

To: [REDACTED] 5.1.2e [REDACTED] 5.1.2e @minvws.nl
Cc: [REDACTED] 5.1.2e [REDACTED] 5.1.2e [REDACTED] 5.1.2e @minvws.nl
From: [REDACTED] 5.1.2e
Sent: Mon 11/29/2021 1:51:51 PM
Subject: FW: Bureau LCH: CONCEPT: afwegingskaders verkoop
Received: Mon 11/29/2021 1:51:54 PM
[CIBG Bureau LCH Goederenexitstrategie 22112021.pptx](#)

Ha [REDACTED] 5.1.2e

Dit is al dat we tot nu toe hebben ontvangen van LCH.

Groet,

[REDACTED] 5.1.2e

Van: [REDACTED] 5.1.2e <[REDACTED] 5.1.2e @minvws.nl>
Verzonden: vrijdag 26 november 2021 11:39
Aan: [REDACTED] 5.1.2e <[REDACTED] 5.1.2e @minvws.nl>; [REDACTED] 5.1.2e <[REDACTED] 5.1.2e @minvws.nl>
CC: [REDACTED] 5.1.2e <[REDACTED] 5.1.2e @minvws.nl>
Onderwerp: Bureau LCH: CONCEPT: afwegingskaders verkoop

Hi [REDACTED] 5.1.2e

Alvast in concept om op te kauwen: in de huidige GES hebben we al afwegingskaders opgenomen. Dit zijn we aan het aanscherpen, maar als concept kan dit vast worden meegenomen in de nota.

[REDACTED] 5.1.2e kan jij ook meedenken? Het gaat dan voornamelijk over hoe we een keuze maken (als nodig) tussen een kavel schenken of verkopen. Hoe maken we die keuze en wie maakt die keuze?

[REDACTED] 5.1.2e is de trekker van het updaten van de GES. Deze willen we ook opnieuw inbrengen in de Stuurgroep van 10 december. Begin volgende week is de nieuwe versie gereed.

Kunnen jullie hier vandaag mee verder? Wij werken er ook aan door uiteraard, maar zijn zeker benieuwd hoe jullie hier naar kijken.

Gr,

[REDACTED] 5.1.2e

1. Verkopen



Verkoop vindt plaats onder duidelijk gedefinieerde voorwaarden*

Voor verkoop hanteren wij onderstaande randvoorwaarden*. Als een verkoopdeal binnen deze kaders valt, vragen wij niet om toestemming maar lichten we GMT in. GMT dient te toetsen of deze randvoorwaarden bestuurlijk robuust genoeg zijn voor deze mandatering.

- › **Prijs** – Maandelijks stelt Bureau LCH op basis van een benchmark de verkoopprijzen vast. Zie hiervoor de volgende slide.
- › **Binnen/buiten EU** – Verkoop richt zich voornamelijk buiten de EU. Daar waar mogelijk verkopen we de goederen ook binnen de EU.
- › **Producten** – alle genoemde producten op voorraad zijn onderdeel van de Exitstrategie
- › **Kwaliteit** – alleen producten met de juiste kwaliteit en documentatie worden verkocht of geschonken.
- › **Inlichten** – iedere verkoop worden GMT en Dienst Domijnen ingelicht. (zie slide over proces)
- › **Toets** – de strategie laten we toetsen op Commercieel, Juridische, Fiscale financiële en Bestuurlijke randvoorwaarden.
- › **Hardheidsclausule** – als het onze inschatting is dat een beoogde verkoopdeal mogelijk tot imago- of reputatieschade van de minister VWS of CIBG lijdt, zullen wij voorafgaand overleggen met GMT.

12

1. Verkopen



Benchmark Verkoopprijs

- In de beweeglijke markt van de PBM zijn prijzen binnen de meeste productgroepen nog sterk in beweging.
- Om voldoende slagkracht in de verkoop te hebben, maar eveneens een gedegen prijs beleid te hanteren, stellen wij voor om met maandprijzen te werken.
- Maandelijks worden prijzen per productcategorie vastgesteld; deze prijzen vormen een ondergrens (marge -10%) waarbinnen de Trade afdeling van het Bureau LCH de goederen mag verkopen.
- Deze prijzen worden toegevoegd aan het uitgebreidere prijsmodel; zie het bijgevoegde Excel hiervoor.
- Om tot een prijsvaststelling per productgroep te komen stellen we het volgende proces voor:

Maandelijks proces



13



Schenken

- › Momenteel wordt er geschonken aan buitenlandse overheden en goede doelen. Er is meer dan 15 mln goederen geschonken aan o.a. Suriname, Zuid-Afrika, goede doelen zoals het Rode Kruis en de Voedselbank, onderwijsinstellingen en andere binnenlandse Overheden.
- › Schenkingsverzoeken van binnenlandse medeoverheden worden eveneens gehonoreerd.
- › Bijbehorende kosten (zoals transport) worden zoveel mogelijk bij de ontvangende partij gelegd.
- › Schenkingen vinden altijd in overleg met MinFin plaats. Buitenlandse schenkingen wordt eveneens overlegd met BuZa.
- › Er is vanuit MinFin een schenkingsbudget vastgesteld van EUR 20 mln op basis van de huidige marktprijzen.

14



Leidende principes in de strategie

- › Het doel is om zo snel als mogelijk op het niveau van de piekvoorraad te komen.
- › Aangezien er 3 'Exitkanalen' zijn ligt de keuze voor hoe deze kanalen worden geprioriteerd en ingezet.
- › 4 factoren geven richting aan de strategie:

Economie

Opbrengst versus kosten

Reputatie

Weerslag maatschappij en publieke opinie

Duurzaamheid

Impact op het milieu

Doorlooptijd

Duur van de uitvoering van deze strategie

19