

Communicatieplan

Conform 3.C.2



25 september 2018

Jansen Rioolreiniging

Jansen Rioolreiniging BV
Kromme Gat 15
3372 DH Hardinxveld-Giessendam

INHOUDSOPGAVE

1	INLEIDING COMMUNICATIE.....	3
1.1	Interne communicatie	3
1.2	Externe communicatie.....	4
2	DOELSTELLINGEN COMMUNICATIE.....	5
3	COMMUNICATIEMIDDELEN	6
4	RISICO'S.....	7

1 Inleiding Communicatie

Jansen Rioolreiniging is zich bewust van de nut en noodzaak van duurzaam ondernemen en ziet het als haar maatschappelijke verplichting om hierbij, onder andere, haar CO₂-emissie te verlagen. Door het invoeren van een CO₂ en energiebewust beleid met duurzame bedrijfsvoering en bedrijfsprocessen verwachten wij onze CO₂-emissie en energieverbruik te gaan reduceren.

Naast het creëren en vastleggen van het CO₂- en energiebewust beleid, met daarbij de bijbehorende reductiedoelstellingen, is het zeer zeker ook van belang om hierover goed te communiceren.

In dit communicatieplan staat het hele proces beschreven waarmee wij zowel alle medewerkers, als onze externe partijen willen gaan bereiken.

Communicatie moet het belang van de prestatieladder onderschrijven en uitdragen. Het streven is een heldere en eenduidige boodschap waarbij zowel de interne als een externe doelgroep op de hoogte wordt gehouden van de voortgang van de reductiedoelstellingen, besluitvorming, nieuws en beleid rondom de CO₂-emissies.

1.1 Interne communicatie

De interne communicatie bestaat feitelijk uit het duidelijk overbrengen van de wensen en gedachten, onze visie, binnen Jansen Rioolreiniging. Zowel vanuit de directeur naar de werkvloer, als (en zeker ook zo belangrijk) andersom. Als werkgever hechten wij er aan dat de medewerkers zelf met ideeën kunnen komen en deze kenbaar kunnen maken. Dit blijkt bijvoorbeeld uit de opzet van de overlegstructuur. Jansen Rioolreiniging spoort de eigen mensen dan ook aan om ook met initiatieven te komen, zowel op VGM-gebied, als op de CO₂-emissiereductie, welke zij vanuit de werkvloer ervaren, zelf interesseren of waarnemen. Jansen Rioolreiniging is trots op de open overlegstructuur, welke niet wordt gehinderd door barrières als een stugge hiërarchie. Deze open overlegstructuur wensen wij dan ook in de toekomst in stand te houden.

Als communicatieplan staat dan ook vast, dat de directie duidelijk naar haar medewerkers wil communiceren over de verwachtingen, voortgang en wensen van Jansen Rioolreiniging. De medewerkers kunnen hierin een stem hebben om daar op te reageren of aan te vullen. De ruimte daarvoor wordt door de directie gegeven, waardoor het voor de medewerkers mogelijk is om op elk gewenst moment het hier met de directie over te hebben.

Onder de vastgestelde communicatie valt in ieder geval;

- Maandelijks werkoverleg, waarin naast de projecten ook aandacht voor het nieuws met betrekking tot de voortgang en initiatieven m.b.t. de CO₂-prestatieladder. Verantwoordelijk hiervoor is de directie. Het is zijn taak dit tijdig uit te voeren en verslaglegging, inclusief aanwezigheidsregistratie.
- Minimaal 2x per jaar verspreiding van de CO₂-nieuwsbrief. De KAM-coördinator heeft de taak en bevoegdheid dit tijdig op te stellen en te verspreiden.
- Communicatie met opdrachtgevers van onder de CO₂-ladder gegunde projecten, indien dit voor gaat komen, minimaal maandelijks een bouwverslag en minimaal 2x per jaar voortgang CO₂-doelstellingen met footprint van het project.
- Minimaal eens per kwartaal een werkoverleg, daarin de voortgang van KAM en de CO₂-emissiereductie. Tijdens dit overleg wordt de voortgang van de CO₂-emissiereductie, doelstellingen en voortgang bestaande of nieuwe initiatieven besproken. Het is taak voor de directeur dit tijdig en conform planning te laten verlopen.
- De website www.jansenrioolreiniging.nl is mede ingericht voor de berichtgeving over de CO₂-prestatieladder.

1.2 Externe communicatie

Naast die instrumenten die bij het bereiken van de interne doelgroep gebruikt worden zullen er op het externe vlak nog meer instrumenten ingezet worden. Als de externe partijen / belanghebbenden waarnaar onder andere over de voortgang van de CO₂-emissiereductie gecommuniceerd gaat worden, zijn vastgesteld;

- **Opdrachtgevers / klanten / afnemers:** De opdrachtgevers van Jansen Rioolreiniging zijn de belangrijkste externe doelgroep. Zij bepalen immers wie de overdrachten verstrekt krijgt. Communicatie tussen Jansen Rioolreiniging en de opdrachtgevers is dus van belang, men moet van elkaar weten wat de doelstellingen in het kader van CO₂ en energiereductie zijn en wat men moet doen om zo goed mogelijk aan de wensen van beide partijen te voldoen.
Communicatie met opdrachtgevers van onder de CO₂-ladder gegunde projecten, indien dit voor gaat komen, minimaal maandelijks een bouwverslag en minimaal 2x per jaar voortgang CO₂-doelstellingen met footprint van het project. Met name deze opdrachtgevers stellen eisen aan onze inzet op CO₂-reductie.
- **Onderaannemers:** Dit zijn partijen die voor Jansen Rioolreiniging werkzaamheden uitvoeren waarbij Jansen Rioolreiniging als hoofdaannemer werkzaam is. Ook bij onderaannemers dient de bewustwording zoals bij het eigen personeel gecreëerd te worden. Om deze partijen te bereiken worden zij uitgenodigd voor toolboxes waarin het CO₂ en energiebeleid aan de orde zal komen. Onderaannemers op de onder de CO₂-ladder gegunde projecten wordt verzocht het energie- en brandstofverbruik van het project aan ons te rapporteren.
- **Leveranciers:** Leveranciers dragen zorg voor de levering en het transport van diverse materialen. Voor de inkoop van materialen kan Jansen Rioolreiniging duurzaamheidseisen formuleren.
- **Media:** Duurzame initiatieven hebben in de hedendaagse branche een hoge nieuwswaarde. Belangrijk is te laten zien aan de buitenwereld dat Jansen Rioolreiniging duurzaam onderneemt. Wensen vanuit deze belanghebbende zijn er niet.

Onder deze externe belanghebbenden verstaan wij in ieder geval:

- Gemeente Hardinxveld-Giessendam
- Onze vaste onderaannemers / ZZP-ers, zoals xxxxxx.
- SKAO
- KIWA (Certificerende instelling voor de CO₂-Prestatieladder)

Externe belanghebbenden zijn tevens benoemd in de stakeholderanalyse binnen het KAM-systeem.

2 Doelstellingen communicatie

Kwalitatief

- Beleid over energieverbruik concretiseren voor interne doelgroep om begrip te verkrijgen voor drie elementen: onderkennen, uitdragen en toepassen;
- Beleid rondom energiebeleid zodanig uitdragen dat er transparantie ontstaat naar externe doelgroepen en deze ook worden bewogen om het energieverbruik te reduceren.
- Interne en externe doelgroepen bewust maken. (kansen)
- Interne en externe doelgroepen zijn bekend met de wijze waarop zij kunnen bijdragen aan CO₂ reducerende doelstellingen.

Kwantitatief

- Structurele berichtgeving naar interne en externe doelgroepen, conform afgesproken planning;
- Interne en externe rapportage over voortgang emissie-inventaris en reductiedoelstellingen;
- Incidentele berichtgeving intern en extern over maatregelen, ervaringen en resultaten te communiceren;
- Website aanpassen als beschreven in Handboek CO₂-prestatieladder;
 - Bereikbaar op de bedrijfsnaam (zoals vermeld op het certificaat) en vervolgens via de term “CO₂-Prestatieladder” of “CO₂-beleid”.
 - Tenminste de vereiste informatie (en documentatie) zoals aangegeven in de toelichting op de eisen 3.B.1, 4.B.2, 5.B.1, 3.C.1, 3.D.1 in §6.2 van het Handboek. Deze informatie is dezelfde als die, op basis waarvan de LadderCI het certificaat heeft verleend of verlengd. Deze informatie blijft op het internet beschikbaar ten minste gedurende de looptijd van het certificaat, met een minimum van 2 jaar.
 - Mits het bedrijf de vindbaarheid heeft verzekerd, is de verdeling van de informatie over de bedrijfswebsite, de indeling van elke pagina, de lay-out ervan, de per pagina te vinden documenten en de omliggende teksten vrij.
 - De documenten van de eisen 4.A.1, 3.D.1 zijn via een duidelijke verwijzing en link te vinden op de SKAO-website.
 - Op de website van het bedrijf staan volledige kopieën van de geldende certificaten.
 - In geval van wijziging in de punten 1 t/m 5 zal deze website worden bijgewerkt binnen 4 weken na het gereed komen van de informatie.

Interne doelgroep

Voor de interne doelgroep moet duidelijk zijn:

- Wat de ambitie is en welke doelstellingen hier bij horen;
- Dat er sprake is van een project met hoge prioriteit.

Door het behalen van het CO₂-bewust certificaat wordt er (minimaal) gecommuniceerd over het volgende:

- Het energiebeleid en de reductiedoelstellingen;
- Behaalde besparingen en de CO₂-emissie;
- Diverse lopende projecten en initiatieven om de CO₂-emissie te reduceren;

3 Communicatiemiddelen

Voor de communicatie rondom de CO₂-prestatieladder wordt gebruik gemaakt van verschillende communicatiemiddelen. Voor interne en externe doelgroepen kan het zo zijn dat er hetzelfde middel gebruikt wordt.

De doelgroepen, de planning en de verantwoordelijkheden voor de communicatiemiddelen zijn;

Intern

Onder de vastgestelde communicatie valt in ieder geval;

- Maandelijks werkoverleg, waarin naast de projecten ook aandacht voor nieuws met betrekking tot de voortgang en initiatieven m.b.t. de CO₂-prestatieladder. Verantwoordelijk hiervoor is de directie. Het is zijn taak dit tijdig uit te voeren en verslaglegging, inclusief aanwezigheidsregistratie.
- Voortgangsrapportage, evt. gecombineerd met de nieuwsbrief, over de CO₂-doelstellingen en emissies van de – onder CO₂-prestatieladder - gegunde projecten
- Minimaal 2x per jaar verspreiding van de CO₂-nieuwsbrief. De KAM-coördinator heeft de taak en bevoegdheid dit tijdig op te stellen en te verspreiden.
- Minimaal eens per kwartaal een werkoverleg, daarin de voortgang van de CO₂-emissiereductie. Tijdens dit overleg wordt de voortgang van de CO₂-emissiereductie, doelstellingen en voortgang bestaande of nieuwe initiatieven besproken. Het is taak voor de directeur dit tijdig en conform planning te laten verlopen.
- De website www.jansenrioolreiniging.nl is mede ingericht voor de berichtgeving over de CO₂-prestatieladder.

Extern

Hierbij is het van belang gevonden dat er een relatie is tussen de genoemde belanghebbenden en de CO₂-bewust activiteiten van Jansen Rioolreiniging. Daarbij is gedacht aan; opdrachtgevers, overheden als opdrachtgever, leveranciers, brancheorganisatie, etc.

Onder de vastgestelde communicatie valt in ieder geval;

- Minimaal 2x per jaar verspreiding van de CO₂-nieuwsbrief. Deze wordt opgesteld door de KAM-coördinator.
- Voortgang van CO₂-reductie en emissies op de gegunde projecten aan de opdrachtgever van deze projecten, zodra dit voor gaat komen.
- De website, www.jansenrioolreiniging.nl, met daarop de CO₂-informatie. Deze wordt beheerd door de KAM-coördinator. Het is zijn taak en bevoegdheid te zorgen dat deze online en actueel blijft.
- Bij deelname aan bijeenkomsten met betrekking tot duurzaam ondernemen zal Jansen Rioolreiniging haar CO₂-beleid uitdragen;

4 Risico's

Zoals bij het opstellen van ieder communicatiebeleid moet Jansen Rioolreiniging ook hier rekening houden met de mogelijke risico's. De volgende risico's zouden een mogelijk scenario kunnen zijn:

- Medewerkers krijgen te veel informatie waardoor ze CO₂ -moe kunnen worden en daardoor geen bijdrage leveren aan het te creëren draagvlak.
- Te weinig communicatie tussen de KAM-coördinator en andere afdelingen / leidinggevenden, waardoor de uit te dragen boodschap niet eenduidig, helder en actueel is.
- Beëindiging arbeidsovereenkomst van sleutelpersonen.
- Te weinig medewerking vanuit de medewerkers welke zouden moeten zorgen voor de benodigde input.

Deze risico's denken wij op de volgende manieren te ondervangen:

- Voldoende aandacht geven aan nieuws dat een meerwaarde heeft en niet beperken tot zaken die verplicht zijn.
- Maandelijks één moment prikken om de CO₂ /energiereductie gerelateerde zaken te bespreken en zo op de hoogte te blijven.
- Door CO₂ als standaard item op de agenda van de jaarlijkse directiebeoordeling en het werkoverleg te zetten.