

# Communicatieplan

---

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

**Gedocumenteerd intern en extern communicatieplan van Veko Lightsystems International B.V.**

**Auteur(s):**

Dhr. van Kleef (Operations manager & CO<sub>2</sub>-functionaris

Dhr. R. Verhoeven (extern adviseur)

Doc.code: CP

Versie: 02

Datum: 20-01-2016

Status: Definitief



## Inhoudsopgave

1. Introductie.....	3
2. Doelstelling en doelgroepen .....	4
2.1 Doelgroep 1: Interne belanghebbenden .....	4
2.2 Communicatiedoelstellingen doelgroep 1 .....	4
2.3 Doelgroep 2: Externe belanghebbenden .....	4
2.4 Communicatiedoelstellingen doelgroep 2 .....	5
3. Overzicht externe belanghebbenden (2.C.3).....	6
4. Media .....	8
4.1 Interne communicatie .....	8
4.2 Externe communicatie.....	8
5. Uitvoering - Stuurcyclus communicatie .....	10
5.1 Planning en evaluatie van de communicatie (Plan) .....	10
5.2 Uitvoering van de communicatie (Do).....	11
5.3 Controle van de communicatie (Check) .....	12
5.4 Corrigerende maatregelen (Act).....	12
5.5. Communicatiestructuur binnen het bedrijf en projecten met CO <sub>2</sub> -gerelateerd gunningsvoordeel.....	12

## 1. **Introductie**

Voor u ligt het communicatieplan van Veko Lightsystems International B.V.. Het document geeft een beschrijving hoe de communicatie, als bedoeld onder 3.C.2 beschreven in het Handboek CO<sub>2</sub>-Prestatieladder 3.0 en uitgebracht door de Stichting SKAO, is geregeld.

Gegevens over de CO<sub>2</sub>-footprint, de kwantitatieve reductiedoelstellingen, de reductiemaatregelen en -initiatieven alsmede de voortgang hiervan worden gecommuniceerd. Het energiebeleid, de 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, de verantwoordelijkheden met de daarbij horende taken en de wijze van communicatie beschreven.

## 2. Doelstelling en doelgroepen

Het communicatiedoel rondom CO<sub>2</sub>-reductie is het structureel overbrengen van het energiebeleid, de reductiedoelstellingen en reductiemaatregelen 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 CO<sub>2</sub>-prestaties van ons bedrijf en externe belanghebbenden bij de CO<sub>2</sub>-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 CO<sub>2</sub>-beleid. Daarbij nodigen wij hen uit om actief mee te denken om de CO<sub>2</sub>-uitstoot verder te reduceren en hiervoor concrete voorstellen te doen.

Deze doelgroep bestaat uit:

- Medewerkster marketing m.b.t. wensen uit de markt en communicatie naar de markt
- Monteurs i.v.m. het aandeel transport in scope 1
- Verkopers i.v.m. het aandeel in scope 1

#### 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 de reductie van energie en van de meest materiële CO<sub>2</sub>-emissies, en potentiële partners om mee samen te werken aan CO<sub>2</sub>-reductie, zowel bij de initiatieven van ons bedrijf als bij de maatregelen in projecten waarop CO<sub>2</sub>-gerelateerd gunningsvoordeel verkregen is.

Deze doelgroep bestaat uit:

- (Potentiële) opdrachtgevers
- Leveranciers, onderaannemers
- Overheden en regelgevers
- Brancheleden

#### **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 <sub>2</sub> -reductiebeleid?
Klanten, afnemers, opdrachtgevers	Distributiecentra (Lidl, Ahold, DHL)	
	BAM	Vraag naar onze emissie-inventaris als opdrachtgever
	Sportcentra	Renovatie verlichting grote sporthallen in opdracht van installateurs
	Industriehallen	
	Koel- en vrieshuizen	
	Magazijnen	
Onderaannemers	Transportbedrijf E. van Wijk	Extern transporteur van onze producten
	Loodgietersbedrijf TBS B.V.	Installateur zonnecellen op het dak van ons hoofdkantoor, en installateur van ons verwarmingssysteem.
Leveranciers	Elektriciteits- en gasleverancier	Nuon
	Philips	Leverancier verlichting
	Van Poels	Leveranciers hoogwerkers
Overheden en bevoegd gezag	Milieu Inspectie	
	Gemeenten	Indirect werkt Veko Lightsystems voor meerdere gemeenten in Nederland. De sporthallen waar we ons duurzaam product aanbrenge zijn vaak in beheer van een gemeente.

Groep belanghebbenden	Belanghebbende	Wat is de link met ons CO <sub>2</sub> -reductiebeleid?
Branchegenoten	Philips, Zumtobel, Regiolux, Trilux	
Directe omgeving locatie	Ondernemersgroep in Schagen	
NGO's (die met CO <sub>2</sub> -reductie te maken hebben)	Nederland CO2 Neutraal, SKAO	Mogelijk gesprekspartner over CO <sub>2</sub> -reductie op projecten
Media	Website Veko: <a href="http://www.veko.nl">www.veko.nl</a> Vakbladen waarin regelmatig wordt gepubliceerd/ geadverteerd. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Allicht</li> <li>- Led-magazine</li> <li>- Installatie en bouw</li> </ul> Installatie jaarnaal	

## 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:

- Direct via medewerkerbijeenkomsten.
- Geschreven via nieuwsbrieven, via e-mail en prikborden.
- Website.

#### 4.1.1 **Medewerkerbijeenkomsten**

Tijdens de medewerkerbijeenkomsten worden de CO<sub>2</sub>-uitstoot, de reductiedoelstelling en de voortgang van de doelstelling besproken en gedeeld met het voltallige personeel. Hiervan wordt een verslag gemaakt. Minimaal eenmaal per half jaar vindt er een personeelsbijeenkomst plaats.

Deze bijeenkomsten zijn bij uitstek gelegenheden om de medewerkers te peilen voor eventuele nieuwe ideeën voor maatregelen die bij kunnen dragen aan het behalen van de reductiedoelstellingen.

#### 4.1.2 **Nieuwsbrieven/ E-mail**

De belangrijkste elementen uit onze CO<sub>2</sub>-footprint worden minimaal eenmaal per half jaar aan het personeel gecommuniceerd door middel van een nieuwsbrief. De inhoud van deze nieuwsbrief bevat minimaal:

- Het geformuleerde energiebeleid.
- De huidige status van de gerealiseerde reductie in CO<sub>2</sub>-emissie en energieverbruik.
- De geformuleerde doelstellingen op het gebied van energie en CO<sub>2</sub>-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 CO<sub>2</sub>-uitstoot.

#### 4.1.3 **Website**

Op onze website is een aparte link naar een 'Duurzaamheidspagina' gecreëerd. ([www.Veko.nl](http://www.Veko.nl)). Op deze pagina worden alle projecten in het kader van CO<sub>2</sub>- en energieverbruiksreductie beschreven. Daarbij wordt tevens de voortgang op dit gebied weergegeven. In de nieuwsberichten zal regelmatig naar deze website worden verwezen voor meer informatie.

### 4.2 *Externe communicatie*

De vorm van externe communicatie is afhankelijk van het type belanghebbende binnen deze doelgroep. Informatie over het beleid, de doelstellingen en de voortgang op het gebied van CO<sub>2</sub>-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.veko.nl](http://www.veko.nl))
- De SKAO-website



- Persberichten
- Actieve deelname en initiatieven van werkgroepen

#### **4.2.1 Bedrijfswebsite**

Veko Lightsystems heeft voor haar klanten, leveranciers en andere belanghebbenden een CO<sub>2</sub>-website ingericht op internet. De informatie die via deze link te vinden is omvat tenminste:

- De CO<sub>2</sub>-footprint en de kwantitatieve reductiedoelstellingen.
- De reductiedoelstellingen voor scope 1 en 2 en het Plan van Aanpak.
- Deelname aan de werkgroep Wagenpark van Nederland CO<sub>2</sub> Neutraal, om reductie van het brandstofverbruik te realiseren.

#### **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.

#### **4.2.3 Persberichten**

Veko Lightsystems communiceert door middel van persberichten haar activiteiten op het gebied van CO<sub>2</sub>-emissie en CO<sub>2</sub>-reductie. Dit gebeurt wanneer deze meldingen actueel en relevant zijn. De inhoud van de persberichten wordt bepaald door de directie.

#### **4.2.4 Digitale nieuwsbrieven**

De belangrijkste elementen uit de CO<sub>2</sub>-footprint worden minimaal eenmaal per half jaar aan de externe belanghebbenden gecommuniceerd door middel van een nieuwsbrief. De inhoud van deze nieuwsbrief bevat minimaal:

- Het geformuleerde energiebeleid.
- De huidige status van de gerealiseerde CO<sub>2</sub>-emissie en het energieverbruik.
- De geformuleerde doelstellingen op het gebied van energie en CO<sub>2</sub>-reductie.
- Voortgang ten opzichte van de doelstellingen.

#### **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. Veko Lightsystems participeert in die initiatieven en zorgt door middel van de inzet van haar kennis op het gebied van vervoer/lichtsystemen 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 met betrekking tot het CO<sub>2</sub>-beleid van het bedrijf haar doel(en) bereikt is een efficiënte stuurcyclus noodzakelijk. Hieronder zijn de stappen omschreven die bij Veko Lightsystems gevolgd worden om dit te realiseren. De stappen zijn gebaseerd op de Deming cyclus: Plan-Do-Check-Act. Deze stuurcyclus is geïmplementeerd en geborgd door middel van procedure C.3 van ons handboek van het managementsysteem voor CO<sub>2</sub>-bewust handelen.

Verantwoordelijk voor de algehele communicatie is de directie.



*Voor het bedrijf en de projecten waar CO<sub>2</sub>-gunningsvoordeel 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 het MT-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 c.q. geschiktheid van de gebruikte media voor communicatie.
- Eventuele wijzigingen van de eisen in de CO<sub>2</sub>-prestatieindex met betrekking tot communicatie.

De COF levert voor het bovenstaande de benodigde informatie aan het MT. 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 CO<sub>2</sub>-prestatieladder.

Communicatie / activiteit	Doelgroep(en)	Frequentie & planning	Eis	Inhoud van de communicatie	Verantwoordelijke uitvoering
<b>Bedrijfswebsite</b>	Alle, intern en extern	1x per half jaar actualiseren van de informatie	3.B.1 3.C.1 3.D.1	De CO <sub>2</sub> -footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductiedoelstellingen en Plan van Aanpak voor scope 1 & 2. (Het Energie Management Actieplan). Informatie over de actieve deelname aan een keten- of sectorinitiatief.	COF
<b>Website SKAO</b>	Alle, intern en extern	1x per jaar in maart	3.D.1	Informatie over de actieve deelname aan een keten- of sectorinitiatief.	COF
<b>Medewerkers-bijeenkomsten</b>	Alle medewerkers intern	2x per jaar	3.C.1	De CO <sub>2</sub> -footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductiedoelstellingen en Plan van Aanpak voor scope 1 & 2.	Uitvoerders
<b>Interne nieuwsbrief/ e-mail</b>	Alle medewerkers intern	2x per jaar	3.C.1	De CO <sub>2</sub> -footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductiedoelstellingen en Plan van Aanpak voor scope 1 & 2.	COF
<b>MT-overleg</b>	MT	2x per jaar	2.C.2	Energiereductiebeleid, doelstellingen, maatregelen, communicatie.	Directie
<b>Actieve deelname werkgroepen</b>	Mede initiatiefnemers	Minimaal 2x per jaar	3.D.1	Mogelijkheden voor energiereductiemaatregelen op projecten.	COF

### **5.2.1 Communicatie op projecten met gunningsvoordeel**

Voor projecten waarop CO<sub>2</sub>-gerelateerd gunningsvoordeel is verkregen wordt een apart communicatieplan opgesteld op basis van het bedrijfscommunicatieplan. Per project wordt bepaald wie de belanghebbenden zijn, welke communicatiemiddelen gebruikt zullen worden, wie verantwoordelijk is voor de communicatie en met welke frequentie gecommuniceerd zal worden. Het project communicatieplan wordt opgesteld door de COF in samenwerking met de directie en de projectleider.

### **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 CO<sub>2</sub>-reductiebeleid**

Naar aanleiding van de communicatie over het CO<sub>2</sub>-reductiebeleid kan het bedrijf bijdragen of terugkoppeling ontvangen van derden. Dit kan bijvoorbeeld communicatie zijn van een externe belanghebbende (bv. opdrachtgever) of medewerker van het bedrijf.

Bijdragen of terugkoppelingen kunnen bestaan uit (maar zijn niet beperkt tot):

- ideeën voor maatregelen om tot CO<sub>2</sub>-reductie te komen;
- klachten met betrekking tot energieverstopping of milieuoverlast;
- wetswijzigingen die invloed kunnen hebben op het CO<sub>2</sub>-reductiebeleid;
- (wijzigingen met betrekking tot) eisen van opdrachtgevers over de CO<sub>2</sub>-reductie.

Alle bijdragen tot of terugkoppelingen over het CO<sub>2</sub>-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 CO<sub>2</sub>-reductiebeleid van het bedrijf, bijvoorbeeld bij:
  - Wetswijzigingen.
  - Veranderingen van eisen van opdrachtgevers.
  - Klachten / berichten over energieverstoppingen.

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.