



Bertens Bouw BV

Communicatieplan

Bertens Bouw

1 januari t/m 31 december 2019 en vooruitblik 2020

1. Inleiding

U vindt in dit document de communicatiedoelstellingen, de interne en externe doelgroepen, de interne en externe communicatiemiddelen en taken en verantwoordelijkheden m.b.t. CO₂-reductie.

Dit document is geschreven met als uitgangspunt om inzichtelijk te maken aan alle stakeholders hoe de CO₂-reductiedoelen en de voortgang van het CO₂ reductieprogramma verloopt.

Dit communicatieplan heeft betrekking op de organisatiestructuur zoals getoond in paragraaf 1.1. De (eind)verantwoordelijken voor de uitvoering zijn vermeld in paragraaf 1.2.

1.1. Organisatiestructuur

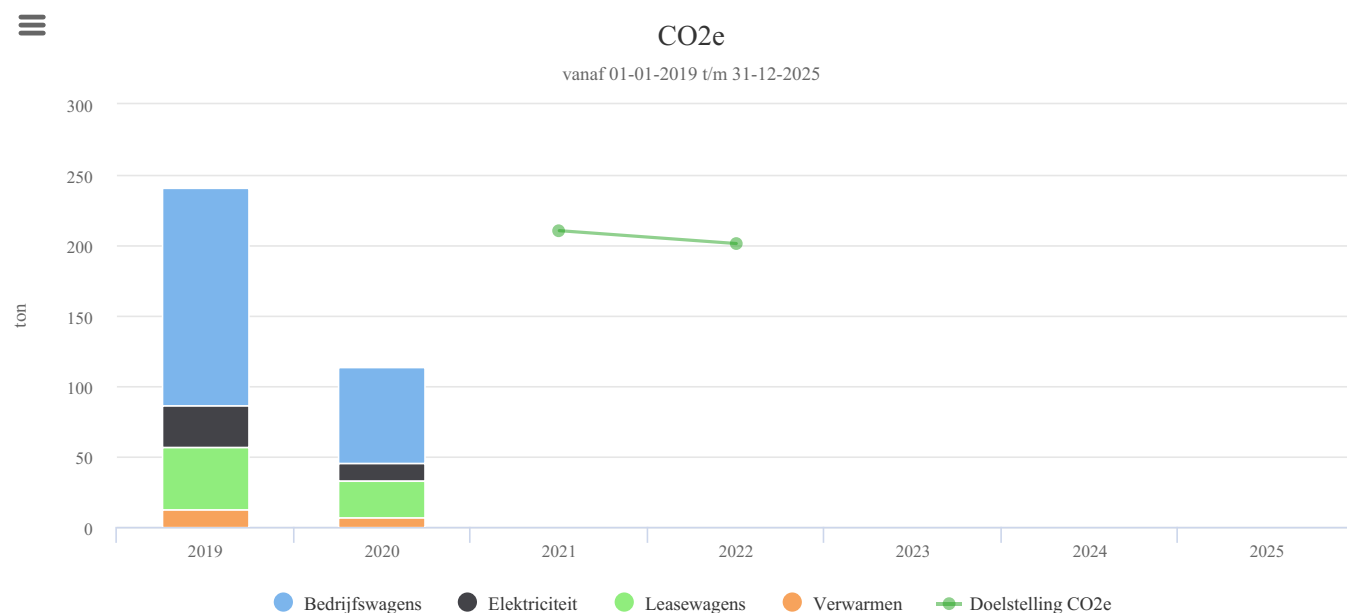
Naam	Consolidatie percentage
Bertens Bouw	
Rechtspersoon	
Rotterdam Vestiging	100%
Tiburg Vestiging	100%

1.2. Verantwoordelijken

Naam	Personen
Bertens Bouw	
Rotterdam	<i>Eindverantwoordelijke:</i> Paul Bertens <i>Verantwoordelijke stuurcyclus (KAM):</i> Tessa Fijnekam <i>Contactpersoon emissie-inventaris:</i> Tessa Fijnekam
Tiburg	<i>Eindverantwoordelijke:</i> Paul Bertens <i>Verantwoordelijke stuurcyclus (KAM):</i> Tessa Fijnekam <i>Contactpersoon emissie-inventaris:</i> Tessa Fijnekam

2. Doelstellingen en doelgroepen

2.1. CO2 grafiek



2.2. Communicatiedoelstellingen

De communicatiedoelstellingen voor het bedrijf m.b.t. de CO₂-reductie zijn:

Intern:

- Medewerkers informeren over de CO₂-footprint en de CO₂-reductiedoelstellingen;
- Vergroten van het inzicht van medewerkers in het onderwerp CO₂. Wat doet het bedrijf allemaal op dit gebied en waar willen we naar toe?
- Medewerkers informeren over de maatregelen en activiteiten die worden ondernomen om haar CO₂-uitstoot te reduceren;
- Medewerkers informeren welke individuele en collectieve bijdrage men kan leveren aan het energiebeleid en de CO₂-reductiedoelstellingen;
- Medewerkers informeren over de voortgang van de CO₂-footprint en de CO₂-reductiedoelstellingen.

Extern:

- Stakeholders informeren over CO₂-footprint en de CO₂-reductiedoelstellingen;
- Stakeholders informeren over de maatregelen en activiteiten die ondernomen worden om de CO₂-uitstoot te reduceren;
- Stakeholders informeren over de voortgang van de CO₂-reductiedoelstellingen en de daaraan gelieerde acties;
- Stakeholders informeren over- en betrekken bij de bedrijfsontwikkelingen op het gebied van CO₂ en energie. Het kan dan ook gaan om duurzaam materiaalgebruik en het circulair inrichten van grondstofketens;
- Stakeholders betrekken bij sectorinitiatieven.
- Het jaarlijks bijwerken maatregelenlijst SKAO-site (geldt voor deelnemers aan de CO₂ Prestatieladder)

2.3. Doelgroepen

De doelgroepen die worden onderscheiden zijn in te delen naar de interne- en externe doelgroepen.

Het managementteam en leidinggevende zijn nauw betrokken bij de ontwikkelingen van de CO₂-prestatieladder. Zij zijn op de eerste plaats verantwoordelijk die de boodschap vanuit de CO₂-prestatieladder doorgeven aan de verschillende doelgroepen.

Interne doelgroepen

De interne doelgroepen kunnen worden onderverdeeld in:

- Managementteam
- Leidinggevenden
- Medewerkers

Het managementteam bestaat uit twee personen: De heer P.J.L. Bertens in de functie directeur en de heer B. van de Hoef in de functie Operationeel Manager.

Het team leidinggevenden bestaat uit de projectleiders, werkvoorbereiders, uitvoerders, contractmanagers en Tender Coördinator. Elk project of overeenkomst wordt intern door een projectteam begeleid. Dit team wordt in de aanbestedingsfase samengesteld op basis van ervaring en competenties.

Wekelijks is er een intern projectoverleg voor het team leidinggevende onder leiding van Bart van de Hoef waarbij naast projectgerelateerd zaken ook algemene zaken zoals personeel, duurzaamheid en CO2 reductie aan bod komen. Sinds maart 2020 is het Corona-virus ook een standaard onderwerp.

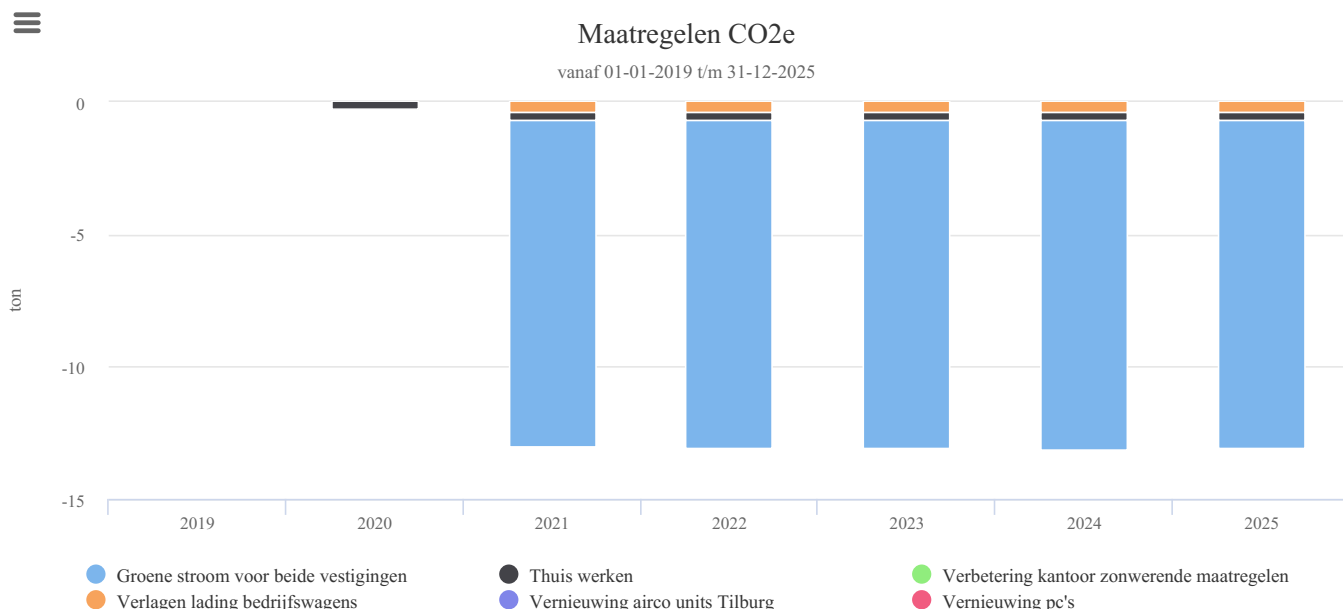
Maandelijks wordt een toolboxmeeting georganiseerd voor alle medewerkers. Hierbij komen naast veiligheid ook zaken als duurzaam rijden, het nieuwe rijden en CO2 reductie algemeen aan bod. Uitkomsten worden gedeeld met de directie en worden meegenomen in de doelstelling en maatregelen voor 2021. Daarnaast worden de medewerkers bij aanvullende zaken, zoals het Corona-virus, geïnformeerd door middel van posters welke op kantoor en werkplaats worden opgehangen.

Externe doelgroepen

Externe doelgroepen zijn partijen die belang hebben bij reductie van CO₂-emissies en potentiële partners om mee samen te gaan werken aan CO₂-reductie. Tevens zijn dit partijen welke baat hebben bij partners welke actief bezig zijn met CO₂-reductie. Er hoeft geen onderscheid gemaakt te worden in de communicatieboodschap naar externe belanghebbenden. Logischerwijs kan een verfijning van de boodschap de specifieke doelgroepen beter inzicht verschaffen. Overzicht van externe doelgroepen:

- **Opdrachtgevers**(commerciële bedrijven en (semi)overheidsinstellingen)
 - Belang: Opdrachtgevers hechten belang aan het duurzaam realiseren van projecten. Het inzetten van een aannemer die extra maatregelen neemt ten aanzien van duurzaamheid en CO₂-reductie biedt de opdrachtgever extra voordeel. Het is van belang opdrachtgevers te betrekken in de initiatieven, omdat de keuzes die zij maken van directe invloed kunnen zijn op de CO₂- emissies.
- **Leveranciers**
 - Belang: Leveranciers kunnen bijdragen aan het verminderen van CO₂-emissies. Dit kunnen zij doen door binnen de eigen organisatie te zoeken naar mogelijkheden tot CO₂-reductie.
- **Onderaannemers**
 - Belang: Ook onderaannemers kunnen bijdragen aan het verminderen van CO₂-emissies. Dit kunnen zij doen door binnen de eigen organisatie te zoeken naar mogelijkheden tot CO₂-reductie. Tevens is het in het belang van zowel aannemers als onderaannemers om samen te zoeken naar initiatieven tot CO₂-reductie.
- **Brancheorganisaties**
 - Belang: De brancheorganisaties zijn een belangrijke schakel in het reduceren van CO₂-emissies. Zij kunnen de partijen binnen de branche verbinden en zorgen voor een meer gezamenlijke inspanning. Daarnaast zijn zij gesprekspartners voor overheden en belangenorganisaties van opdrachtgevers.
- **Collega-bedrijven**
 - Belang: Collega-bedrijven hebben belang bij het innoveren van de eigen markt en branche. Collega- bedrijven welke samen initiatieven ontwikkelen kunnen samen opdrachtgevers prikkelen om ook te zoeken naar mogelijkheden tot CO₂-reductie en ervoor zorgen dat de branche zichzelf blijft ontwikkelen.

2.4. Relevante maatregelen



Maatregelen CO2e (ton)	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Groene stroom voor beide vestigingen			-12,35	-12,35	-12,35	-12,42	-12,35
Thuis werken		-0,23	-0,31	-0,31	-0,31	-0,31	-0,31
Verbetering kantoor zonwerende maatregelen			-0,01	-0,01	-0,01	-0,01	-0,01
Verlagen lading bedrijfswagens			-0,34	-0,34	-0,34	-0,34	-0,34
Vernieuwing airco units Tilburg			0	-0,01	-0,01	-0,01	-0,01
Vernieuwing pc's			-0,01	-0,01	-0,01	-0,01	-0,01
Totaal		-0,23	-13,03	-13,04	-13,04	-13,11	-13,04

2.5. Strategie

In deze paragraaf kan nader worden aangegeven welke groep en boodschap vormgegeven dient te worden om succesvol te communiceren.

De doelgroep werknemers is van essentieel belang, omdat een groot aandeel van de CO₂-emissie direct gerelateerd is aan het gedrag van de medewerkers (zoals efficiënt rijden, machines of voertuigen stationair laten draaien, lampen laten branden etc.). Doel van de interne communicatie is de medewerkers bewust te maken van hun gedrag en de invloed daarvan op het energieverbruik.

Het managementteam draagt de doelstellingen uit en zien zij erop toe dat er concreet gewerkt wordt aan CO₂-reductie. Hoe dit zich uit in de doelstellingen wordt tijdens het semester gebonden meetpunten duidelijk. Uiteindelijk zullen ook de collega's elkaar onderling gaan aanspreken en stimuleren om de CO₂-emissie te reduceren.

Medewerkers worden uitgedaagd om zelf met concrete voorstellen te komen tot verbetering. Zoals uit de doelstelling blijkt, moeten alle medewerkers van het bedrijf periodiek worden geïnformeerd over het CO₂-beleid en reductiedoelstellingen. Medewerkers moeten op de hoogte worden gebracht van het beleid in het algemeen, maar vooral van de onderdelen die voor hen van belang zijn en daarmee de concrete maatregelen.

2.6. Middelen

De volgende communicatiemiddelen worden gebruikt bij het uitdragen van de CO₂-reductiedoelstellingen en metingen. Er wordt o.a. gebruik van:

- Bedrijfswebsite
- (Digitale)Nieuwsbrieven
- Jaarverslagen
- Managementrapportages voorzien van een CO₂ footprint
- Toolboxbijeenkomsten
- Tweejaarlijkse algemene bijeenkomsten

3. Communicatie

Op de website wordt een dynamische pagina ingericht die informeert over het CO₂-reductiesysteem van de organisatie. Op deze site zal zich informatie bevinden over:

- Het CO₂-reductiebeleid.
- De CO₂-footprint.
- De CO₂-reductiedoelstellingen en de voortgang hierin (vanaf 2021)
- De CO₂-reductiemaatregelen en de voortgang hiervan (vanaf 2021)
- Een energimanagement actieplan

Bovenstaande aspecten komen te samen in het tweemaal per jaar te communiceren CO₂ voortgangsrapportage en energie actieplan.

- Alle externe communicatie (nieuwsbrieven, persberichten e.d.)
- Acties en initiatieven op het gebied van CO₂-reductie waarin het bedrijf een deelnemer is.
- Een kopie van ons meest recente CO₂-Bewust Certificaat.

3.1. Intern communicatie-overzicht

Doelgroep	Kanaal	Boodschap	Frequentie
Uitvoerend personeel	intranet	Voortgang CO2 reductieprogramma	2x per jaar
Uitvoerend personeel	toolbox	Nieuwe draaien	4x per jaar
Leidinggevend personeel	Intern overleg	CO2 reductie toepassen in de uitvoering	Wekelijks

3.2. Externe communicatieoverzicht

Doelgroep	Kanaal	Boodschap	Frequentie
Opdrachtgevers tendercontracten	intranet	CO2 reductie tijdens uitvoering bouwkundig onderhoud overeenkomst	1x per jaar
Opdrachtgevers realisatieprojecten	intranet	CO2 reductie tijdens uitvoering renovatie- of nieuwbouwprojecten	1x per jaar