|  |
| --- |
|  |
| Communicatieplan |
| Conform 2.C.1, 2.C.2, 2.C.3 en 3.C.2 |
|  |
|  |
| **Gedocumenteerd intern en extern communicatieplan van****Biesot B.V.** |

**Auteur(s):**

Mevrouw J.B. Biesot, CO2-functionaris, Biesot B.V.

|  |  |
| --- | --- |
| Doc.code: | CP |
| Versie: | 1.0 |
| Datum: | 20-09-2018 |
| Status: | Definitief |

Inhoudsopgave

[1. Introductie 3](#_Toc481576833)

[2. Doelstelling en doelgroepen 4](#_Toc481576834)

[2.1 Doelgroep 1: Interne belanghebbenden 4](#_Toc481576835)

[2.2 Communicatiedoelstellingen doelgroep 1 4](#_Toc481576836)

[2.3 Doelgroep 2: Externe belanghebbenden 4](#_Toc481576837)

[2.4 Communicatiedoelstellingen doelgroep 2 4](#_Toc481576838)

[3. Overzicht externe belanghebbenden (2.C.3) 5](#_Toc481576839)

[4. Media 6](#_Toc481576840)

[4.1 Interne communicatie 6](#_Toc481576841)

[4.2 Externe communicatie 7](#_Toc481576842)

[5. Uitvoering - Stuurcyclus communicatie 9](#_Toc481576843)

[5.1 Planning en evaluatie van de communicatie (Plan) 9](#_Toc481576844)

[5.2 Uitvoering van de communicatie (Do) 10](#_Toc481576845)

[5.3 Controle van de communicatie (Check) 11](#_Toc481576846)

[5.4 Corrigerende maatregelen (Act) 11](#_Toc481576847)

# 1. Introductie

Voor u ligt het communicatieplan van Biesot B.V.. Het document geeft een beschrijving hoe de communicatie als bedoeld onder 3.C.2 beschreven in het Handboek CO2-Prestatieladder 3.0 en uitgebracht door de Stichting SKAO d.d. 10 juni 2015, is geregeld.

Gegevens over de CO2-footprint, de kwantitatieve reductiedoelstellingen, de reductie-maatregelen en -initiatieven alsmede de voortgang hiervan worden gecommuniceerd. Het energiebeleid, mogelijkheden tot individuele bijdrage tot reductie, huidig energieverbruik en trends in het bedrijf zullen worden opgenomen in verschillende communicatie-uitingen.

In dit communicatieplan worden de doelgroepen, verantwoordelijkheden met daarbij behorende taken en de wijze van communicatie beschreven.

# 2. Doelstelling en doelgroepen

Het communicatiedoel rondom CO2-reductie is het structureel overbrengen van het energie-beleid, de reductiedoelstellingen en -maatregelen van het bedrijf. Zo krijgen onze mede-werkers, andere bedrijven, opdrachtgevers en leveranciers een goed beeld van onze ambities en kunnen ze leren van onze ervaringen.

**Doelgroepen**

Binnen ons communicatiebeleid onderscheiden wij twee doelgroepen: interne belang-hebbenden bij CO2-prestataties van ons bedrijf en externe belanghebbenden bij
de CO2-prestaties van ons bedrijf.

## 2.1 Doelgroep 1: Interne belanghebbenden

Om succesvol te zijn in ons reductiebeleid dienen onze eigen medewerkers goed op de hoogte gehouden te worden omtrent de ontwikkelingen rond het CO2-beleid. Daarbij nodigen wij hen uit om actief mee te denken om de CO2-uitstoot verder te reduceren en hiervoor concrete voorstellen te doen. Deze doelgroep bestaat uit: Uitvoerders/projectleiders. Kantoor- en werkplaatsmedewerkers. Chauffeurs. Management Team

## 2.2 Communicatiedoelstellingen doelgroep 1

Het doel van communicatie met deze doelgroep is met name:

**informeren, overtuigen en activeren**.

Wij kunnen onze doelstellingen alleen bereiken als onze medewerkers daar actief aan meewerken. Tevens kunnen onze medewerkers een bron zijn van nieuwe ideeën om reductie te bereiken. De communicatiemiddelen die gebruikt worden om deze doelgroep te bereiken zijn beschreven in hoofdstuk 3.

## 2.3 Doelgroep 2: Externe belanghebbenden

Externe belanghebbenden zijn partijen die belang hebben bij reductie van energie en van
de meest materiële CO₂-emissies, en potentiële partners om mee samen te werken aan
CO₂-reductie, zowel bij de initiatieven van ons bedrijf als bij de maatregelen in projecten waarop CO2-gerelateerd gunningvoordeel verkregen is. Deze doelgroep bestaat uit: (potentiële) Opdrachtgevers. Leveranciers. Overheden. Branchegenoten. Branche-organisaties. Omwonenden/bedrijven op ons bedrijfsterrein. Onderaannemers;

##

## 2.4 Communicatiedoelstellingen doelgroep 2

Het doel van het communiceren met deze doelgroep is:

**informeren, kennisdelen en relatieonderhoud**.

De communicatiemiddelen om deze doelgroep te bereiken zijn beschreven in hoofdstuk 3.

# 3. Overzicht externe belanghebbenden (2.C.3)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Groep belanghebbenden** | **Belanghebbende** | **Wat is de link met ons CO2-reductiebeleid?** |
| Klanten, afnemers, opdrachtgevers | Opdrachtgevers; bewoners, architecten, woningbouwverenigingen (zoals PRE Wonen, Ymere, ELAN Wonen), Vereniging van Eigenaren, Gemeentes Haarlem, Heemstede en Haarlemmermeer.zie tevens de klantenlijst in het systeem | Mogelijke samenwerking sector- en/of keten initiatief |
| idem | EMVI criteria bij aanbestedingen |
|  |  |
| Onderaannemers | Niet van toepassing |  |
|  |  |
| Leveranciers | Brandstof leverancier Hendriks Benzine Vijfhuizen B.V. / B. v.d. Mij de Bie B.V. | Leveranciers (alternatieve) brandstoffen |
| Stroom leverancier Nuon. | Aftastend toekomstige inkoop groene stroom |
| Aardgas leverancier Essent. |  |
| Overheden en bevoegd gezag | Omgevingsdienst Noordzeekanaalgebied | Milieu Inspectie |
| Gemeentes |  |
|  | Woningbouwverenigingen |  |
| Branchegenoten | Via brancheorganisatie |  |
| Brancheorganisaties | VHG | Mogelijke samenwerking sectorinitiatief |
| Directe omgeving locatie | Woon- en werkgebied |  |
| NGO’s (die met CO2 reductie te maken hebben) | N.v.t. |  |
| Media  | N.v.t. |  |
| Overig | N.v.t. |  |

4. Media

Voor de communicatie met de verschillende doelgroepen, worden verschillende media ingezet. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen interne en externe communicatie.

## 4.1 Interne communicatie

Voor interne communicatie gebruikt men de volgende media:

* Direct via medewerker bijeenkomsten.
* Geschreven via nieuwsbrieven.
* Website.

**4.1.1 Medewerkersbijeenkomsten**

Tijdens de medewerkersbijeenkomsten worden de CO2-uitstoot, de reductiedoelstelling en de voortgang van de doelstelling besproken en gedeeld met het voltallige personeel. Hiervan wordt een verslag gemaakt (toolbox). Minimaal eenmaal per jaar vindt er een personeelsbijeenkomst plaats.

Deze bijeenkomsten zijn bij uitstek gelegenheden om de medewerkers te peilen voor eventuele nieuwe ideeën voor maatregelen die bij kunnen dragen aan het behalen van de reductie doelstellingen.

**4.1.2 Nieuwsbrieven**

De belangrijkste elementen uit onze CO2-footprint worden minimaal tweemaal per jaar aan het personeel gecommuniceerd door middel van de footprint en een nieuwsbrief. De inhoud van deze nieuwsbrief bevat minimaal:

* Het geformuleerde energiebeleid.
* De huidige status van de gerealiseerde reductie in CO2-emissie en energieverbruik.
* De geformuleerde doelstellingen op het gebied van energie en CO2-reductie.
* Voortgang ten opzichte van de doelstellingen.
* Reductiemogelijkheden, zowel bedrijfsbreed als op project- en persoonlijk niveau.
* Projecten die zijn ingezet om reducties te realiseren.
* Trends van energieverbruik en CO2-uitstoot.

**4.1.3 Website**

Op onze website is een aparte link naar een ‘Duurzaamheidspagina’ gecreëerd. (www.biesot.nl). Op deze pagina worden alle projecten in het kader van CO2- en energieverbruiksreductie beschreven. Daarbij wordt tevens de voortgang op dit gebied weergegeven. In de nieuwsberichten zal regelmatig naar deze website worden verwezen voor meer informatie.

## 4.2 Externe communicatie

De vorm van externe communicatie is afhankelijk van het type belanghebbende binnen
deze doelgroep. Informatie over het beleid, doelstellingen en voortgang op het gebied van
CO2-uitstoot en energiereductie worden gepubliceerd. Dit gebeurt minimaal halfjaarlijks, of
bij grote afwijkingen meerdere keren per jaar.

De volgende media worden onderscheiden:

* De bedrijfswebsite (www.biesot.nl)
* De SKAO website (www.skao.nl)
* Digitale nieuwsbrieven
* Actieve deelname en initiatieven van werkgroepen

**4.2.1 Bedrijfswebsite**

Biesot B.V. heeft voor haar klanten, leveranciers en andere belanghebbenden een CO2-pagina op de website ingericht op internet. De informatie die via deze link te vinden is omvat tenminste:

* De CO2-footprint en de kwantitatieve reductiedoelstellingen.
* De reductiedoelstellingen voor scope 1 en 2 en het plan van aanpak.
* De naam van het (keten/sector)initiatief, inclusief een korte omschrijving, de initiatiefnemers en de (reductie-)doelstellingen.

**4.2.2 De internetpublicatie van het bedrijf op de website van SKAO**

De informatie die op deze website te vinden is omvat tenminste de naam van het (keten/sector)initiatief, inclusief een korte omschrijving, de initiatiefnemers en de reductiedoelstellingen.

Op de website van SKAO dient elk document een pdf te zijn, met vermelding van een versienummer, een handtekening van de autoriserende verantwoordelijke manager, en de autorisatiedatum. Inlogcodes en instructies zijn echter na aanmelding al wel ter beschikking gesteld om ook de maatregellijst te kunnen benaderen en invullen. Na certificatie zal ook het certificaat op de SKAO-pagina worden geplaatst.

**4.2.3 Persberichten**

Biesot B.V. communiceert indien van toepassing middels een persbericht haar activiteiten op het gebied van CO2-emissie en CO2-reductie. De inhoud van de persberichten wordt dan bepaald door de directie.

**4.2.4 Digitale nieuwsbrieven**

De belangrijkste elementen uit de CO2-footprint worden minimaal eenmaal per half jaar aan de externe belanghebbenden gecommuniceerd door middel van een nieuwsbrief. De inhoud van deze nieuwsbrief bevat minimaal:

* Het geformuleerde energiebeleid.
* De huidige status van de gerealiseerde CO2-emissie en energieverbruik.
* De geformuleerde doelstellingen op het gebied van energie en CO2-reductie.
* Voortgang ten opzichte van de doelstellingen.

**4.2.5 Actieve deelname in werkgroepen**

Binnen de maatschappelijke omgeving waarin de organisatie opereert, zijn er diverse initiatieven die tot doel hebben de leefbaarheid van de omgeving te verbeteren.
Biesot B.V. participeert in die initiatieven en zorgt door middel van inzet van haar kennis op haar werkgebied, voor een actieve bijdrage in de werkgroepen. Zij communiceert in deze werkgroepen tevens haar eigen resultaten en geeft aan hoe zij beoogt de gestelde doelstellingen te realiseren.

De initiatieven waar wij aan deelnemen en de voortgang ervan is beschreven in het document Sector- en keteninitiatieven. Dit document wordt gepubliceerd op onze bedrijfswebsite en op de website van SKAO.

# 5. Uitvoering - Stuurcyclus communicatie

Om te waarborgen dat de communicatie m.b.t. CO2-beleid van het bedrijf hun doel(en) bereiken is een efficiënte stuurcyclus noodzakelijk. Hieronder zijn de stappen omschreven die bij Biesot B.V. gevolgd worden om dit te realiseren. De stappen zijn gebaseerd op de Deming cyclus: Plan-Do-Check-Act. Deze stuurcyclus is geïmplementeerd en geborgd middels procedure C.3 van ons handboek van het managementsysteem voor CO2-bewust handelen.

Verantwoordelijk voor de algehele communicatie is mevrouw J.B. Biesot.


*Voor het bedrijf en de projecten waar CO2-gunnings voordeel op is verkregen. Plannen – communiceren – terugkoppelen – corrigeren/aanpassen. Terugkoppeling o.a. aan medewerkers en overige belanghebbenden.*

## 5.1 Planning en evaluatie van de communicatie (Plan)

Jaarlijks wordt in MT-overleg het volgende besproken ten aanzien van de communicatie:

* De externe belanghebbenden en doelgroepen worden (opnieuw) bepaald.
* Eventuele terugkoppelingen en communicaties aan het bedrijf van belanghebbenden (intern en extern).
* De frequentie van het communiceren.
* De actualiteit cq. geschiktheid van de gebruikte media voor communicatie.
* Eventuele wijzigingen van de eisen in de CO2-prestatieldder m.b.t. communicatie.

De COF levert de benodigde informatie aan het MT voor het bovenstaande. De bevindingen van het MT-overleg worden vastgelegd in de directiebeoordeling. Naar aanleiding van de beoordeling door het MT kan de inhoud van het communicatieplan gewijzigd worden.

## 5.2 Uitvoering van de communicatie (Do)

In de onderstaande tabel staat aangegeven wie verantwoordelijk is voor welke communicatie, met welke frequentie de communicatie uitgevoerd moet worden en de inhoud die de communicatie bevat in relatie tot de eisen van de CO2 prestatieladder.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Communicatie****/ activiteit** | **Doel****groep(en)** | **Frequentie & planning** | **Eis** | **Inhoud van de communicatie** | **Verantwoordelijke uitvoering** |
| **Bedrijfswebsite** | Alle, intern en extern | 2x per jaar  | 3.B.1 | De CO2 footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductie doelstellingen en plan van aanpak voor scope 1 & 2 (het Energie management actieplan). | COF |
|  |  | actualiseren van de informatie | 3.C.1 |  |
|  |  |  | 3.D.1 | Informatie over de actieve deelname aan een keten of sector initiatief. |  |
| **Website SKAO** | Alle, intern en extern | 1x per jaar | 3.D.1 | Informatie over de actieve deelname aan een keten of sector initiatief. | COF |
| **Medewerkers bijeenkomsten** | Alle medewerkers intern | 1x per jaar | 3.C.1 | De CO2 footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductie doelstellingen en plan van aanpak voor scope 1 & 2  | Uitvoerders |
| **Interne nieuwsbrief** | Alle medewerkers intern | 2x per jaar | 3.C.1 | De CO2 footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductie doelstellingen en plan van aanpak voor scope 1 & 2  | COF |
| **Externe nieuwsbrief** | OnderaannemersOpdrachtgevers | 2x per jaar | 3.C.1 | De CO2 footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductie doelstellingen en plan van aanpak voor scope 1 & 2  | COF |
| **Persberichten** | Alle externe belanghebbenden | Indien van toepassing | 1.C.1 | Energie reductiebeleid, inhoud door directie te bepalen | Directie |
| **MT-overleg** | MT | 4x per jaar | 2.C.2 | Energie reductie beleid, doelstellingen, maatregelen, communicatie.  | Directie |
| **Active deelname werkgroepen** | Mede initiatiefnemers | Afhankelijk van planning initiatief  | 3.D.1 | Mogelijkheden voor energiereductiemaatregelen op projecten | COF |
|  |  |  |  |  |  |

**5.2.1 Communicatie op projecten met gunningsvoordeel**

Voor projecten waarop CO2 gerelateerd gunningsvoordeel is verkregen wordt een apart communicatieplan opgesteld op basis van het bedrijfscommunicatieplan. Per project wordt bepaald wie de belanghebbenden zijn, welke communicatiemiddelen gebruikt zullen worden, wie verantwoordelijk is voor de communicatie en met welke frequentie gecommuniceerd zal worden. Het projectcommunicatieplan wordt opgesteld door de COF in samenwerking met de directie en de projectleider.

## 5.3 Controle van de communicatie (Check)

De COF is verantwoordelijk voor de controle op de juiste uitvoer van de verschillende communicaties volgens het communicatieplan.

Halfjaarlijks controleert de COF dat:

* Alle afgesproken communicaties hebben plaatsgevonden.
* De inhoud van de communicatie actueel is en alle onderwerpen bevat zoals in dit plan is beschreven is.

Indien blijkt dat niet alle communicaties correct of volledig uitgevoerd zijn dan wordt dit door de COF aan het MT gemeld.

**5.3.1 Bijdragen en terugkoppeling over het CO2-reductiebeleid**

Naar aanleiding van de communicatie over het CO2-reductiebeleid kan het bedrijf bijdragen of terugkoppeling ontvangen van derden. Dit kan bijvoorbeeld een communicatie zijn van een externe belanghebbende (b.v. opdrachtgever) of medewerker van het bedrijf.

Bijdragen of terugkoppelingen kunnen bestaan uit (maar zijn niet beperkt tot):

* ideeën voor maatregelen om tot CO2-reductie te komen,
* klachten m.b.t. energie verspilling of milieu overlast,
* wetswijzigingen die invloed kunnen hebben op het CO2-reductiebeleid,
* (wijzigingen m.b.t.) eisen van opdrachtgevers over het CO2-reductie.

Alle bijdragen tot of terugkoppelingen over het CO2-reductiebeleid van het bedrijf worden door de COF verzameld en aan het MT doorgegeven ter beoordeling.

## 5.4 Corrigerende maatregelen (Act)

In de volgende situaties zijn corrigerende maatregelen nodig:

* Communicatie wordt niet conform de planning uitgevoerd of informatie is inhoudelijk niet correct.
* De terugkoppeling van derden heeft gevolgen voor of kan gevolgen hebben voor het CO2-reductiebeleid van het bedrijf bijvoorbeeld bij:
	+ Wetswijzigingen.
	+ Veranderingen van eisen van opdrachtgevers.
	+ Klachten/berichten over energie verspillingen.

De bovenstaande situaties worden door de COF met het MT besproken waarna indien nodig een corrigerende maatregel wordt getroffen. De effectiviteit van de maatregel wordt bewaakt door de COF.