

# CO<sub>2</sub> PRESTATIELADDER

## Communicatieplan

## INHOUDSOPGAVE

1 Inleiding.....	3
1.1 Doel en inhoud van dit document.....	3
1.2 Relatie met overige plannen.....	3
2 Doel, doelgroepen en boodschap.....	4
2.1 Doel.....	4
2.2 Doelgroepen.....	4
2.3 Boodschap intern en extern.....	4
3 Communicatiedoelen, -strategie, -uitgangspunten en -onderwerpen.....	5
3.1 Doelen.....	5
3.2 Strategie.....	5
3.3 Strategische uitgangspunten.....	6
3.4 Communicatieonderwerpen.....	6
4 Communicatiemomenten en -middelen.....	7
4.1 Communicatie interne doelgroepen.....	7
4.2 Communicatie externe doelgroepen.....	7
5 Planning en organisatie.....	8
5.1 Planning.....	8
5.2 Organisatie.....	8

## 1 Inleiding

### 1.1 Doel en inhoud van dit document

Dit communicatieplan van DAGnl is deel van de borging van de CO2-prestatieladder. In dit communicatieplan is ten aanzien van de CO2-prestatieladder weergegeven waarover DAGnl communiceert, op welke wijze dat gebeurt, wanneer dat gebeurt en aan wie de communicatie gericht is. Daarmee wordt de communicatie geborgd conform de eisen die van invalshoek C (transparantie) van het Handboek CO2-prestatieladder 3.0.

### 1.2 Relatie met overige plannen

Dit communicatieplan is een onderdeel van het portfolio voor de CO2-prestatieladder. Dit portfolio vormt de basis voor het borgen van de CO2-Prestatieladder, en bestaat naast dit plan uit de Inventarisatie Energiestromen, de Emissie-inventaris (CO2-footprint), het Energiemanagement actieplan en het CO2-reductieplan.

## 2 Doel, doelgroepen en boodschap

### 2.1 Doel

Door helder, consequent, tijdig en volledig te communiceren over de CO<sub>2</sub>-prestatieladder, wil DAGnl het volgende bereiken:

1. Zorgen dat alle doelgroepen goed geïnformeerd zijn over het energie-reductiebeleid bij DAGnl voert, en over de certificering voor de CO<sub>2</sub>-prestatieladder.
2. Zorgen voor draagvlak bij medewerkers binnen DAGnl voor de CO<sub>2</sub>-prestatieladder, zodat zij een actieve bijdrage willen en kunnen leveren aan een effectieve reductie van de CO<sub>2</sub>-uitstoot.

### 2.2 Doelgroepen

DAGnl zal de communicatieboodschap en -middelen afstemmen op de specifieke doelgroepen. Voor de CO<sub>2</sub>-prestatieladder onderscheiden we de volgende doelgroepen:

#### Interne doelgroepen

- Directie en management
- Medewerkers

#### Externe doelgroepen

- Klanten (burgers en bedrijven)
- Opdrachtgevers (o.a. overheden en commerciële partijen)
- Leveranciers
- Onderaannemers
- Samenwerkingspartners
- Branchegeenoten

### 2.3 Boodschap intern en extern

De boodschappen die DAGnl uitdraagt in haar communicatie met **interne** doelgroepen zijn:

- DAGnl streeft naar een nog duurzamere bedrijfsvoering.
- DAGnl investeert op verschillende manieren in milieuvriendelijke middelen en kapitaal om verantwoord om te gaan met de gevolgen voor milieu en omgeving.
- DAGnl actualiseert jaarlijks haar positie en prestaties op het gebied van duurzaamheid (de CO<sub>2</sub>-footprint en energieverbruik).
- DAGnl stelt een energiebeleid op.
- DAGnl is gecertificeerd voor trede 3 van de CO<sub>2</sub>-prestatieladder.
- DAGnl wil het gebruik van energie en de uitstoot van CO<sub>2</sub> verminderen, heeft hiervoor doelen gesteld en voert maatregelen door.
- DAGnl betreft medewerkers actief bij de CO<sub>2</sub>-prestatieladder, en wil hun ideeën ontvangen om het energieverbruik en daarmee de CO<sub>2</sub>-uitstoot te verminderen.

De boodschappen die uitgedragen worden richting **externe** doelgroepen zijn:

- DAGnl streeft naar een nog duurzamere bedrijfsvoering.
- DAGnl investeert op verschillende manieren in milieuvriendelijke middelen om verantwoord om te gaan met de gevolgen voor milieu en omgeving.
- DAGnl brengt jaarlijks haar positie en de vooruitgang op het gebied van duurzaamheid in kaart (de CO<sub>2</sub>-footprint en energieverbruik).
- DAGnl stelt een energiebeleid op.
- DAGnl certificeert zich voor trede 3 van de CO<sub>2</sub>-prestatieladder.
- DAGnl wil het gebruik van energie en de uitstoot van CO<sub>2</sub> verminderen. Hiervoor zijn doelen gesteld en worden maatregelen doorgevoerd.
- DAGnl betreft haar medewerkers actief bij de CO<sub>2</sub>-prestatieladder.

## 3 Communicatiedoelen, -strategie, -uitgangspunten en -onderwerpen

### 3.1 Doelen

De communicatiedoelen voor de **interne doelgroepen** zijn:

- Medewerkers van DAGnl zijn bekend met de CO<sub>2</sub>-prestatieladder, het energiebeleid en het belang van het verminderen van het energieverbruik en de CO<sub>2</sub>-uitstoot.
- Medewerkers zijn zich bewust van de verantwoordelijkheid die zij hier zelf in hebben.
- Medewerkers dragen actief ideeën aan voor het verminderen van het energieverbruik en de CO<sub>2</sub>-uitstoot.

De communicatiedoelen voor de **externe doelgroepen** zijn:

- Externe doelgroepen zijn bekend met het energiebeleid en de doelstellingen van DAGnl op het gebied van duurzaamheid.
- Externe doelgroepen zijn bekend met de certificering van DAGnl voor trede 3 van de CO<sub>2</sub>-prestatieladder.
- Externe doelgroepen zijn bekend met de maatregelen die DAGnl neemt om het energieverbruik terug te dringen en de CO<sub>2</sub>-uitstoot omlaag te brengen.

### 3.2 Strategie

In dit hoofdstuk geeft DAGnl aan welke strategische uitgangspunten gelden in de communicatie. Communicatie verloopt altijd in lijn met de visie van DAGnl.

#### Visie

De visie van DAGnl is: Gezamenlijk de keten van dienstverlening rondom de aanleg van infrastructuur en bebouwingen beheersen. Met veel plezier, betrokkenheid en beleving leveren van goede producten en diensten in een kleinschalige werkomgeving. Het verder uitbouwen van de samenwerkende bedrijven in zowel kwantiteit als kwaliteit. Het vergroten van de expertisevelden binnen de keten van dienstverlening. Zoveel mogelijk werken met eigen mensen. Werken op die plaats en functie die op dat moment het meest noodzakelijk is en het meest past.

### 3.3 Strategische uitgangspunten

DAGnl hanteert de volgende strategische uitgangspunten in haar communicatie:

1. De informatie is tijdig, volledig, begrijpelijk en transparant.
2. In de communicatie maakt DAGnl gebruik van website en social media.
3. De communicatie van DAGnl biedt ruimte voor interactie en dialoog.
4. Communicatie wordt pro-actief ingezet.
5. Per doelgroep wordt bekeken wat de communicatieboodschap moet zijn en welke communicatiemiddelen daar voor ingezet worden.
6. Communicatie vindt consequent plaats in de huisstijl van DAGnl.

### 3.4 Communicatieonderwerpen

In het kader van de CO<sub>2</sub>-prestatieladder is er een aantal onderwerpen waarover gecommuniceerd moet worden, zowel intern als extern:

- De Emissie-inventaris – CO<sub>2</sub>-footprint
- Het Energiemanagement-actieplan
- Het Communicatieplan CO<sub>2</sub>-Prestatieladder
- Participatie en deelname aan reductie-initiatieven

## 4 Communicatiemomenten en -middelen

DAGnl zet verschillende middelen in om haar doelgroepen te bereiken in de communicatie over de CO<sub>2</sub>-prestatieladder. De verschillende doelgroepen en bijbehorende middelen zijn in de onderstaande tabellen weergegeven.

Bij de verantwoordelijke personen voor de communicatie wordt o.a. de medewerker communicatie genoemd. Voor deze functie is ten tijde van dit plan een vacature uitgezet, en de verwachting is dat deze in Q2 van 2018 zal worden ingevuld.

### 4.1 Communicatie interne doelgroepen

Doelgroep	Boodschap	Middel	Frequentie	Door
Alle medewerkers	CO <sub>2</sub> -footprint, energiebeleid, reductiemaatregelen & -doelstellingen	Kennismiddagen	2 x per jaar	KAM-coördinator Prestatieladder
Alle medewerkers	CO <sub>2</sub> -footprint, ideeën medewerkers, voortgang daling CO <sub>2</sub> -uitstoot	Kennismiddagen	2 x per jaar	KAM-coördinator Prestatieladder
Alle medewerkers	CO <sub>2</sub> -footprint, energiebeleid, reductiemaatregelen & -doelstellingen en voortgang daling CO <sub>2</sub> -uitstoot	Projectgroepoverleg (PGO)	4 x per jaar	'Kartrekkers' (Leidinggevendenden binnen de verschillende B.V.'s)
Alle medewerkers	Trends en ontwikkelingen op gebied van CO <sub>2</sub> -uitstoot (nieuwtjes)	Mail	Indien relevant	KAM-coördinator Prestatieladder
Directie en management	CO <sub>2</sub> -footprint, energiebeleid, reductiemaatregelen & -doelstellingen en voortgang daling CO <sub>2</sub> -uitstoot	Directieoverleg	4 x per jaar	Directie

### 4.2 Communicatie externe doelgroepen

Doelgroep	Boodschap	Middel	Frequentie	Door
Klanten/burgers	CO <sub>2</sub> -footprint, energiebeleid, reductiemaatregelen & -doelstellingen en voortgang daling CO <sub>2</sub> -uitstoot. Publicatie CO <sub>2</sub> -bewust certificaat, rapportage, logo CO <sub>2</sub> -prestatieladder	Website en social media	Doorlopend  Jaarlijkse publicatie van CO <sub>2</sub> -uitstoot (Footprint) vindt plaats uiterlijk in april.	Medewerker communicatie
"Top 10" opdrachtgevers	Informereren over publicatie nieuwe CO <sub>2</sub> -emissie-inventaris	Mail	Jaarlijks na publicatie van CO <sub>2</sub> -emissie-inventaris	Medewerker communicatie
Belangstellenden	Publicatie van rapporten	Website SKAO	Doorlopend	KAM-coördinator Prestatieladder

## 5 Planning en organisatie

### 5.1 Planning

In hoofdstuk 4 staat vermeld hoe vaak we via welk middel met welke doelgroep communiceren. Een meer exacte invulling van de planning is niet te geven, en is in grote mate afhankelijk van het feit of er nieuws te melden is over de CO2-prestaties of de ontwikkelingen.

### 5.2 Organisatie

Binnen de organisatie van DAGnl zijn verschillende personen verantwoordelijk voor de communicatie rondom de CO2-prestatieladder. Dit zijn de volgende personen

KAM-coördinator Prestatieladder:	Marco Radstake M. 06-50 26 21 33 <a href="mailto:marco@greenhouse-advies.nl">marco@greenhouse-advies.nl</a>
Medewerker communicatie:	Nog in te vullen vacature
Directie:	Dennis van der Voet <a href="mailto:d.vandervoet@dagnl.nl">d.vandervoet@dagnl.nl</a>