



CO₂ Communicatieplan

EVS B.V.





Inhoudsopgave

1.	Inleiding	3
2.	Communicatiedoelstellingen	4
3.	Doelgroepen	5
4.	Communicatiemiddelen	8
5.	Planning	9
6.	Organisatie	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
6.1	Budget	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
6.2	Organiseren	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
6.3	Evalueren en bijsturen	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.





1. Inleiding.

Dit communicatieplan beschrijft de wijze waarop EVS B.V. haar ambities en maatregelen op het gebied van CO₂-reductie zowel intern als extern kenbaar maakt. Uitgangspunt vormt de CO₂ footprint van EVS B.V.. De communicatie naar alle stakeholders is een continue proces wat regelmatig wordt getoetst door Directie en Management, en is hiermee structureel van aard. Er wordt onderscheid gemaakt tussen fase 1 en fase 2, waarbij fase 1 de periode betreft *tot* certificering en fase 2 de periode *na* certificering.

Strategie.

Het CO₂- communicatieplan zal het belang van CO₂-management voor EVS B.V. beschrijven. Zowel intern als extern dient de communicatie inzicht te geven in het CO₂-beleid en de prestaties. Daarbij moet de noodzaak van CO₂-reductie voor iedere medewerker duidelijk zijn. Bij de interne doelgroepen moet de communicatie daarnaast ook resulteren in een attitude- en gedragsverandering. Hiervoor zal de Directie draagvlak dienen te creëren. Verder is het van belang duidelijk en periodiek te communiceren naar alle stakeholders.

De Directie van EVS B.V. draagt zorg voor het periodiek vaststellen van veranderingen binnen de footprint en de effectiviteit van ingevoerde reductiemaatregelen.



2. Communicatiedoelstellingen.

Algemene doelstelling.

De CO₂-communicatie moet bijdragen tot bewustwording, veranderings-bereidheid en vermindering aangaande CO₂ reductie. Daarnaast moet de communicatie zorgen voor inzicht voor alle stakeholders.

Bij de interne doelgroepen moet duidelijk zijn;

- wat de ambities inhouden;
- dat sprake is van belangrijke en noodzakelijke ambities en reductiemaatregelen én
- dat alle aangekondigde reductiemaatregelen niet vrijblijvend zijn, maar dat er altijd een inspanningsverplichting geldt voor de medewerkers die dit betreft.

Na het behalen van het CO₂- bewust certificaat zal EVS B.V. regelmatig, met een interval van 6 maanden, intern en extern communiceren over;

- het energiebeleid en de reductiedoelstellingen van het bedrijf;
- het huidige energiegebruik en trends binnen het bedrijf;
- de behaalde besparingen in CO₂- uitstoot;
- de mogelijkheden voor individuele bijdrage(n) door medewerkers.

Verplichte internetpublicatie

Voor invulling van de communicatie eisen van de CO₂-Prestatieladder, is het verplicht om alles wat op de website komt te staan, aan de volgende eisen te laten voldoen:

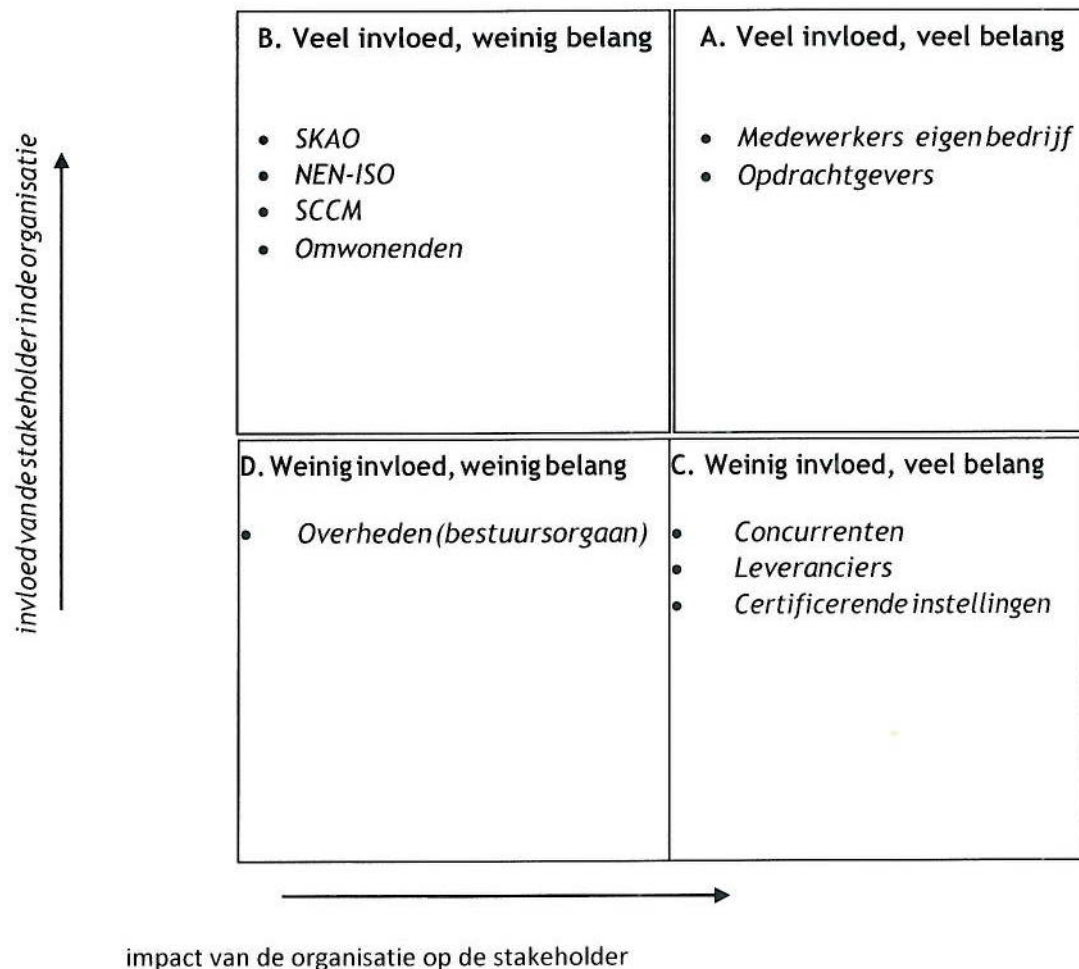
- De volgende informatie wordt op de website geplaatst t.b.v. de externe communicatie:
 - CO₂ footprint: 3.A.1
 - Periodieke rapportage: 3.A.1
 - Energie management actieplan: 3.B.2
 - Communicatieplan: 3.C.2
 - Communicatie uitingen: 3.C.1
 - Deelname initiatief: 3.D.1
- De opgesomde documenten worden gepubliceerd en dienen minimaal 2 jaar lang beschikbaar te zijn via de website.
- Ook het certificaat wordt op de website geplaatst.
- De website wordt periodiek bijgewerkt, gedurende de gehele looptijd van het certificaat.



3. Doelgroepen.

Ten behoeve van het communicatieplan van EVS B.V. is een stakeholdersanalyse worden opgesteld. Hierin staat expliciet welke stakeholders, afhankelijk van hun invloed op de organisatie *en* impact van de organisatie op de stakeholder, van belang zijn, waarbij de Directie het beleid per kwadrant kan bepalen en toetsen.

Stakeholderanalyse





Groep A

Deze groep heeft veel invloed op en heeft veel belang bij het gevoerde beleid en is dan ook de belangrijkste groep stakeholders. Zij worden overal van op de hoogte gehouden en waar nodig geraadpleegd:

- *Medewerkers: het energiebeleid is van invloed op hun dagelijkse werkomgeving. Zij hebben veel invloed op het beleid omdat zij het moeten uitvoeren en met ideeën moeten komen;*
- *Opdrachtgevers hebben veel belang bij de CO₂-reductie ambitie, aangezien een hoge ambitie ook kan uitstralen naar deze opdrachtgevers. De invloed is ook hoog aangezien zij eisen kunnen stellen in de inkoopvoorwaarden. [Gemeentes, Waterschap, ontwikkelaars]*

Groep B

De stakeholders in deze groep hebben veel invloed, maar weinig belang en worden daarom geïnformeerd. Wanneer er een goede relatie bestaat met de partijen uit deze groep kunnen zij hun invloed in positieve zin aanwenden:

- *Stichting Klimaatvriendelijke Aanbesteden en Ondernemen (SKAO) heeft veel invloed op het CO₂-beleid, omdat zij eigenaar is van de CO₂-prestatieladder. Het belang in de individuele organisatie is klein, zij stellen meer belang in de groep bedrijven die een ladderbeoordeling ondergaat/heeft ondergaan.*
- *NEN is in Nederland het kennisnetwerk voor normontwikkeling en normtoepassing op nationaal en internationaal niveau. Voor het uitgeven van de ISO-normen wordt samengewerkt met de internationale organisatie ISO. EVS voert het certificaat NEN-ISO 140*
- *SCCM (www.sccm.nl) is het centrale informatiepunt. Naast overzichten van gecertificeerde organisaties en aangesloten certificatie-instellingen staan hier hulpmiddelen en tips voor het invoeren en onderhouden van het milieumanagementsysteem (ISO 14001);*
- *Omwonenden kunnen milieugerelateerde (geluid)overlast en hinder ondervinden als gevolg van de bedrijfsvoering. Door zoveel mogelijk op doordeweekse werkdagen werkzaamheden te verrichten op projecten en op de bedrijfslocatie wordt dit zoveel mogelijk beperkt. Belangrijk is om de relatie goed te houden zodat eventuele klachten of negatieve publiciteit zoveel mogelijk wordt voorkomen.*

Groep C

De groep die weinig invloed maar veel belang heeft in het milieu-, energiebeleid en de reductiedoelstellingen is de grootste groep. Omdat ze niet veel invloed hebben zullen deze niet geraadpleegd hoeven te worden bij het nemen van beslissingen, maar ze zullen wel tevreden moeten worden gehouden.

- *Concurrenten zijn zeer geïnteresseerd in de mate waarop EVS scoort op de CO₂-prestatieladder en Milieubeleid. Het kan namelijk voor hen een behoorlijk concurrentievoordeel of –nadeel opleveren;*



- *Leveranciers zijn betrokken in het milieu- en energiebeleid, omdat dit in kan houden dat een groot deel van de leveranciers ook de footprint moet aanleveren of dat kansen worden vergroot bij milieuvriendelijke oplossingen in geval van een EMVI. Dit wordt in de inkoop Eisen opgenomen. De verwachting is dat de meeste vaste leveranciers goed gestemd zijn over het verlagen van de impact op het milieu en het reduceren van de CO₂-uitstoot en willen hier graag aan meewerken.*
- *Certificerende instellingen hebben er belang bij dat er goed gewerkt wordt aan het milieu- en energiebeleid, en dat er ambitie is om op de CO₂-prestatieladder te scoren en het ISO 14001 certificaat te voeren. Dit betekent namelijk werk voor hen.*

Groep D

Deze groep heeft weinig invloed maar ook weinig belang en zal dus de minste aandacht verdienen. Wel wordt deze groep geïnformeerd via algemene middelen, zoals de website.

- *De overheden in wiens invloedssfeer de bedrijfsvoering van EVS ligt zijn over het algemeen geïnteresseerd in de prestaties van bedrijven op het gebied van duurzaamheid, maar ze zullen niet bovengemiddeld geïnteresseerd zijn in de precieze score van EVS op de CO₂-prestatieladder of het voeren van het ISO 14001 certificaat.*

Intern

De belangrijkste interne belanghebbenden die uit de stakeholderanalyse naar voren komen, vormen de doelgroep van de interne communicatie:

- kantoormedewerkers;
- uitvoerende medewerkers;
- managementteam/directie.

Extern

De belangrijkste externe belanghebbenden die uit de stakeholderanalyse naar voren komen, vormen de doelgroep van de externe communicatie:

- leveranciers, klanten, media, belangenorganisaties;
- derden (overige bezoekers van onze internetsite)



4. Communicatiemiddelen.

Voor de CO₂-communicatie wordt gebruik gemaakt van onderstaande interne- en externe communicatiemiddelen.

Intern:	Doelgroep:	Frequentie:
Directievergadering	Directieleden	2 keer per jaar
Personeelsbijeenkomsten	Personeel, Directie,	2 keer per jaar
Intranet/ERP/Website	Alle betrokkenen	periodiek

Extern:	Doelgroep:	Frequentie:
Internet(web)site	Alle stakeholders	Periodiek



5. Planning.

Om te zorgen dat alle communicatie op tijd en volgens afspraak wordt uitgevoerd is een planning opgesteld.

Communicatie

	<i>Doelgroep</i>	<i>Boodschap</i>	<i>Middel</i>	<i>Frequentie</i>	<i>Verantwoordelijke</i>
<i>Intern</i>	Medewerkers	Het energiebeleid en de reductiedoelstellingen	Jaarbijeenvorsten	2 keer p.j.	Directie Vertegenwoordiger
	Directie	Het huidige energiegebruik en trends binnen het bedrijf	Jaarbijeenvorsten	2 keer p.j.	Directie Vertegenwoordiger
	Directie	De behaalde besparingen in CO2-uitstoot	Jaarbijeenvorsten	2 keer p.j.	Directie Vertegenwoordiger
	medewerkers	Individuele bijdragen van medewerkers	Afdelings-en Werk-overleg	1 keer p.kw.	Leiding-gevend
<i>Extern</i>	Opdrachtgevers, leveranciers	Het energiebeleid en de reductiedoelstellingen	Website	2 keer p.j.	Directie Vertegenwoordiger
	Opdrachtgevers, leveranciers	Het huidige energiegebruik en trends binnen het bedrijf	Website	2 keer p.j.	Directie Vertegenwoordiger
	Opdrachtgevers, leveranciers	De behaalde besparingen in CO2-uitstoot	Website	2 keer p.j.	Directie Vertegenwoordiger



6. Evalueren en bijsturen

Het is van groot belang periodiek te controleren of alle communicatie heeft plaatsgevonden en te toetsen of deze goed is overgekomen. Indien noodzakelijk kunnen zaken na deze evaluatie-momenten worden aangepast. Evaluatie zal elk jaar plaatsvinden, onder verantwoordelijkheid van de Directievertegenwoordiger.