

# Communicatieplan 2024

## Inleiding

Voor u ligt het communicatieplan van Tuin Totaal Goes B.V.. Het document geeft een beschrijving hoe de communicatie als beschreven in het Handboek CO<sub>2</sub>-Prestatieladder 3.1 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, 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.

## Doelstelling en doelgroepen

Het communicatiedoel rondom CO<sub>2</sub>-reductie is het structureel overbrengen van het energiebeleid, 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 CO<sub>2</sub>-prestaties van ons bedrijf en externe belanghebbenden bij de CO<sub>2</sub>-prestaties van ons bedrijf.

## 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:

- De medewerkers
- De directie

### Communicatiedoelstellingen interne belanghebbenden

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.

## Externe belanghebbenden

Externe belanghebbenden zijn partijen die belang hebben bij 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 gunningvoordeel verkregen is.

Deze doelgroep bestaat uit

- (potentiële) Opdrachtgevers
- Leveranciers
- (Lokale) overheden
- SKAO

### Communicatiedoelstellingen Externe belanghebbenden

Het doel van het communiceren met deze doelgroep is:

informereren, kennisdelen en relatieonderhoud.

<b>Belanghebbenden CO<sub>2</sub> reductiesysteem</b>	
<b>CUMELA Nederland</b>	<i>CUMELA is leverancier van het initiatief waar wij aan deelnemen. Tevens is CUMELA belangrijk voor de branche als branchevereniging.</i>
<b>Gemeente Goes</b>	Zijn grote opdrachtgevers en tevens vergunningverlener in geval dit nodig is voor de uitvoering van werkzaamheden.  Ze bepalen soms ook de te gebruiken methode, ondanks dat dit voor CO <sub>2</sub> -emissie ongunstiger is.
<b>Andere gemeenten</b>	Idem
<b>Waterschappen</b>	Idem
<b>Leveranciers</b>	Zijn vaak uniek in de levering van reserveonderdelen en onderhoud.
<b>Overige klanten</b>	Zijn belangrijk voor de continuïteit van het bedrijf.
<b>Werknemers en ingeleenden</b>	Zijn belangrijk voor de continuïteit van het bedrijf.
<b>Bank</b>	Is belangrijk voor de financiering van de aanschaf van nieuw materieel.
<b>Omwonenden</b>	Zijn belangrijk op de locaties van projecten binnen bewoond gebied
<b>Weggebruikers</b>	Zijn een factor als er gewerkt wordt langs de openbare weg. Denk aan snelheidsverlaging, afzetting, omleidingen etc.

## Wijze van communiceren

Voor de communicatie met de verschillende interne en externe belanghebbenden, worden verschillende media ingezet. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen interne en externe communicatie.

### Interne communicatie

Voor interne communicatie gebruikt men volgende media:

- Toolboxen
- Nieuwsbrieven
- Publicaties
- Website
- Intern werkoverleg, met of zonder verslaglegging.

### Toolboxen

Tijdens de toolboxen wordt de CO<sub>2</sub>-uitstoot en de voortgang van de doelstellingen als onderdeel besproken en gedeeld met de medewerkers. Hiervan wordt een verslag gemaakt. Minimaal eenmaal per jaar wordt een toolboxmeeting gehouden met dit onderwerp.

Deze bijeenkomsten zijn ook een mooie gelegenheid om hun input te vragen over het beleid en ideeën die zij hebben die bij kunnen dragen aan het reduceren van het energie verbruik/ CO<sub>2</sub> uitstoot.

### Nieuwsbrieven

De CO<sub>2</sub>-footprint wordt minimaal eenmaal per half jaar aan de medewerkers gecommuniceerd door middel van een nieuwsbrief. De inhoud van deze nieuwsbrief bevat minimaal:

- De huidige status van de gerealiseerde 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
- Methoden die zijn ingezet om reducties te realiseren
- De voortgang van de projecten waar gunningsvoordeel op is verkregen indien deze aanwezig zijn
- De mogelijkheid tot individuele bijdrage door de medewerkers

Deze zijn ook beschikbaar voor eenieder op de website van het bedrijf en deze wordt ook in de kantine opgehangen.

### Bedrijfswebsite

Op internet is een aparte link 'CO<sub>2</sub>' gecreëerd (<https://www.tuintotaalgoes.nl/co2>). Op deze pagina wordt het beleid, de CO<sub>2</sub>-footprint en de doelstellingen van het bedrijf met betrekking tot CO<sub>2</sub>-reductie omschreven. Deze webpagina wordt een keer in het half jaar bijgewerkt. In de nieuwsbrief zal regelmatig naar deze website worden verwezen voor meer informatie.

## 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 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:

- Internet (<https://www.tuintotaalgoes.nl/co2>).
- Nieuwsbrieven
- Actieve deelname aan werkgroepen

## Bedrijfswebsite

Tuin Totaal Goes B.V. heeft voor haar medewerkers, opdrachtgevers, leveranciers en andere belanghebbenden een aparte webpagina op haar website die via de link CO<sub>2</sub> te bereiken is. De website bestaat uit een aantal onderdelen:

- Informatie: Informatie over het beleid, doelstellingen en 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 reductie doelstellingen en plan van aanpak m.b.t. de bovenstaande ketenanalyse.
- Deelname in initiatieven: Hier wordt aangegeven aan welke initiatieven/projecten wordt deelgenomen of welke geïnitieerd zijn om CO<sub>2</sub>-reductie te bereiken.

## De internetpublicatie van het bedrijf op de website van SKAO

De volgende documenten worden op de SKAO website gepubliceerd;

- Informatie over de inhoud van het sector/keten initiatief waar het bedrijf aan deelneemt;
- De ketenanalyse
- De actualisatie van de analyse van de scope 3 emissies

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.

De bovenstaande documenten worden actueel gehouden en minimaal eens per jaar gecontroleerd op actualiteit.

## Nieuwsbrieven

Tuin Totaal Goes B.V. communiceert middels nieuwsbrieven op haar website haar activiteiten op het gebied van CO<sub>2</sub>-emissie en CO<sub>2</sub>-reductie aan interne en externe belanghebbenden. Dit gebeurt eens per half jaar. De inhoud van deze nieuwsbrief bevat minimaal:

- De huidige status van de gerealiseerde 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
- Methoden die zijn ingezet om reducties te realiseren

## 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 Tuin Totaal Goes B.V. gevolgd worden om dit te realiseren. De stappen zijn gebaseerd op de Deming cyclus: Plan-Do-Check-Act.

Verantwoordelijk voor de algehele communicatie is Gertjan Toorenaar, hij is de CO2-functionaris (COF).



*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.*

## Planning en evaluatie van de communicatie (Plan)

Jaarlijks wordt 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 CO2-prestatieelder m.b.t. communicatie.

De CO2-functionaris (COF) levert de benodigde informatie aan voor het bovenstaande. De bevindingen worden vastgelegd in de directiebeoordeling. Naar aanleiding van de beoordeling kan de inhoud van het communicatieplan gewijzigd word.

## Uitvoering van de communicatie

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	Doel groep(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 & 3, de kwantitatieve reductie doelstellingen en plan van aanpak voor scope 1,2 & 3 (het Energie management actieplan).  Informatie over de actieve deelname aan een keten of sector initiatief.	COF
<b>Website SKAO</b>	Alle, intern en extern	1x per jaar	3.D.1 5.A.1. 4.B.2 5.B.2	Informatie over de actieve deelname aan een keten of sector initiatief. Ketenanalyse Scope 3 emissie	COF
<b>Toolboxen</b>	Alle medewerkers intern	Minimaal 1x per jaar	3.C.1	De CO <sub>2</sub> footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductie doelstellingen en plan van aanpak voor scope 1 & 2	COF
<b>Nieuwsbrief</b>	Alle interne medewerkers en andere belanghebbenden.	2x per jaar	3.C.1	De CO <sub>2</sub> footprint scope 1 & 2, de kwantitatieve reductie doelstellingen en plan van aanpak voor scope 1,2 & 3 incl. projecten	COF
<b>Actieve deelname werkgroepen</b>	Mede initiatiefnemers	Minimaal 2 x per jaar Afhankelijk van planning bijeenkomsten	3.D.1	Mogelijkheden voor energiereductie maatregelen op projecten, diensten en producten	COF

## Communicatie op projecten met gunningsvoordeel

Voor projecten waarop CO<sub>2</sub> gerelateerd gunningsvoordeel is verkregen is de communicatie identiek aan hetgeen hier is weergegeven. Wel wordt hiervoor een apart projectdossier worden opgesteld, waarin de communicatie ook is weergegeven.

Tevens zal actief naar de opdrachtgever worden gecommuniceerd over de voortgang van de CO<sub>2</sub>-emissie op dit project.

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.

## Controle van de communicatie

De CO<sub>2</sub>-functionaris (COF) is verantwoordelijk voor de controle op de juiste uitvoer van de verschillende communicaties volgens het communicatieplan.

Jaarlijks controleert de CO<sub>2</sub>-functionaris (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.

### **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 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 CO<sub>2</sub>-reductie te komen,
- klachten m.b.t. energie verspilling of milieu overlast,
- wetswijzigingen die invloed kunnen hebben op het CO<sub>2</sub>-reductiebeleid,
- (wijzigingen m.b.t.) eisen van opdrachtgevers over het CO<sub>2</sub>-reductie.

Alle bijdragen tot of terugkoppelingen over het CO<sub>2</sub>-reductiebeleid van het bedrijf worden door de CO<sub>2</sub>-functionaris (COF) verzameld en in de overlegstructuur besproken.

### **Corrigerende maatregelen**

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 energie verspillingen.

De bovenstaande situaties worden in de overlegstructuur besproken waarna indien nodig een corrigerende maatregel wordt getroffen. De effectiviteit van de maatregel wordt bewaakt door de CO<sub>2</sub>-functionaris (COF).