Communicatieplan

Bedrijf: **Roos Groep**

Periode: **2022**

Auteur: T. Roos (COF-coördinator)
en K. Lambregts (externe adviseur)

Datum: 15-04-2022

INHOUDSOPGAVE

1 Inleiding 3

2 Doelstelling en doelgroepen 3

2.1 Interne belanghebbenden 3

2.2 Externe belanghebbenden 4

3 Overzicht externe belanghebbenden 4

4 Media 5

4.1 Interne communicatie 5

4.1.1 Toolboxen 5

4.1.2 Nieuwsbrieven 5

4.1.3 Bedrijfswebsite 5

4.2 Externe communicatie 6

4.2.1 Bedrijfswebsite 6

4.2.2 De internetpublicatie van het bedrijf op de website van SKAO 6

4.2.3 Digitale nieuwsbrieven 6

4.2.4 Actieve deelname in werkgroepen 6

5 Uitvoering – stuurcyclus communicatie 7

5.1 Planning en evaluatie van de communicatie (Plan) 7

5.2 Uitvoering van de communicatie 8

5.2.1 Communicatie op projecten met gunningsvoordeel 8

5.2.2 Controle van de communicatie 9

5.2.3 Bijdragen en terugkoppeling over het CO2-reductiebeleid 9

5.2.4 Corrigerende maatregelen 9

1 Inleiding

Voor u ligt het communicatieplan van de Roos Groep en haar werkmaatschappijen. Het document geeft een beschrijving hoe de communicatie als beschreven in het Handboek CO_2-Prestatieladder 3.1 en uitgebracht door de Stichting SKAO, is geregeld.

Gegevens over de CO_2-footprint, de kwantitatieve reductiedoelstellingen, de reductiemaatregelen 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 CO_2-reductie is het structureel overbrengen van het energiebeleid, de reductiedoelstellingen en -maatregelen 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 CO_2-prestatataties van ons bedrijf en externe belanghebbenden bij de CO_2-prestaties van ons bedrijf.

2.1 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 CO_2-beleid. Daarbij nodigen wij hen uit om actief mee te denken om de CO_2-uitstoot verder te reduceren en hiervoor concrete voorstellen te doen.

Deze doelgroep bestaat uit:
- De medewerkers op de projecten
- De uitvoerders
- De kantoormedewerkers (administratie, calculatie, werkvoorbereiding en planning)
- Het management team
- De medewerkers van de werkplaats.

Communicatiedoelstellingen interne belanghebbenden
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 4.

2.2 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 CO_2-gerelateerd gunningvoordeel verkregen is.

Deze doelgroep bestaat uit

- (Potentiële) opdrachtgevers
- Leveranciers
- (Lokale) overheden
- De onderaannemers
- SKAO

Communicatiedoelstellingen Externe belanghebbenden
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

Groep belanghebbenden	Belanghebbende	Wat is de link met ons CO_2-reductiebeleid?	Media
(Potentiele) opdrachtgevers	Diverse opdrachtgevers	CO2-prestatieladder niveau 3. EMVI criteria bij aanbestedingen	Bedrijfs website SKAO website Digitale Nieuwsbrief Contractbesprekingen
Onderaannemers	Diverse leveranciers	Invloed op CO_2 uitstoot van de machines en mogelijke samenwerking reductiebeleid	Bedrijfs website Digitale Nieuwsbrief Contractbesprekingen
Leveranciers	Energieleveranciers	Als leverancier van stroom en gas	Bedrijfs website SKAO website
	Brandstofleveranciers	Leverancier brandstof, brandstof registratie, brandstof alternatieven	Bedrijfs website SKAO website
Overheden en bevoegd gezag	Gemeentes, provincies en andere opdrachtgevers.	Tevens opdrachtgever die het EMVI criterium in haar aanbestedingen gebruikt.	Bedrijfs website SKAO website Digitale Nieuwsbrief Contractbesprekingen
Overig	SKAO	Als beheerder van de CO_2 prestatieladder	SKAO website
	Cementbouw	Samenwerking in het teken van de RAMaC wegverharding	Bedrijfs website SKAO website
	Betoninfra	Samenwerking in het teken van het sectorinitiatief betoninfra.	Bedrijfs website SKAO website

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 volgende media:

- Toolboxen
- Nieuwsbrieven/memo
- Internet website
- De bestaande overlegstructuur in de Roos Groep.

4.1.1 Toolboxen

Tijdens de toolboxen wordt de CO_2-uitstoot en de voortgang van de doelstellingen als onderdeel besproken en gedeeld met de medewerkers. Hiervan wordt een verslag gemaakt. Minimaal eenmaal per jaar vindt een toolbox gehouden met dit onderwerp. De inhoud van deze toolbox kan onder andere de volgende items bevatten:

- Het geformuleerd energiebeleid;
- De huidige status van de gerealiseerde CO_2-emissie en energieverbruik;
- De geformuleerde doelstellingen op het gebied van energie en CO_2-reductie;
- Voortgang ten opzichte van de doelstellingen;
- Reductiemogelijkheden, zowel bedrijfsbreed als op project- en persoonlijk niveau;
- Methoden die zijn ingezet om reducties te realiseren.

Deze bijeenkomsten zijn ook een mooie gelegenheid om hun input te vragen over het beleid en ideeën die zij hebben die bij kunnen dragen aan het reduceren van het energie verbruik/ CO_2 uitstoot.

4.1.2 Nieuwsbrieven

De CO_2-footprint wordt minimaal eenmaal per half jaar aan de medewerkers gecommuniceerd door middel van een nieuwsbrief. De inhoud van deze nieuwsbrief bevat minimaal:

- De huidige status van de gerealiseerde CO_2-emissie en energieverbruik;
- De geformuleerde doelstellingen op het gebied van energie en CO_2-reductie;
- Voortgang ten opzichte van de doelstellingen;
- Methoden die zijn ingezet om reducties te realiseren;
- De voortgang van de projecten waar gunningsvoordeel op is verkregen;
- De mogelijkheid tot individuele bijdrage door de medewerkers.

De nieuwsbrieven worden gepubliceerd op de prikborden in de kantines en de keten.

4.1.3 Bedrijfswebsite

Op internet is een aparte link 'CO_2' gecreëerd. (www.roosgroep.nl). Op deze pagina wordt het beleid, de CO_2-footprint en de doelstellingen van het bedrijf met betrekking tot CO_2- reductie omschreven. Deze webpagina wordt een keer in het half jaar bijgewerkt. In de nieuwsbrief zal regelmatig naar deze website worden verwezen voor meer informatie. Zie ook punt 4.2.1. voor meer inhoudelijke 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 CO_2-uitstoot en energiereductie worden gepubliceerd. Dit gebeurt minimaal halfjaarlijks, of bij grote afwijkingen meerdere keren per jaar.

De volgende media worden onderscheiden:

- Internet (www.roosgroep.nl)
- Digitale nieuwsbrieven
- Actieve deelname aan werkgroepen
- Contract besprekingen met onderaannemers

4.2.1 Bedrijfswebsite

De Roos Groep heeft voor haar medewerkers , opdrachtgevers , leveranciers en andere belanghebbenden een aparte webpagina op haar website die via de link CO2 te bereiken is. De website bestaat uit een aantal onderdelen:

- Informatie: Informatie over het beleid, doelstellingen en voortgang op het gebied van CO_2-uitstoot en energiereductie worden gepubliceerd. Dit gebeurt minimaal halfjaarlijks of, bij grote afwijkingen, meerdere keren per jaar.
- De reductie doelstellingen en plan van aanpak.
- Deelname in initiatieven: Hier wordt aangeven aan welke initiatieven/projecten wordt deelgenomen of welke geïnitieerd zijn om CO_2-reductie te bereiken.

4.2.2 De internetpublicatie van het bedrijf op de website van SKAO

De volgende documenten worden op de SKAO website gepubliceerd:

- Informatie over de inhoud van het sector- en keten initiatief waar het bedrijf aan deelneemt

Op de website van SKAO dient elk document een pdf te zijn, met vermelding van een versienummer, een handtekening van de directeur en de autorisatiedatum.

De bovenstaande documenten worden actueel gehouden en minimaal eens per jaar gecontroleerd op actualiteit.

4.2.3 Digitale nieuwsbrieven

De Roos Groep en haar werkmaatschappijen communiceren middels digitale nieuwsbrieven op de website haar activiteiten op het gebied van CO_2-emissie en CO_2-reductie aan interne en externe belanghebbenden. Dit gebeurt eens per half jaar. De inhoud van deze nieuwsbrief bevat minimaal:

- De huidige status van de gerealiseerde CO_2-emissie en energieverbruik;
- De geformuleerde doelstellingen op het gebied van energie en CO_2-reductie;
- Voortgang ten opzichte van de doelstellingen;
- Methoden die zijn ingezet om reducties te realiseren.

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.

De Roos Groep en haar werkmaatschappijen participeren in die initiatieven en zorgt door middel van inzet van haar kennis op het gebied van GWW en betonverhardingen , zoals bij het RAMAC initiatief en via het sectorinitiatief voor de betoninfra.
Daarnaast zijn er nog meer initiatieven waaraan wordt deelgenomen.
Zij communiceert in deze werkgroepen tevens haar eigen resultaten en geeft aan hoe zij beoogt de gestelde doelstellingen te realiseren.

Daarnaast is en blijft zij zoekende naar meer mogelijke aansluitende initiatieven.

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 de Roos Groep en haar werkmaatschappijen 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.08.01 van ons handboek van het managementsysteem.

Verantwoordelijk voor de algehele communicatie is de directie en de CO2-functionaris.



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 directiebeoordeling 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-prestatieldder m.b.t. communicatie.

De COF met de externe adviseur leveren de benodigde informatie aan voor de directiebeoordeling m.b.t. het bovenstaande.

De bevindingen n.a.v. de directiebeoordeling worden vastgelegd in de directiebeoordeling en in de notulen van het MT-overleg. Naar aanleiding van de beoordeling kan de inhoud van het communicatieplan gewijzigd word.

5.2 Uitvoering van de communicatie

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 CO_2 prestatieladder.

Communicatie / activiteit	Doel groep(en)	Frequentie & planning	Eis	Inhoud van de communicatie	Verantwoordelijke uitvoering
Bedrijfswebsite	Alle, intern en extern	1x per half jaar actualiseren van de informatie April en oktober	3.B.1 3.C.1 3.D.1	De CO_2 footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductie doelstellingen en plan van aanpak voor scope 1 & 2 (het Energie management actieplan). Informatie over de actieve deelname aan een keten of sector initiatief.	COF en externe adviseur
Website SKAO	Alle, intern en extern	1x per jaar april	3.D.1	Informatie over de actieve deelname aan een keten of sector initiatief.	COF en externe adviseur
Toolboxen	Alle medewerkers intern	1x per jaar Maart/April	3.C.1	De CO_2 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 April en oktober	3.C.1	De CO_2 footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductie doelstellingen en plan van aanpak voor scope 1 & 2 incl. projecten	COF en externe adviseur
Overlegstructuur	Alle medewerkers	Volgens schema overlegstructuren	3.C.1	Uitvoer reductie maatregelen, gedrag medewerkers m.b.t. CO_2 reductie	Directeur en leiding-gevenden
Externe nieuwsbrief	Onderaannemers Opdrachtgevers	2x per jaar April en oktober	3.C.1	De CO_2 footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductie doelstellingen en plan van aanpak voor scope 1 & 2	COF en externe adviseur
Active deelname werkgroepen	Mede initiatiefnemers	2x per jaar Afhankelijk van planning bijeenkomsten	3.D.1	Mogelijkheden voor energiereductie maatregelen op projecten, diensten en producten	Directie, aangewezen persoon, COF of externe adviseur
Contract besprekingen	Opdrachtgevers en onderaannemers	Als deze plaatsvinden	3. C.1	Samenwerking CO_2 reductie, gedrag werknemers van aannemers op de projecten m.b.t. CO_2 reductie.	Directeur

5.2.1 Communicatie op projecten met gunningsvoordeel

Als er sprake is van een project met gunning dan zal een VGM-projectdossier worden opgezet. Dit VGM-projectdossier zal minimaal een keer per half jaar of aan het einde van het project actief met de opdrachtgever worden besproken. Ook in tussentijdse vergaderingen met de opdrachtgever zal de CO2-reductie op de agenda worden gezet. Met name is dan de voortgang van de doelstellingen en de te nemen maatregelen een punt van aandacht.
Op dit moment is er geen project met gunning.

Daarnaast wordt voor het project waarop CO2 gerelateerd gunningsvoordeel is verkregen een apart communicatieplan opgesteld in het VGM-projectdossier. 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 en de externe adviseur in samenwerking met de betrokkenen.

5.2.2 Controle van de communicatie

De COF en externe adviseur zijn verantwoordelijk voor de controle op de juiste uitvoer van de verschillende communicaties volgens het communicatieplan.

Jaarlijks controleert de COF en externe adviseur 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 in het verslag van de management review besproken.

5.2.3 Bijdragen en terugkoppeling over het CO2-reductiebeleid

Naar aanleiding van de communicatie over het CO_2-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 CO_2-reductie te komen,
- klachten m.b.t. energie verspilling of milieu overlast,
- wetswijzigingen die invloed kunnen hebben op het CO_2-reductiebeleid,
- (wijzigingen m.b.t.) eisen van opdrachtgevers over het CO_2-reductie.

Alle bijdragen tot of terugkoppelingen over het CO_2-reductiebeleid van het bedrijf worden door de COF en externe adviseur verzameld en aan in het MT overleg besproken.

5.2.4 Corrigerende maatregelen

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 in het MT overleg besproken waarna indien nodig een corrigerende maatregel wordt getroffen. De effectiviteit van de maatregel wordt bewaakt door de COF en externe adviseur.