

# Communicatieplan

## 2020 - 2022

### CO<sub>2</sub>-prestatie



## Van Rosmalen B.V.

Weidestraat 7-B  
5241 CA ROSMALEN  
tel. 073 523 26 32  
M. info@vanrosmalenbv.nl  
www.vanrosmalenbv.nl

Opgesteld d.d.: **September 2020**

Revisie: **002**

Opgesteld door

Naam: **R. Joziase**

d.d.: **26-10-2021**

Voor akkoord:

Naam: **Dhr. J. van Rosmalen**

d.d. **26-10-2021**

# INHOUDSOPGAVE

<b>INHOUDSOPGAVE</b> .....	<b>2</b>
<b>1. Introductie</b> .....	<b>3</b>
<b>2. DOELSTELLINGEN EN DOELGROEPEN</b> .....	<b>4</b>
<b>2.1 Communicatiedoelstelling</b> .....	<b>4</b>
<b>2.2 Interne doelgroepen</b> .....	<b>4</b>
<b>2.3 Externe doelgroepen</b> .....	<b>4</b>
2.3.1 Opdrachtgevers .....	4
2.3.2 Leveranciers .....	4
2.3.3 Branchegenoten en concurrenten .....	4
2.3.4 Overheid .....	4
2.3.5 Samenwerkingspartners .....	5
<b>3. Media</b> .....	<b>6</b>
<b>3.1 Interne Communicatie</b> .....	<b>6</b>
3.1.1 Managementoverleg .....	6
3.1.2 Uitvoerdersoverleg .....	6
3.1.3 Toolboxmeetings .....	6
3.1.4 Informatiebrieven, e-mail, posters en prikbord .....	6
<b>3.2 Externe Communicatie</b> .....	<b>6</b>
3.2.1 Internet .....	6
3.2.2 Actieve deelname aan werkgroepen .....	6
3.2.3 Interactie met relevante stakeholders .....	7
<b>4. uitvoering</b> .....	<b>8</b>
<b>4.1 Doelstellingen en beleid</b> .....	<b>8</b>
<b>4.2 Verantwoordelijkheden</b> .....	<b>8</b>
4.2.1 Interne communicatie .....	8
4.2.2 Externe communicatie .....	8
4.2.3 Communicatie op projecten met gunningsvoordeel .....	9

## 1. INTRODUCTIE

Dit communicatieplan is opgesteld in het kader van de CO<sub>2</sub>-prestatieladder bij van Rosmalen B.V. Het document geeft een beschrijving hoe de communicatie binnen van Rosmalen B.V., zoals bedoeld onder 3.C.2, beschreven in het document de CO<sub>2</sub>-prestatieladder versie 3.1 is geregeld.

Zowel intern als extern wordt over de CO<sub>2</sub>-footprint en de kwantitatieve reductiedoelstellingen gecommuniceerd. Het energiebeleid, mogelijkheden tot individuele en gemeenschappelijke bijdrage tot reductie, huidige energieverbruik en trends in het bedrijf zullen worden opgenomen in de communicatie-uitingen.

In het communicatieplan worden de interne en externe doelgroepen, de wijze van communicatie, de verantwoordelijkheden en de daarbij behorende taken benoemd en uitgeschreven. Taken zijn daarbij toegewezen aan verantwoordelijken.

Het communicatieplan heeft de volgende opbouw:

In hoofdstuk 2 worden de verschillende doelgroepen genoemd en uitgewerkt.

In hoofdstuk 3 wordt de verschillende media beschreven, die zullen worden gebruikt.

In hoofdstuk 4 worden de verantwoordelijkheden en taken beschreven en wordt een planning gegeven.

## 2. DOELSTELLINGEN EN DOELGROEPEN

### 2.1 Communicatiedoelstelling

Het communicatiedoel rondom de certificering op de CO<sub>2</sub>-prestatieladder is het structureel overbrengen van het energiebeleid en de reductiedoelstellingen van het bedrijf, mogelijkheden voor individuele en gemeenschappelijke bijdrage, informatie over het huidige energiegebruik en trends binnen het bedrijf. Daarnaast heeft het tot doel de CO<sub>2</sub>-footprint, de reductiedoelstelling van de CO<sub>2</sub>-productie en de maatregelen die Aanneming en Wegenbouw van Rosmalen B.V. heeft genomen om haar CO<sub>2</sub>-productie te reduceren, te communiceren. Dit communicatieplan bevat de vastgelegde taken en verantwoordelijkheden en de wijze van communicatie.

### 2.2 Interne doelgroepen

Binnen van Rosmalen zijn er diverse doelgroepen te onderscheiden. Het onderscheid zit in de functie en in de wijze waarop mensen worden bereikt.

De volgende doelgroepen worden onderscheiden:

1. Directie
2. Eigen medewerkers

### 2.3 Externe doelgroepen

De externe doelgroepen kunnen worden onderverdeeld in:

1. Opdrachtgevers
2. Leveranciers
3. Branchegenoten en concurrenten
4. Overheid
5. Partners in samenwerkingsverbanden

#### 2.3.1 Opdrachtgevers

Opdrachtgevers zullen vragen stellen over de CO<sub>2</sub>-productie van, van Rosmalen. Dit zien we voornamelijk terug bij gesprekken met opdrachtgevers die reeds bewust omgaan met CO<sub>2</sub>-emissie.

Belangrijke opdrachtgevers voor van Rosmalen zitten in de volgende branches:

- Installatietechniek
- Industrie
- GWW-branche

#### 2.3.2 Leveranciers

Leveranciers leveren een bijdrage aan het reductiebeleid dat van Rosmalen heeft ingezet voor haar CO<sub>2</sub>-emissie. Om de leveranciers te betrekken, te informeren en aan te geven hoe zij kunnen participeren is het belangrijk een goede verstandhouding te hebben met de leveranciers.

Leveranciers zijn te onderscheiden in de volgende categorieën:

- Onderaannemers en ZZP-ers
- Inhuur bedrijven (materieel en personeel)
- Leveranciers van materialen en middelen

#### 2.3.3 Branchegenoten en concurrenten

De branchegenoten en concurrenten kunnen via de website van, van Rosmalen kennis nemen van het energiebeleid en de CO<sub>2</sub>- en energiereductie doelstellingen. Dit geldt tevens andersom; van Rosmalen neemt kennis van de CO<sub>2</sub>- en energiereductie doelstellingen via de websites van branchegenoten en haar concurrenten.

#### 2.3.4 Overheid

Overheden en overheidsinstellingen behoren tevens tot de klantengroep van, van Rosmalen B.V. Het is van belang dat deze groep naast de klantengroep apart te benoemen. De reden hiervoor is dat, naast de wijze waarop opdrachtgevers worden geïnformeerd, binnen deze groep een additionele behoefte bestaat contact te hebben met bedrijven die zich actief inzetten voor een beter leefklimaat.

Overheden en overheidsinstellingen zijn tevens regelgever en handhaver.

### *2.3.5 Samenwerkingspartners*

Samenwerkingspartners zijn een bijzondere vorm van leveranciers dan wel branchegenoten en kunnen in twee vormen voorkomen. Leveranciers waarmee lange termijn afspraken zijn gemaakt, daarmee kunnen ook beter gezamenlijke afspraken worden gemaakt voor wat betreft CO<sub>2</sub>- en reductiedoelstellingen. Ook kan het voorkomen dat samen met branchegenoten projecten worden uitgevoerd. In dat geval, en zeker wanneer projecten onder gunningsvoordeel zijn verkregen, zal op het gebied van de CO<sub>2</sub>-reductie afspraken moeten worden gemaakt over de doelstellingen.

### 3. MEDIA

Voor het informeren van de verschillende doelgroepen, wordt diverse media ingezet. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen interne en externe communicatie.

#### 3.1 Interne Communicatie

Voor interne communicatie gebruikt men de volgende overlegorganen en/of media.

1. Direct (mondeling) tijdens het managementoverleg
2. Direct (mondeling) overleg tijdens het uitvoerdersoverleg
3. Direct mondeling en schriftelijk overleg tijdens toolboxmeetings.
4. Geschreven middels diverse mediamiddelen zoals, informatiebrieven en e-mail.

##### 3.1.1 Managementoverleg

Managementoverleg vindt plaats op basis van behoefte. Er wordt dan niet met een agenda gewerkt. In dit overleg komt de CO<sub>2</sub>-prestatie en de reductiedoelstellingen met regelmaat terug. Hier worden besluiten genomen over zowel interne als externe initiatieven om de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen te realiseren.

Naar aanleiding van de besluitvorming rondom de interne en externe initiatieven wordt besproken welke acties worden geïnitieerd en door wie ze worden opgepakt.

Daarnaast is in dit overleg ruimte voor afstemming van de doelstellingen en de ambities rondom de CO<sub>2</sub>-reductie.

##### 3.1.2 Uitvoerdersoverleg

Dit overleg vindt op periodieke basis plaats op de vestiging in Rosmalen. In dit overleg wordt de voortgang en de status van het bewustwordingsproces en de doelstellingen betreffende CO<sub>2</sub>-reductie besproken. Waar nodig worden de werkzaamheden van de uitgezette acties verdeeld.

Tijdens dit overleg krijgen ook de projecten die zijn aangenomen met gunningsvoordeel speciale aandacht. Tot op heden werd er door van Rosmalen B.V. één project uitgevoerd waarbij sprake is geweest van gunningsvoordeel.

##### 3.1.3 Toolboxmeetings

Toolboxmeetings worden maandelijks georganiseerd en worden door de uitvoerders op de projecten uitgevoerd. De toolboxmeetings behandelen telkens een aan veiligheid en gezondheid gerelateerd onderwerp. Sinds enige tijd zijn daar nu ook de CO<sub>2</sub>-prestatie en reductiedoelstellingen aan toegevoegd. Dit overleg ligt in het verlengde van het uitvoerdersoverleg. Hier worden besluiten vanuit dat overleg vertaald naar de dagelijkse praktijk.

##### 3.1.4 Informatiebrieven, e-mail, posters en prikbord

Er worden diverse mediamiddelen gebruikt om de medewerkers te informeren en te attenderen over CO<sub>2</sub>-reductie en de CO<sub>2</sub>-prestatieladder. De wijze van communiceren hangt sterk af van de boodschap die moet worden overgebracht. Zo lenen posters zich meer voor campagnes en informatiebrieven voor een persoonlijke benadering voor de volledige doelgroep. De vorm en frequentie van deze communicatie laat van Rosmalen afhangen van de behoefte op het betreffende moment.

#### 3.2 Externe Communicatie

Externe communicatie is afhankelijk van de doelgroep.

De volgende media worden onderscheiden:

1. Internet
2. Actieve deelname aan werkgroepen
3. Interactie met relevante stakeholders

##### 3.2.1 Internet

Van Rosmalen B.V. heeft voor haar klanten, leveranciers en andere belanghebbenden haar website ingericht met een pagina met diverse informatie over haar CO<sub>2</sub>-prestatie en reductiedoelstellingen. De informatie op deze pagina wordt tenminste tweemaal per jaar geüpdatet.

##### 3.2.2 Actieve deelname aan werkgroepen

Via branche initiatieven (in geval van, van Rosmalen B.V. bijvoorbeeld via een werkgroep van de Duurzaam Collectief) participeert van Rosmalen B.V. Zij communiceert in deze tevens haar eigen resultaten en geeft aan hoe zij beoogt de gestelde doelstellingen te realiseren.

### *3.2.3 Interactie met relevante stakeholders*

Gerealiseerde doelstellingen en een samenvatting van de CO<sub>2</sub>-emissierapportage worden tweemaal per jaar via e-mail mailing, gecommuniceerd naar relevante stakeholders. Eigen medewerkers worden in deze mailinglijst betrokken.

## 4. UITVOERING

In dit hoofdstuk wordt de uitvoering van de communicatie beschreven.

### 4.1 Doelstellingen en beleid

Jaarlijks wordt tijdens de managementbeoordeling van het kwaliteitsmanagementsysteem van, van Rosmalen ook structureel aandacht besteed aan:

- Het energiebeleid;
- Energie reductiebeleid;
- CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen

Ieder half jaar wordt de volgende informatie geüpdatet en gepubliceerd op de website van, van Rosmalen.

- CO<sub>2</sub>-prestatieresultaten scope I en II;
- Voortgang resultaten versus doelstellingen;
- Diverse lopende projecten en initiatieven om de CO<sub>2</sub>-uitstoot te reduceren.

### 4.2 Verantwoordelijkheden

Namens van Rosmalen is de directievertegenwoordiger KAM dhr. Jan van Rosmalen. Hij is vanuit de directie verantwoordelijk voor implementatie van de CO<sub>2</sub>-prestatieladder en het KAM-beleid. Vanuit dat oogpunt is hij ook verantwoordelijk voor het communicatieplan en voor de inhoudelijke uitwerking van activiteiten die zijn benoemd in het communicatieplan.

#### 4.2.1 Interne communicatie

Activiteit	Frequentie	Termijn	Verantwoordelijk
Managementoverleg	Op basis van behoefte	Tenminste 2 maal per jaar	Directie
Toolboxmeeting	Maandelijks	Tenminste 10 maal per jaar	Uitvoerders en operationele medewerkers
Publicaties	Op basis van behoefte	Tenminste 2 maal per jaar februari en augustus	Directie

#### 4.2.2 Externe communicatie

Activiteit	Frequentie	Planning	Verantwoordelijk
Internet	Minimaal éénmaal per half jaar	September 2020 en maart 2021	Directie
Actieve deelname aan initiatieven	Minimaal éénmaal per jaar	Medio 2021	Directie



#### 4.2.3 Communicatie op projecten met gunningsvoordeel

Voor projecten waarop CO2 gerelateerd gunningsvoordeel is verkregen, wordt het volgende gecommuniceerd:

- Plan van aanpak CO<sub>2</sub>-reductie waarbij de eisen van de opdrachtgever zijn opgenomen voor het desbetreffende project.
- Introductie met maatregelen en doelstellingen die helpen bij de CO<sub>2</sub>-reductie.
- Instructie status doelstellingen, waarbij mogelijke nieuwe maatregelen worden besproken.
- Eindevaluatie CO<sub>2</sub>-reductie waarbij wordt gecontroleerd of aan de eisen van de opdrachtgever wordt voldaan.

Communicatie	Vorm	Frequentie	Communicatie naar	Locatie	Verantwoordelijk
Plan van aanpak	Rapport	Voor start project	Opdrachtgever	Mail	Directie
Introductie maatregelen en doelstellingen	Toolbox	Voor start project	Eigen medewerkers Onderaannemers	Locatie project	Directie
Instructie status doelstellingen	Toolbox	Maandelijks tijdens project	Eigen medewerkers Onderaannemers	Locatie project	Directie
Eindevaluatie	Rapport / Werkbespreking	Na afronding project	Opdrachtgever Eigen medewerkers Onderaannemers	Mail Website Website	Directie