



Communicatieplan 2016 - 2020
Van Dorp – CO₂ Prestatieladder

Versie 5.0

Auteur: Van Dorp dienstencentrum
Datum: oktober 2016



Inhoudsopgave

Introductie	2
1. Doelstelling en boodschap	3
2. Doelgroepen en boodschap	4
2.1 Interne doelgroepen	4
2.2 Verslagperiode	4
3. Middelen en Media	6
3.1 Wereldbol	6
3.2 Interne communicatie.....	7
3.3 Externe communicatie	7
4. Planning	9
5. Organisatie en financiën	10
5.1 Uitvoering.....	10
5.2 Financiën	10
5.3 Monitoring en evaluatie	10

Introductie

Voor u ligt het geactualiseerde communicatieplan van Van Dorp in het kader van de CO₂ prestatieladder. Dit document geeft een beschrijving van de manier waarop de communicatie is geregeld als bedoeld in het handboek van de CO₂ prestatieladder versie 3.0, uitgebracht door SKAO.

In de periode 2010 – 2015 is er veel bereikt op het gebied van duurzaamheid en de reductie van CO₂ emissies. De ambities van Van Dorp reiken verder en zij kijkt vooruit naar de periode 2016 – 2020.

Van Dorp heeft een energiezorgplan opgesteld waarin het energiebeleid en de CO₂ reductiedoelstellingen zijn vastgesteld voor de periode 2016 – 2020.

De grootste stappen in reductie zijn gemaakt en realisme dwingt daarom tot voorzichtigheid. Er is steeds meer inzet nodig voor het realiseren van reductie. Van Dorp heeft de keuze gemaakt om zich voornamelijk te richten op mobiliteit voor de eigen organisatie. Dit is een bewuste keuze aangezien mobiliteit verantwoordelijk is voor 80% van de totale CO₂ emissie van Van Dorp.

Informatie over de CO₂-footprint en de reductiedoelstellingen worden zowel intern als extern gecommuniceerd. Het energiebeleid, mogelijkheden tot individuele bijdrage tot reductie, huidig energieverbruik en trends in het bedrijf worden meegenomen in diverse communicatievormen.

In dit communicatieplan zijn de verantwoordelijkheden, de wijze van communicatie en de daarbij behorende taken uitgeschreven. Taken zijn daarbij toegewezen aan de diverse functionarissen.

Het communicatieplan heeft de volgende opbouw:

In hoofdstuk 1 zijn de **communicatiedoelstellingen** toegelicht

In hoofdstuk 2 zijn de verschillende **doelgroepen** benoemd en uitgewerkt en de **boodschap** per doelgroep.

In hoofdstuk 3 zijn de verschillende **media en middelen** beschreven, die hiervoor worden gebruikt.

In hoofdstuk 4 zijn de verantwoordelijkheden en taken beschreven incl. een **planning**.

In hoofdstuk 5 wordt toegelicht hoe de **organisatie en financiën** zijn ingericht en op welke wijze de monitoring en evaluatie van de communicatie plaatsvindt.

1. Doelstelling en boodschap

Het resultaat van het communicatieplan is het ontwikkelen en produceren van een reeks communicatie uitingen. Het doel van deze uitingen is om de doelgroepen ten aanzien van het onderwerp - de CO₂ Prestatieladder - te informeren, te overtuigen en te activeren.

Informeren

Lezer wordt geïnformeerd en doet kennis op over:

Het energiebeleid van Van Dorp, inzicht in de CO₂ footprint, doelstellingen en initiatieven en de status van de energiemaatregelen.

Overtuigen en inspireren

Lezer wordt overtuigd van en geïnspireerd door:

In het algemeen het belang van ons energiebeleid en de zorg voor onze samenleving en het milieu en specifiek, de genomen initiatieven van Van Dorp op het gebied van CO₂ reductie.

Activeren

Boodschap: Lezer wordt aangespoord om ook actief mee te denken en te doen zodat meer energie wordt bespaart en de CO₂ uitstoot wordt gereduceerd.

Relatie-onderhoud

Boodschap: Onze uitingen dienen positief bij te dragen aan een "duurzaam imago van Van Dorp als opdrachtnemer, opdrachtgever en als werkgever".

2. Doelgroepen en boodschap

2.1 Interne doelgroepen

Binnen Van Dorp zijn diverse doelgroepen te onderscheiden. Het onderscheid in de manier van communiceren is afhankelijk van de functie die wordt uitgeoefend en in de wijze waarop mensen zijn te bereiken. Echter, niet elke medewerker van Van Dorp heeft de beschikking over een eigen werkplek. Deze groep die voornamelijk in de montage werkt kan niet met digitale hulpmiddelen worden benaderd. Dit is een aspect waarmee rekening moet worden gehouden bij de in te zetten middelen en media.

De interne doelgroepen kunnen worden onderverdeeld in:

- Directie en management inclusief hoofden stafdiensten;
- Medewerkers op kantoor;
- Medewerkers op de bouwplaats of werkzaam in service en onderhoud.

2.2 Verslagperiode

Externe doelgroepen kunnen worden onderverdeeld in:

- Algemeen: Opdrachtgevers, leveranciers en arbeidsmarkt
- Specifiek: NGO's en GO

2.2.1 Opdrachtgevers

Belangrijke klanten voor Van Dorp zijn:

- Eindgebruikers
- Architecten
- Bouwmanagementbureaus en adviesbureaus
- Aannemers
- Projectontwikkelaars en vastgoedbeheerders
- Overheid
- Opdrachtgevers zakelijke dienstverlening
- Opdrachtgevers zorg en onderwijs
- Opdrachtgevers industrie en infra
- Opdrachtgevers energie

2.2.2 Leveranciers

Leveranciers en onderaannemers leveren een bijdrage aan het reductiebeleid dat Van Dorp heeft ingezet met betrekking tot haar CO₂-emissie. Teneinde de leveranciers te betrekken, te informeren en aan te geven hoe zij kunnen participeren, is het van groot belang een goede relatie te hebben en te onderhouden met de leveranciers.

Leveranciers dienen zich aan te sluiten bij de doelstellingen die Van Dorp zich stelt inzake de reductiedoelstellingen van de CO₂-emissie en worden waar mogelijk betrokken bij de reductiestrategie van Van Dorp in de keten. Jaarlijks worden onder andere een aantal workshops georganiseerd waarbij ingezoomd wordt op het maken van een CO₂ footprint van de eigen organisatie.

2.2.3 Arbeidsmarkt

Deze doelgroep bestaat uit

- Werkzoekenden
- Studenten in de techniek
- Scholieren in de techniek

2.2.4 *Niet Gouvernementele Organisaties (NGO's)*

NGO's zijn organisaties met een maatschappelijk karakter die hun invloed aanwenden om beleid van overheden en bedrijfsleven te veranderen. Er zijn zeer veel NGO's op het gebied van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen actief.

Deze NGO's zijn geïnteresseerd in de activiteiten die Van Dorp uitvoert op het gebied van de reductie van de CO₂-emissie. Tevens zijn zij bereid mee te denken bij serieuze plannen om te komen tot maatschappelijk verantwoord ondernemen en duurzaam ondernemen. Ze fungeren als klankbord voor Van Dorp en ons energiebeleid. Het in gesprek zijn met en informeren over, gebeurt zowel individueel als via de brancheorganisatie.

Belangrijke NGO's of gerelateerde organisaties zijn:

- Brancheorganisatie Uneto VNI
- MVO Nederland
- Natuur en Milieu
- Cleaner Car Contracts

2.2.5 *GO's, Overheden en overheidsinstellingen*

Overheden en overheidsinstellingen behoren tevens tot de doelgroep van Van Dorp bestaande uit:

- Landelijke overheden: Ministerie van Economische Zaken, VROM;
- Provincies: rol als opdrachtgever en als de provincie waar Van Dorp is gevestigd;
- Gemeenten: rol als opdrachtgever en als gemeente waar Van Dorp is gevestigd;
- Overheidsinstellingen zoals de Rijksgebouwendienst, Waterschappen, Politie (gemeente en landelijk), Brandweer etc.: rol als opdrachtgever en als instelling waar Van Dorp als bedrijf mee in aanraking komt.

3. Middelen en Media

3.1 Wereldbol

Alle uitingen van Van Dorp zijn herkenbaar door de steeds terugkerende wereldbol. De wereldbol staat symbool voor duurzaamheid bij Van Dorp. De fossiele brandstoffen, verspreid over de wereld, zullen vervangen moeten worden door duurzame alternatieven. Niet alleen hier in Nederland, maar over de hele wereld. Grenzen bestaan niet als het gaat om duurzaamheid. Van Dorp zet zich daarvoor ook in voor energie- en CO₂-reductie. De wereld geeft, wij behoren dat te beschermen en daarom sluiten wij onze wereldbol in onze handen.

Duurzaamheid telt.



Om de verschillende doelgroepen te informeren, worden diverse media gebruikt. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen interne en externe communicatie.

3.2 Interne communicatie

Voor interne communicatie over het onderwerp energiebeleid en CO₂ reductie worden de volgende media gebruikt.

- Personeelbijeenkomsten / toolboxes
- Personeelsblad 't Dorpsplein
- DT en MT overleg
- Intranet
- Email / digitale nieuwsbrief

3.2.1 Personeelsbijeenkomsten / toolboxes

Eén á tweemaal per jaar vindt een eindejaarsbijeenkomst plaats. Dit kan zijn op vestigingsniveau en/of op landelijk niveau. Tijdens de eindejaarsbijeenkomsten op de vestigingen wordt door de vestigingsdirectie het energiebeleid en de voortgang van de doelstellingen medegedeeld aan het personeel.

Minimaal tien maal per jaar vinden er toolboxes plaats. Tijdens deze toolboxes is er aandacht voor het milieu, duurzaamheid, energie en de CO₂ emissie.

3.2.2 Personeelsblad

Informatie omtrent duurzaamheid en de CO₂ Prestatieladder worden aan het personeel gecommuniceerd via het personeelsblad.

3.2.3 Directieteam en managementoverleg

Periodiek worden in het DT en MT het energiebeleid, de CO₂ footprint, de reductiedoelstellingen en de trends en de ontwikkelingen besproken.

3.2.4 Intranet

Op intranet is onder het hoofdstuk duurzaamheid het energie- en CO₂-beleid en de bijbehorende reductiedoelstelling beschreven. Deze wordt minimaal halfjaarlijks of bij grote veranderingen, meerdere keren per jaar aangepast.

Daarnaast geeft het nadere informatie over gerelateerde onderwerpen zoals 'het nieuwe rijden'. Via de nieuwsbrief wordt diverse malen per jaar aandacht gevestigd op de CO₂ prestatieladder.

3.2.5 E-mailing / digitale nieuwsbrief

Het personeel wordt via email geïnformeerd over duurzaamheid, de CO₂ Prestatieladder, het energiebeleid en de reductiedoelstellingen. Onder andere via de digitale nieuwsbrief die Van Dorp uitgeeft aan opdrachtgevers, leveranciers, onderaannemers en andere geïnteresseerden.

3.3 Externe communicatie

Afhankelijk van de doelgroep worden verschillend middelen en media ingezet. De volgende media worden hierbij onderscheiden:

- Internet: www.vdi.nl
- Nieuwsuitingen en persberichten in dag- en vakbladen
- Digitale nieuwsbrief die Van Dorp uitgeeft aan opdrachtgevers, leveranciers, onderaannemers en andere geïnteresseerden.
- Actieve deelname aan en initiatie van werkgroepen/workshops/initiatieven.
- Gesprekken met NGO's en GO's

3.3.1 *Internet*

Van Dorp heeft voor haar klanten, leveranciers en andere belanghebbenden een pagina ingericht op internet, met informatie over MVO en Duurzaamheid, onder andere:

- Informatie over de *CO₂ Prestatieladder* en alle onderliggende documenten. Deze wordt minimaal halfjaarlijks of bij grote veranderingen, meerdere keren per jaar aangepast.
- *Medewerkers en MVO* over projecten die gerealiseerd zijn door onze medewerkers in het kader van maatschappelijke betrokkenheid.

3.3.2 *Nieuwsuitingen en persberichten*

Van Dorp communiceert via dag- en vakbladen over haar inspanningen en behaalde resultaten op het gebied van duurzaamheid en de *CO₂ Prestatieladder*.

3.3.3 *Digitale nieuwsbrief (extern)*

Van Dorp brengt vier maal per jaar een digitale nieuwsbrief uit. Deze nieuwsbrief wordt gestuurd aan de top 1000 van relaties en de top 200 van leveranciers. Van Dorp communiceert via deze nieuwsbrief haar inspanningen en behaalde resultaten op het gebied van duurzaamheid en de *CO₂ Prestatieladder*.

3.3.4 *Actieve deelname aan en initiatie van werkgroepen.*

Binnen de maatschappelijke omgeving waarin Van Dorp opereert, bestaan diverse initiatieven die tot doel hebben de leefbaarheid van de omgeving te verbeteren. Van Dorp participeert in deze initiatieven en zorgt door middel van inzet van haar kennis op het gebied van technische installaties voor een actieve bijdrage in de werkgroepen. Zij communiceert in deze werkgroepen ook haar eigen resultaten en geeft aan hoe zij beoogt de gestelde doelstellingen te realiseren. Voorbeelden van dergelijke deelnemingen zijn:

- Brancheorganisatie Uneto VNI
- MVO Nederland
- MVO Zoetermeer
- U15 netwerk regio Midden Nederland
- Koploperproject Duurzaam Ondernemen

4. Planning

Planning interne doelgroep

Actie	Frequentie	Datum	Verantwoordelijke
Update intranet	2 x per jaar	Bij actuele zaken	Dienstencentrum
Personeelsblad	2 x per jaar	Week 28 en 51	Dienstencentrum
Toolbox	2 x per jaar	1 x per halfjaar	Dienstencentrum
DT overleg	10 x per jaar	Maandelijks	Directie
MT overleg	10 x per jaar	Maandelijks	Directie
Personeelsbijeenkomst	1 x per jaar	Eind van het jaar	Directie

Planning externe doelgroep

Actie	Frequentie	Datum	Verantwoordelijke
Update internet	2x p/jaar	Bij actuele zaken	Dienstencentrum
Digitale nieuwsbrief	4 x per jaar	Februari, mei, september november	Dienstencentrum
Persberichten	2x p/ jaar	Bij relevante zaken	Dienstencentrum
Actieve deelname aan werkgroepen		Volgens planning	Directie
Gesprekken met NGO's en GO's.		Volgens planning	Directie

5. Organisatie en financiën

5.1 Uitvoering

- Afdeling KVGM
- Afdeling Marketing en Communicatie
- Afdeling Inkoop
- Vestigingen
- Directie
- Kartrekkers van deelnemingen aan initiatieven

De afdeling Marketing & Communicatie is samen met de afdeling KVGM verantwoordelijk voor alle interne en externe uitingen.

De afdeling Inkoop communiceert met alle leveranciers en onderaannemers inzake het aanleveren van de CO₂ footprint van de eigen organisatie.

De vestigingen monitoren hun eigen energie- en brandstofverbruik. Een verslag hiervan staat in de directiebeoordeling van de vestigingen.

5.2 Financiën

Kosten met betrekking tot de website, campagne en alle overige communicatiemiddelen inzake de CO₂ prestatieladder, worden doorbelast naar kostenplaats voor certificering. Jaarlijks begroot het directieteam de te maken kosten in overleg met de controller.

5.3 Monitoring en evaluatie

In de planning wordt aan de hand van meetpunten, periodiek de voortgang bewaakt en zo nodig bijgesteld. Jaarlijks wordt de inzet van de middelen geëvalueerd. Op basis van deze evaluatie wordt de planning voor het volgende jaar gemaakt.