

AANNEMERSBEDRIJF



Communicatieplan

Conform 2.C.1, 2.C.2, 2.C.3 en 3.C.2

Gedocumenteerd intern en extern communicatieplan van

A. van Ooijen Woerden B.V.

Auteur(s):

Mevr. G.A.W. Mielke - van Ooijen

Doc.code: CP
Versie: 1.3
Datum: 04-04-2018
Status: Definitief

Inhoudsopgave

1. Introductie	3
2. Doelstelling en doelgroepen.....	4
2.1 Doelgroep 1: Interne belanghebbenden	4
2.2 Communicatiedoelstellingen doelgroep 1	4
2.3 Doelgroep 2: Externe belanghebbenden	5
2.4 Communicatiedoelstellingen doelgroep 2	5
3. Overzicht externe belanghebbenden	6
4. Media	7
4.1 Interne communicatie.....	7
4.2 Externe communicatie	8
5. Uitvoering - Stuurcyclus communicatie	10
5.1 Planning en evaluatie van de communicatie (Plan)	10
5.2 Uitvoering van de communicatie (Do).....	11
5.3 Controle van de communicatie (Check).....	12
5.4 Corrigerende maatregelen (Act)	12

1. Introductie

Voor u ligt het communicatieplan van Aannemersbedrijf A. van Ooijen Woerden B.V. Het document geeft een beschrijving hoe de communicatie, als bedoeld onder 3.C.2 beschreven in het Handboek CO₂-Prestatieladder3.0en uitgebracht door de Stichting SKAO, is geregeld.

Gegevens over de CO₂-footprint, de kwantitatieve reductiedoelstellingen, de reductiemaatregelen en -initiatieven alsmede de voortgang hiervan worden gecommuniceerd. Het energiebeleid, de 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, de verantwoordelijkheden met de daarbij horende taken en de wijze van communicatie beschreven.

2. Doelstelling en doelgroepen

Het communicatiedoel rondom CO₂-reductie is het structureel overbrengen van het energiebeleid, de reductiedoelstellingen en reductiemaatregelen van het bedrijf. Zo krijgen onze medewerkers, 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 belanghebbenden bij CO₂-prestaties 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:

Groep belanghebbenden	Wat betekent deze belanghebbende voor ons bedrijf Wat is de link met ons CO ₂ -reductiebeleid?		
Intern	Functie	Belang/invloed bij het reductie beleid	Scope
Medewerkers	Calculator/ werkvoorbereider	Het plannen van ritten en het inkopen van grondstoffen.	Scope 1
	Uitvoerders	Het controleren op het werk en het juiste gebruik van de machines en brandstof verbruik.	Scope 1
	Chauffeurs	Hun aandeel in het transport van middelen en grondstoffen.	Scope 1
	Machinisten	Het energiebewust gebruik van de shovels, graafmachines e.d.	Scope 1
	Monteur	Het gebruik van de verwarming en elektrische middelen (gereedschap, verlichting) in de werkplaats.	Scope 1 & 2
	Medewerkers op kantoor	Het gebruik van middelen op kantoor; verlichting e.d. en het gebruik van de verwarming (gasverbruik)	Scope 1 & 2

2.2 Communicatiedoelstellingen doelgroep 1

Het doel van communicatie met deze doelgroep is met name: **informereren, overtuigen en activeren.**

Wij kunnen onze reductiedoelstellingen 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 de reductie van energie en van de meest materiële CO₂-emissies.
- 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.

De doelgroepexterne belanghebbenden staat vermeld in hoofdstuk 3.

2.4 Communicatiedoelstellingen doelgroep 2

Het doel van het communiceren met deze doelgroep is:
informereren, kennisdelen en relatieonderhoud.

De communicatiemiddelen om deze doelgroep te bereiken zijn beschreven in hoofdstuk 4.

3. Overzicht externe belanghebbenden

Extern	Partij	Belang/invloed bij het reductie beleid
Klanten, afnemers, opdrachtgevers	Jan Snel Containers	Mogelijke samenwerking in de toekomst m.b.t. het reduceren van CO ₂ -uitstoot (denk aan transport)
	Gemeenten; Woerden, Ronde Venen, Alphen a/d Rijn, Utrecht e.a.	Gunningvoordeel bij aanbestedingen
	Bouwbedrijven	Zij stellen soms eisen m.b.t. CO ₂ -reductie (CO ₂ -selectie criteria)
Leveranciers, onderaannemers	Wavin - leverancier leidingwerk	(Mogelijke) Samenwerking op het gebied van CO ₂ -reductie bij projecten
	Tebi- leverancier bestratingsmaterialen	
	Theo Pouw - Zand leverancier en de verwerking van puin	
	M.B.I. – leverancier bestratingsmaterialen	
	Door ons ingehuurd ZZZP-ers en Onderaannemers	Samenwerken m.b.t. het behalen van onze reductie doelstellingen Zij maken gebruik van onze machines dus stoten namens het bedrijf ook CO ₂ uit.
Overheden en regelgevers	Gemeente Woerden	Het aanvragen van Milieuvergunningen
	Provincie Utrecht	Milieueisen die gesteld worden bij de bouw van het nieuwe pand aan de Parallelweg.
	De Stichtse Rijnlanden	De aanleg van de Westelijke rondweg Woerden is volledig afhankelijk van deze partijen. Deze rondweg zal weer gevolgen hebben voor de afstanden die gereden moeten worden door onze wagens en dus de uitstoot van CO ₂ door het brandstof verbruik.
Directe omgeving locatie/projectlocatie	Inwoners Woerden	(Mogelijk) overlast van door rijdend materieel tussen de Wagenmakersweg en de Parallelweg-West door Woerden

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 medewerkersbijeenkomsten.
- Geschreven via nieuwsbrieven, via e-mail en prikboarden.
- Website.

4.1.1 Medewerkersbijeenkomsten / Toolboxen

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. Minimaal eenmaal per jaar vindt er een personeelsbijeenkomst plaats. Daarnaast vindt er minimaal 1 toolbox plaats met als thema CO₂-reductie.

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 reductiedoelstellingen.

4.1.2 MT-overleg

Jaarlijks wordt het energiemanagementsysteem, het beleid en de doelstellingen besproken tijdens een MT-overleg. Hierbij wordt gelet op de voortgang van de doelstellingen en eventuele nieuwe ontwikkelingen binnen de markt, de branche en andere ontwikkelingen op het gebied van CO₂-reductie. Tevens wordt de voortgang van de initiatieven waar het bedrijf aan deelneemt beoordeeld. Dit wordt vastgelegd in het document Directiebeoordeling.

4.1.3 Nieuwsbrieven

De belangrijkste elementen uit onze CO₂-footprint worden halfjaarlijks aan het personeel gecommuniceerd via een nieuwsbrief. De inhoud van deze nieuwsbrief bevat:

- 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.
- Trends van energieverbruik en CO₂-uitstoot.
- Reductiemogelijkheden, zowel bedrijfsbreed als op project- en persoonlijk niveau.
- Projecten die zijn ingezet om reducties te realiseren.

De nieuwsbrieven worden gepubliceerd op de prikboarden in de kantines en op de bedrijfswebsite (CO₂/Duurzaamheid).

4.1.4 Bedrijfswebsite

Op onze website is een aparte link naar een 'Duurzaamheidspagina' (www.van-ooijen.com). Op deze pagina wordt het beleid, de CO₂-footprint en de doelstellingen van het bedrijf met betrekking tot CO₂-reductie omschreven. Deze webpagina wordt actueel gehouden. In de nieuwsbrief zal naar deze website worden verwezen voor meer informatie. In de nieuwsberichten zal regelmatig naar deze website worden verwezen voor meer informatie.

4.1.5 Werkoverleg

Meerdere keren per jaar wordt overleg gepleegd tussen de directeur, de CO₂-functionaris, de voormannen en de uitvoerders. Hierbij worden de actuele ontwikkelingen in het werk, de veiligheid en het gedrag van werknemers/onderaannemers met betrekking tot energie verbruik en CO₂-uitstoot besproken. Van dit overleg worden notulen opgesteld.

4.2 Externe communicatie

De vorm van externe communicatie is afhankelijk van het type belanghebbende binnen deze doelgroep. Informatie over het beleid, de doelstellingen en de 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.van-ooijen.com);
- De SKAO-website
- Digitale nieuwsbrieven (op website)
- Actieve deelname aan werkgroepen via Duurzame Leverancier en MKB-Infra

4.2.1 Bedrijfswebsite

Aannemersbedrijf A. van Ooijen Woerden B.V. heeft voor haar klanten, leveranciers en andere belanghebbenden een CO₂-pagina ingericht op internet. De informatie die via deze link te vinden is omvat tenminste:

- De CO₂-beleidsverklaring;
- 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).

4.2.3 Digitale nieuwsbrieven (op website)

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

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

4.2.4 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. A. van Ooijen Woerden B.V. participeert in die initiatieven en zorgt door middel van inzet van haar kennis op het gebied van bestratingen en grondverzet 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.

A.van Ooijen Woerden B.V. is deelnemer aan het initiatief 'Duurzame leverancier' en bezoekt jaarlijks bijeenkomsten en levert een actieve bijdrage op grond van haar kennis en ervaringen.

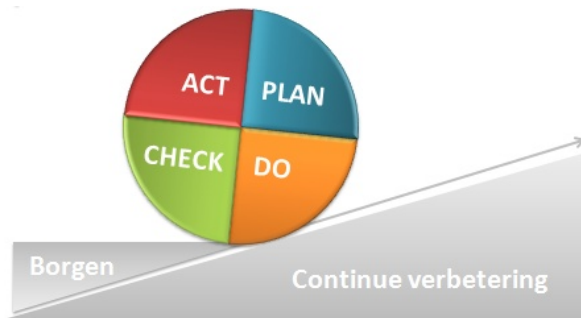
A. van Ooijen Woerden B.V. heeft zich aangemeld bij het commissie initiatief 'Innovatie en duurzaamheid' van MKB-Infra en wil op korte termijn actief deelnemen aan evenementen die door dit platform worden georganiseerd. Tevens heeft het bedrijf nauw contact met Sweco over mogelijke toekomstige samenwerking m.b.t. keteninitiatieven.

Het initiatief 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 met betrekking tot het CO₂-beleid van het bedrijf haar doel(en) bereikt is een efficiënte stuurcyclus noodzakelijk. Hieronder zijn de stappen omschreven die bij A. van Ooijen Woerden 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 door middel van procedure C.3 van ons handboek van het managementsysteem voor CO₂-bewust handelen.

Verantwoordelijk voor de algehele communicatie is mevrouw G.A.W. Mielke-van Ooijen.



Voor het bedrijf en de projecten waar CO₂-gunningsvoordeel 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 het 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 c.q. geschiktheid van de gebruikte media voor communicatie.
- Eventuele wijzigingen van de eisen in de CO₂-prestatieindex met betrekking tot communicatie.

De COF levert voor het bovenstaande de benodigde informatie aan het MT. 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	Doelgroep(en)	Frequentie & planning	Eis	Inhoud van de communicatie	Verantwoordelijke uitvoering
Bedrijfswebsite	Alle, intern en extern	Jaarlijksactualiseren	3.B.1 3.C.1 3.D.1	De CO ₂ -footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductiedoelstellingen en Plan van Aanpak voor scope 1 & 2. (Het Energie Management Actieplan). Informatie over de actieve deelname aan een keten- of sectorinitiatief.	COF
Website SKAO	Alle, intern en extern	Jaarlijks actualiseren.	3.D.1	Informatie over de actieve deelname aan een keten- of sectorinitiatief.	COF
Personeelsbijeenkomst /Toolbox	Alle medewerkers intern	1x per jaar	3.C.1	De CO ₂ -footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductiedoelstellingen, Plan van Aanpak voor scope 1 & 2 en de voortgang.	COF
Werkoverleg	Directeur, COF-coördinator, voormannen en uitvoerders	6 x per jaar	3.C.1	Ontwikkelingen en gedrag werknemers/onderaannemers met betrekking tot energieverbruik en CO ₂ -uitstoot	COF
Publicatie nieuwsbrief	Alle medewerkers intern	Halfjaarlijks	3.C.1	De CO ₂ -footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductiedoelstellingen en Plan van Aanpak voor scope 1 & 2.	COF
Persberichten	Alle externe belanghebbenden	Ad hoc	1.C.1	Energiereductiebeleid, inhoud door directie te bepalen.	Directie
MT-overleg	MT	1x per jaar	2.C.2	Energiereductiebeleid, doelstellingen, maatregelen, communicatie.	Directie
Actieve deelname werkgroepen; duurzame leverancier.nl	Mede initiatiefnemers	2x per jaar min. Afhankelijk van onderwerp	3.D.1	Mogelijkheden voor energiereductiemaatregelen op projecten.	COF/Directie
Samenwerking MKB Infra	Brancheleden	Ad hoc	3.D.1	Mogelijkheden voor energiereductiemaatregelen op projecten.	COF/Directie
Samenwerking Sweco	Sweco	Onregelmatig	3.D.1	Mogelijkheden voor energiereductiemaatregelen op projecten.	Directie

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.

Jaarlijks 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 communicatie zijn van een externe belanghebbende (bv. 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 met betrekking tot energieverstopping of milieuoverlast;
- wetswijzigingen die invloed kunnen hebben op het CO₂-reductiebeleid;
- (wijzigingen met betrekking tot) eisen van opdrachtgevers over de 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 energieverstoppingen.

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.