizowana bieżąca analiza oferty przedsiębiorstw lokalnych i cykliczny kontakt z przedsiębiorstwami;
- MIEJ CZAS DLA OFERENTÓW: organizuj spotkania dotyczące zielonych kryteriów i wstępne konsultacje rynkowe;
- KONSULTUJ: wypracowuj treść zamówienia publicznego w porozumieniu z interesariuszami, w oparciu o rozpoznanie zrobione przez doradcę klimatycznego
- WYJDŹ NAPRZECIW: wyznacz osobę do kontaktu, która będzie wspierać przedsiębiorców w procedurze;
- POKAŻ, O CO W TYM CHODZI: omówienie i promowanie kryteriów środowiskowych jako przestrzeń edukowania lokalnej społeczności na temat neutralności klimatycznej;
- WSPIERAJCIE SIĘ NAWZAJEM, STWÓRZCIE MODEL WSPÓŁPRACY współpracuj z doradcą klimatycznym na rzecz zielonych zamówień.

IV W stronę zielonych zamówień w Wielkopolsce Wschodniej - raport z procesu badawczego

DLA PRZEDSIĘBIORCY → JAK SKORZYSTAĆ Z OWOCÓW ZIELONYCH ZAMÓWIEŃ?

- *ZAINWESTUJ:* cyklicznie analizuj możliwości zmian w Twoim przedsiębiorstwie, wdrażaj ekologiczne rozwiązania: to się opłaci;
- *SPRAWDZAJ OPCJE:* analizuj lokalnych zasobów w kontekście możliwych zmian w Twoim przedsiębiorstwie;
- *ŚLEDŹ TRENDY:* obserwuj produkty, oferty, nowe tendencje

i innowacyjne rozwiązania;

- *KORZYSTAJ:* z oferty edukacyjnej, ze spotkań organizowanych przez JST, z kontaktu z lokalnym doradcą klimatycznym.

DLA DORADCY KLIMATYCZNEGO → JAK MOŻESZ POMÓC WZRASTAĆ ZIELONYM ZAMÓWIENIOM I ZIELONYM ROZWIĄZANIOM?

- *KONSULTUJ, OBSERWUJ, ROZMAWIAJ:* „aktywny nasłuch" społeczny i biznesowy to podstawa, by orientować się w lokalnej sytuacji rynkowej rozpoznawać potencjał do wprowadzania zielonych rozwiązań;
- *BĄDŹ W KONTAKCIE:* z urzędnikami ds. zamówień publicznych, z lokalnymi przedsiębiorcami, z mieszkańcami. Edukuj, inspiruj, zachęcaj, wspieraj, podpowiadaj ekorozwiązania;
- *KREUJ:* wymyślaj mikrodziałania, które propagują i wzmacniają postawy proekologiczne w Twojej społeczności;
- *ODWAŻ SIĘ:* proponować innowacyjne, proekologiczne działania przedsiębiorcom, mieszkańcom, instytucjom, urzędom;
- *SIĘGAJ PO:* wsparcie, wiedzę od praktyków, literaturę fachową, szkolenia, warsztaty, coaching, inspiracje.