



Communicatieplan

Conform 2.C.1, 2.C.2, 2.C.3 en 3.C.2

Gedocumenteerd intern en extern communicatieplan van

PUK Benelux B.V.

Auteur(s):

Mevr. Marjan Giezen, CO₂-functionaris, PUK Benelux B.V.
Dhr. R.P.J. Hornstra (extern adviseur)
Nedcon Organisatieadvies B.V.

Doc.code: CP
Versie: 1
Datum: 31-05-2021
Status: Definitief



Inhoudsopgave

1. Introductie	3
2. Doelstelling en doelgroepen	3
2.1 Doelgroep 1: Interne belanghebbenden	3
2.2 Communicatiedoelstellingen doelgroep 1	3
2.3 Doelgroep 2: Externe belanghebbenden	4
2.4 Communicatiedoelstellingen doelgroep 2	4
3. Overzicht externe belanghebbenden (2.C.3)	5
4. Media	6
4.1 Interne communicatie	6
4.2 Externe communicatie	7
5. Uitvoering - Stuurcyclus communicatie	9
5.1 Planning en evaluatie van de communicatie (Plan)	9
5.2 Uitvoering van de communicatie (Do)	10
5.3 Controle van de communicatie (Check)	11
5.4 Corrigerende maatregelen (Act)	11

1. Introductie

Voor u ligt het communicatieplan van PUK Benelux B.V.. Het document geeft een beschrijving hoe de communicatie als bedoeld onder 3.C.2 beschreven in het Handboek CO₂-Prestatieladder 3.1 en uitgebracht door de Stichting SKAO, is geregeld.

Gegevens over de CO₂-footprint, de kwantitatieve reductiedoelstellingen, de reductie-maatregelen 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 CO₂-reductie is het structureel overbrengen van het energie-beleid, 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 CO₂-prestaties van ons bedrijf en externe belanghebbenden bij de CO₂-prestaties van ons bedrijf.

2.1 *Doelgroep 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 CO₂-beleid. Daarbij nodigen wij hen uit om actief mee te denken om de CO₂-uitstoot verder te reduceren en hiervoor concrete voorstellen te doen.

Deze doelgroep bestaat uit:

- Directie
- Kantoormedewerkers
- Magazijnmedewerkers
- Buitendienstmedewerkers

2.2 *Communicatiedoelstellingen doelgroep 1*

Het doel van communicatie met deze doelgroep is met name: **informereren, 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 3.

2.3 Doelgroep 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 CO₂-gerelateerd gunningvoordeel verkregen is.

Deze doelgroep bestaat uit:

- (potentiële) Opdrachtgevers
- Leveranciers;
- Overheden;
- Branchegenoten;
- Brancheorganisaties;
- Ondernemers op ons bedrijfsterrein;

2.4 Communicatiedoelstellingen doelgroep 2

Het doel van het communiceren met deze doelgroep is:
informer, kennisdelen en relatieonderhoud.

De communicatiemiddelen om deze doelgroep te bereiken zijn beschreven in hoofdstuk 3.

3. Overzicht externe belanghebbenden (2.C.3)

Groep belanghebbenden	Belanghebbende	Wat is de link met ons CO ₂ -reductiebeleid?
Klanten, afnemers, opdrachtgevers	Opdrachtgevers, Spie, Engie en Stork. zie tevens de klantenlijst in het systeem	Mogelijke samenwerking sector- en/of keten initiatief
	idem	EMVI criteria bij aanbestedingen
Onderaannemers	Niet van toepassing	
Leveranciers	Brandstof leveranciers: Diversen tankstations	Leverancier (alternatieve) brandstoffen
	Stroom leverancier Engie	Inkoop groene stroom (aangetoond met certificaat)
	Aardgas leverancier Gazprom	Aftastend toekomstige inkoop duurzaam gas
Overheden en bevoegd gezag	Milieu Inspectie	
	Gemeentes	
Branchegenoten	Via branche organisatie	
Brancheorganisaties	Via het moederbedrijf	Mogelijke samenwerking sectorinitiatief
Directe omgeving locatie	Industriegebied	
NGO's (die met CO ₂ reductie te maken hebben)	N.v.t.	
Media	N.v.t.	
Overig	N.v.t.	

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 de volgende media:

- Via de gestandaardiseerde overlegstructuur:
 - Beleid
 - Bewustwording
 - Verbeterideeën
- Nieuwsbrieven (nieuw)
- Berichten via LinkedIn
- Website

4.1.1 Overlegstructuur

Tijdens deze overleggen worden de CO₂-uitstoot, het beleid, de reductiedoelstelling en de voortgang van de doelstelling besproken en gedeeld met het voltallige personeel. Hiervan wordt een verslag gemaakt.

Deze overleggen zijn bij uitstek gelegenheden om de medewerkers te peilen voor eventuele nieuwe ideeën voor maatregelen die bij kunnen dragen aan het behalen van de reductie doelstellingen. Daarnaast is er aandacht voor bewustwording.

4.1.2 LinkedIn

De belangrijkste elementen uit onze CO₂-footprint worden minimaal tweemaal per jaar gecommuniceerd via LinkedIn. Te denken aan:

- Het geformuleerde energiebeleid.
- De huidige status van de gerealiseerde reductie in CO₂-emissie en energieverbruik.
- De geformuleerde doelstellingen op het gebied van energie en CO₂-reductie.
- Voortgang ten opzichte van de doelstellingen.
- Reductiemogelijkheden, zowel bedrijfsbreed als op project- en persoonlijk niveau.
- Projecten die zijn ingezet om reducties te realiseren.
- Trends van energieverbruik en CO₂-uitstoot.

4.1.3 Website

Op onze website is een aparte link naar een 'Duurzaamheidspagina' gecreëerd. (www.pukbenelux.com). Op deze pagina wordt alles in het kader van CO₂ reductie gepubliceerd.

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 CO₂-uitstoot en energiereductie worden gepubliceerd. Dit gebeurt minimaal halfjaarlijks, of bij grote afwijkingen meerdere keren per jaar.

De volgende media worden onderscheiden:

- De bedrijfswebsite (www.pukbenelux.com)
- De SKAO website (www.skao.nl)
- Berichten via LinkedIn
- Actieve deelname en initiatieven van werkgroepen

4.2.1 Bedrijfswebsite

PUK Benelux B.V. heeft voor haar klanten, leveranciers en andere belanghebbenden een CO₂-pagina op de website ingericht op internet. De informatie die via deze link te vinden is omvat tenminste:

- De CO₂-Footprint en de kwantitatieve reductiedoelstellingen.
- De reductiedoelstellingen voor scope 1 en 2 en het plan van aanpak.
- De naam van het (keten/sector)initiatief, inclusief een korte omschrijving, de initiatiefnemers en de (reductie-)doelstellingen.

4.2.2 De internetpublicatie van het bedrijf op de website van SKAO

De informatie die op deze website te vinden is omvat tenminste de naam van het (keten/sector)initiatief, inclusief een korte omschrijving, de initiatiefnemers en de reductiedoelstellingen.

Op de website van SKAO dient elk document een pdf te zijn, met vermelding van een versienummer, een handtekening van de autoriserende verantwoordelijke manager, en de autorisatiedatum. Bij een initiële ladderbeoordeling heeft het bedrijf nog geen pagina op de website van SKAO. Inlogcodes en instructies worden na afgifte van het certificaat toegestuurd.

4.2.3 Persberichten

PUK Benelux B.V. communiceert indien van toepassing middel een persbericht haar activiteiten op het gebied van CO₂-emissie en CO₂-reductie. De inhoud van de persberichten wordt dan bepaald door de directie.

4.2.4 Berichten via LinkedIn

Zie paragraaf 4.1.2.

4.2.5 Actieve deelname in werkgroepen

Binnen de maatschappelijk omgeving waarin de organisatie opereert, zijn er diverse initiatieven die tot doel hebben de leefbaarheid van de omgeving te verbeteren.

PUK Benelux B.V. participeert in die initiatieven en zorgt door middel van inzet van haar kennis op haar werkgebied, voor een actieve bijdrage in de werkgroepen. Zij communiceert in deze werkgroepen tevens haar eigen resultaten en geeft aan hoe zij beoogt de gestelde doelstellingen te realiseren.

De initiatieven waar wij aan deelnemen en de voortgang ervan is beschreven in het document Sector- en keteninitiatieven. Dit document wordt gepubliceerd op onze bedrijfswebsite en op de website van SKAO.

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 PUK Benelux B.V. 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.3 van ons handboek van het managementsysteem voor CO₂-bewust handelen.

Verantwoordelijk voor de algehele communicatie is Mevr. Marjan Giezen.



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 Directie-overleg 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 cq. geschiktheid van de gebruikte media voor communicatie.
- Eventuele wijzigingen van de eisen in de CO₂-prestatiehelder m.b.t. communicatie.

De COF levert de benodigde informatie aan het MT voor het bovenstaande. De bevindingen van het MT-overleg worden vastgelegd in de directiebeoordeling. Naar aanleiding van de beoordeling door het MT kan de inhoud van het communicatieplan gewijzigd worden.

5.2 Uitvoering van de communicatie (Do)

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 CO₂ prestatieladder.

Communicatie / activiteit	Doel groep(en)	Frequentie & planning	Eis	Inhoud van de communicatie	Verantwoordelijke uitvoering
Bedrijfswebsite	Alle, intern en extern	2x per jaar	3.B.1	De CO ₂ footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductie doelstellingen en plan van aanpak voor scope 1 & 2	COF
		actualiseren van de informatie	3.C.1	(het Energie management actieplan).	
			3.D.1	Informatie over de actieve deelname aan een keten of sector initiatief.	
Website SKAO	Alle, intern en extern	1x per jaar	3.D.1	Informatie over de actieve deelname aan een keten of sector initiatief.	COF
Interne overlegstructuur	Alle medewerkers intern	Minimaal 2 x per jaar	3.C.1	De CO ₂ footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductie doelstellingen en plan van aanpak voor scope 1 & 2	Uitvoerders
Nieuwsbrieven	Alle medewerkers intern	Minimaal 2 x per jaar	3.C.1	Voortgang CO ₂ - reductie en toekomstplannen op dit gebied	COF (ondersteuning marketing)
MT-overleg	MT	4x per jaar	2.C.2	Energie reductie beleid, doelstellingen, maatregelen, communicatie.	Directie
LinkedIn	Medewerkers Leveranciers Klanten	2x per jaar	3.C.1	De CO ₂ footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductie doelstellingen en plan van aanpak voor scope 1 & 2	COF
Persberichten	Alle externe belanghebbenden	Indien van toepassing	1.C.1	Energie reductiebeleid, inhoud door directie te bepalen	Directie
Active deelname werkgroepen	Mede initiatiefnemers	Afhankelijk van planning initiatief	3.D.1	Mogelijkheden voor energiereductiemaatregelen op projecten	COF

5.2.1 Communicatie op projecten met gunningsvoordeel

Momenteel niet van toepassing.

5.3 Controle van de communicatie (Check)

De COF is verantwoordelijk voor de controle op de juiste uitvoer van de verschillende communicaties volgens het communicatieplan.

Halfjaarlijks controleert de COF 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 door de COF aan het MT gemeld.

5.3.1 Bijdragen en terugkoppeling over het CO₂-reductiebeleid

Naar aanleiding van de communicatie over het CO₂-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 CO₂-reductie te komen,
- klachten m.b.t. energie verspilling of milieu overlast,
- wetswijzigingen die invloed kunnen hebben op het CO₂-reductiebeleid,
- (wijzigingen m.b.t.) eisen van opdrachtgevers over het CO₂-reductie.

Alle bijdragen tot of terugkoppelingen over het CO₂-reductiebeleid van het bedrijf worden door de COF verzameld en aan het MT doorgegeven ter beoordeling.

5.4 Corrigerende maatregelen (Act)

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:
 - o Wetswijzigingen.
 - o Veranderingen van eisen van opdrachtgevers.
 - o Klachten/berichten over energie verspillingen.

De bovenstaande situaties worden door de COF met het MT besproken waarna indien nodig een corrigerende maatregel wordt getroffen. De effectiviteit van de maatregel wordt bewaakt door de COF.