



Communicatieplan

Certificering op CO₂-prestatieladder

CO₂-prestatieladder Heros Sluiskil B.V. Niveau 3

Auteur(s):

De heer M. Stouten

De heer J.P. Gerrits (extern adviseur)

3 januari 2017
Definitief rapport



Inhoud

1.	Introductie	3
2.	Doelstellingen en doelgroepen	4
2.1	Communicatiedoelstelling	4
2.2	Overzicht belanghebbenden	4
3.	Media	5
3.1	Interne communicatie	5
3.1.1	Medewerkerbijeenkomsten	5
3.1.2	Nieuwsbrieven	5
3.1.3	Internet	5
3.2	Externe communicatie	6
3.2.1	Internet	6
3.2.2	Persberichten	6
3.2.3	Actieve deelname in werkgroepen	6
3.2.4	Gesprekken NGO's en overheden	7
4.	Uitvoering	7
4.1	Doelstellingen en beleid	7
4.2	Verantwoordelijkheden	8
4.2.1	Interne communicatie	8
4.2.2	Externe communicatie	8

1. Introductie

Voor u ligt het communicatieplan in het kader van certificering op de CO₂-prestatieladder bij Heros Sluiskil B.V. Het document geeft een beschrijving hoe de communicatie als bedoeld onder 3.C.2 beschreven in het document 'CO₂-prestatieladder Samen zorgen voor minder CO₂- Handboek 2.1 uitgebracht door SKAO is geregeld, binnen Heros Sluiskil B.V.

Interne en externe communicatie over de CO₂-footprint en de kwantitatieve reductiedoelstellingen 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 het communicatieplan worden de verantwoordelijkheden, de wijze van communicatie en de daarbij behorende taken uitgeschreven. Taken zijn daarbij toegewezen aan functionarissen.

In hoofdstuk 2 worden de doelstellingen en de verschillende doelgroepen benoemd en uitgewerkt.

In hoofdstuk 3 worden 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 CO₂-prestatieladder is het structureel overbrengen van het energiebeleid en de reductiedoelstellingen van het bedrijf. Dit communicatieplan bevat de vastgelegde taken en verantwoordelijkheden en de wijze van communicatie.

Communicatie houdt in:

- Informeren
- Overtuigen
- Activeren
- Relatieonderhoud

Om de communicatie vorm te geven zijn diverse acties uitgezet. Deze kunnen per doelgroep verschillend zijn.

2.2 Overzicht belanghebbenden

Groep belanghebbenden	Wijze van communicatie
Intern	
Medewerkers	Middels werkoverleg en toolboxen
Extern (<i>partners die verbandhouden met de projectenportefeuille, die belang hebben bij de reductie van energie en verbruik en partners om mee samen te werken aan CO₂-reductie</i>)	
Klanten, afnemers, opdrachtgevers	Relatieblad, milieujaarverslag en website
Leveranciers, onderaannemers	Relatieblad, milieujaarverslag en website
Overheden en regelgevers	Via website, vakbladen en milieujaarverslag
Concurrenten, branchegenoten	Via website en vakbladen
Directe woonomgeving (Sluiskil)	Via website
NGO's (die met CO ₂ reductie te maken hebben)	Via website en vakbladen
Media algemeen	Via website en Twitter

3. Media

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

3.1 Interne communicatie

Voor interne communicatie gebruikt men volgende media:

- Direct via bestaande overlegstructuren;
- Geschreven via personeelsblad, toolbox, vakbladen en prikborden;
- Internet en eind 2017 intranet

3.1.1 Persoonlijk- en afdelingsoverleg

Tijdens het structurele werkoverleg met medewerkers wordt de CO₂-uitstoot en de voortgang van de doelstellingen als onderdeel besproken en gedeeld met het voltallige personeel. Hiervan wordt een verslag gemaakt. Jaarlijks vindt er tevens een personeelsbijeenkomst plaats. Ook in de functioneringsgesprekken komt het thema “bewustzijn energie” aan de orde. De toolboxes vinden maandelijks plaats en hierin zal het thema CO₂-uitstoot onder de aandacht worden gebracht. In het werkoverleg van Productie & Techniek is het verbruik brandstof een vast agendapunt. Via een trace & trackstelsel worden de resultaten teruggekoppeld. Er is een bonus-malus systeem actief om medewerkers te stimuleren zuinig om te gaan met brandstof.

Tevens vinden er veiligheidsrondgangen plaats en op de bijbehorende checklist is één van de aandachtspunten de CO₂ reductie.

3.1.2 Personeelsblad “de Opwerker”

De CO₂-footprint wordt eenmaal per jaar aan het personeel gecommuniceerd door middel van het personeelsblad “de Opwerker”. De inhoud van dit blad bevat minimaal:

- Het geformuleerde energiebeleid;
- De huidige status van de gerealiseerde CO₂-emissie;
- De geformuleerde doelstellingen op het gebied van energie en CO₂-reductie;
- Doelstellingen en concrete acties.

3.1.3 Internet

Op internet is een aparte CO₂- en link ‘Duurzaamheid’ gecreëerd. (www.heros.nl). Op deze pagina worden alle projecten in het kader van CO₂- en energieverbruikreductie beschreven. Daarbij wordt tevens de voortgang op dit gebied weergegeven. In de nieuwsbrief zal regelmatig naar deze website worden verwezen voor meer informatie.

Heros beschikt over een Twitteraccount. Via dit medium worden berichten verzonden indien daartoe aanleiding is (duurzame bedrijfsvoering).

Ook het verschijnen van het jaarverslag of innovatieve ontwikkelingen worden op deze wijze onder de aandacht van de medewerkers gebracht.

3.2 Externe communicatie

Externe communicatie is afhankelijk van de doelgroep.

De volgende media worden onderscheiden:

- Internet (www.heros.nl);
- Persberichten en vakbladen;
- Actieve deelname en initiatie van werkgroepen;
- Gesprekken met NGO's en overheden.

3.2.1 Internet

Heros Sluiskil B.V. heeft voor haar klanten, leveranciers en andere belanghebbenden een website ingericht met een pagina "Duurzaam". De website bestaat uit een aantal onderdelen:

- Informatie: 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;
- Deelname in initiatieven: voor belanghebbenden is het mogelijk te participeren in initiatieven die door Heros Sluiskil B.V. zijn geïnitieerd voor het reduceren van CO₂-uitstoot en energieverbruik.

Heros beschikt over een Twitteraccount. Via dit medium worden als daartoe aanleiding is berichten verzonden en het belang van een duurzame bedrijfsvoering onder de aandacht gebracht.

3.2.2 Persberichten en vakbladen

Heros Sluiskil B.V. communiceert middels persberichten en vakliteratuur haar activiteiten op het gebied van duurzaamheid. Duurzaamheid in de keten betekent indirect CO₂-emissie en CO₂-reductie.

Dit gebeurt alleen wanneer deze meldingen actueel en relevant zijn. Innovatie wordt middels vakbladen pro-actief uitgedragen.

3.2.3 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. Heros Sluiskil B.V. participeert in die initiatieven en zorgt door middel van inzet van haar kennis op het gebied van duurzaamheid en hergebruik 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.

Heros Sluiskil B.V. heeft een eigen initiatief "Granova".

In de zoektocht naar alternatieve grondstoffen draagt Heros letterlijk zijn steentje bij. Met de introductie van Granova is er een duurzaam alternatief voor grondstoffen in beton op de markt gekomen. Heros heeft de afgelopen jaren flink geïnvesteerd om vanuit de bestaande secundaire bouwstoffen, een innovatief granulaat te maken. Hierdoor wordt uitputting van zand en grint aan banden gelegd. Dat komt de CO₂ reductie in de keten ten goede.

Verder is Heros lid van de Vereniging Afvalbedrijven waar het thema duurzaamheid prominent op de agenda staat. In deze werkgroepen wordt samen nagedacht hoe er invulling moet worden gegeven aan de "Green Deal".

Het delen van kennis inzake bodemas heeft ertoe geleid dat door Heros ontwikkelde analysemethoden verheven zijn tot standaard.

Heros neemt deel aan het project "Waterkringloop". Een initiatief van overheid en bedrijven om hergebruik van (afval)water maximaliseren. Heros was daarbij voorzitter van de Waterenvelop Sluiskil.

3.2.4 Gesprekken met NGO's en overheden

Er vinden gesprekken plaats met volgende NGO's / overheden:

- Gemeente, Provincie, Zeeland Seaport en BZW.
- Klankbordgroep "Samen op Pad".

Heros is deelnemer van het platform Biopark Terneuzen (www.bioparkterneuzen.com). Biopark Terneuzen vertegenwoordigt een nieuwe manier van denken in de creatie van agro-industriële duurzaamheid. Onder de noemer 'Smart Link' promoot en faciliteert Biopark Terneuzen de exploitatie van synergiën tussen bedrijven welke zijn gevestigd in dezelfde geografische regio. Het helpt de potentie van de uitwisseling en gebruik van elkaars bij- en afvalproducten van de bedrijven te maximaliseren. Dit worden dan grondstoffen of aanvullingen op de energievoorzieningen van het eigen productieproces.

Doelstelling van de gesprekken zijn:

- Het CO₂-reductiebeleid van Heros Sluiskil benoemen en daarbij mogelijkheden in het kader van CO₂-reductie aan te geven;
- Efficiency in energiebeleid door koppelingen te leggen tussen bedrijven;
- Parkmanagement faciliteren (Heros Ecopark)
- Daar waar mogelijk gezamenlijk initiatieven te ontplooiën om te komen tot CO₂-reductie.

Heros heeft zich ook aangesloten bij de Duurzaamheidsambitie 2030 van de gezamenlijke Zeeuwse bedrijven. Dit convenant is medeondertekend op 24 oktober 2016 (www.portiz.nl)

Jaarlijks wordt er door de Klankbordgroep een bezoek gebracht aan onze locatie. Daarbij komen alle ontwikkelingen en milieugerelateerde onderwerpen aan bod.

4. Uitvoering

In dit hoofdstuk wordt de uitvoering van de communicatie beschreven.

4.1 Doelstellingen en beleid

Eenmaal per jaar wordt het volgende geëvalueerd en indien nodig bijgesteld toetst en vastgesteld in de management review

- Energiebeleid;
- Energiereductiebeleid;
- CO₂-reductie doelstelling (bijstelling meerjarenplan).

Jaarlijks wordt de volgende informatie geactualiseerd:

- CO₂-prestatieresultaten scope 1 en 2;
- Voortgang resultaten versus doelstellingen;
- Diverse lopende projecten en initiatieven om CO₂-uitstoot te reduceren.

4.2 Verantwoordelijkheden

Namens Heros Sluiskil B.V. is de manager KAM geheel verantwoordelijk voor het communicatieplan. Dit betekent o.a. dat deze persoon checkt of de termijnen en inhoud worden gerealiseerd.

Voor de overige taken wordt verwezen naar de procedures die deel uitmaken van het gecertificeerde Bedrijfszorgsysteem.

4.2.1 Interne communicatie

Activiteit	Termijn
1.1 Afdelingsoverleg <ul style="list-style-type: none"> • CO₂ en energie bespreekpunt 	Ieder kwartaal
1.2 Management review <ul style="list-style-type: none"> • CO₂ en energie op de agenda 	Jaarlijks
1.3 Personeelsblad "de Opwerker"	Een keer per jaar
1.4 Website	Minimaal halfjaarlijkse update

4.2.2 Externe communicatie

Activiteit	Termijn
2.1 Internet	Update halfjaarlijks
2.2 Persberichten, vakbladen en Twitter	Ad hoc basis
2.3 Actieve deelname in werkgroepen	Minimaal halfjaarlijks
2.4 Klankbordgroep "Samen op Pad"	Jaarlijks