

### 3.C.1. Communicatieplan 2018

CO<sub>2</sub>-Prestatieladder Sniijder Scheepselektro BV

Opdrachtgever  
Sniijder Scheepselektro BV  
Contactpersoon  
M. Buit – Kusters  
Kenmerk  
R076404ab.00001.ar  
Versie  
01\_001  
Datum  
20-02-2018  
Auteur  
M. Buit – Kusters



## Inhoudsopgave

<b>1</b>	<b>Communicatieplan</b> .....	<b>3</b>
1.1	Doelgroepen .....	3
1.2	Communicatiedoelstelling .....	4
1.3	Communicatiemiddelen .....	4
1.4	Verantwoordelijken en stuurcyclus .....	5
1.5	Boodschap .....	6
1.6	Middelenmatrix en planning .....	7

## Bijlage

Bijlage I Stakeholderanalyse

# 1 Communicatieplan

Voorliggend communicatieplan geeft ons bedrijf een praktisch kader om ons CO<sub>2</sub>-beleid structureel naar onze stakeholders te communiceren. In het plan wordt onze communicatiedoelstelling toegelicht, aangevuld met een beschrijving van de middelen en verantwoordelijke personen. De kernelementen van onze boodschap, de doelgroepen die we willen benaderen en de gehanteerde planning worden ook verder uitgewerkt. Afgesloten wordt met een middelenmatrix en planning. In de bijlage is de stakeholderanalyse opgenomen.

## 1.1 Doelgroepen

In overeenstemming met ladderbepaling 2.C.3 zijn onze externe en interne belanghebbenden bepaald, met andere woorden er is een stakeholderanalyse uitgevoerd. In bijlage I is de volledige stakeholderanalyse opgenomen. In deze analyse is per externe belanghebbende of per cluster van belanghebbenden toegelicht welke relatie er bestaat tussen ons en de stakeholder en onze CO<sub>2</sub>-bewuste activiteiten.

De stakeholders kunnen worden onderverdeeld in een tweetal doelgroepen.

1. Interne stakeholders:
  - Medewerkers;
  - Directie.
2. Externe stakeholders:
  - Opdrachtgevers;
  - Leveranciers (grootste 80% conform de A&C-analyse);
  - Derde belanghebbenden zoals maatschappelijke organisaties, gemeenten en direct omwonenden.

In bijlage I is de stakeholderanalyse opgenomen. In deze analyse is per externe belanghebbende of per cluster van belanghebbenden toegelicht welke relatie er bestaat tussen ons en de stakeholder en onze CO<sub>2</sub>-bewuste activiteiten. De stakeholders zijn opgedeeld in mate van contact van de stakeholders met het bedrijf en niveau van invloed van de stakeholders op het bedrijf. Dit resulteert in actieve en passieve stakeholders. De actieve stakeholders staan rechts bovenin de tabel (hoge mate van contact en hoge mate van invloed). Passieve stakeholders staan links bovenin (hoge mate van contact, laag niveau van invloed) en rechts onderin de tabel (hoog niveau van invloed, lage mate van contact). Stakeholders met een laag niveau van invloed en lage mate van contact worden verder niet behandeld.

## 1.2 Communicatiedoelstelling

Wij hanteren de volgende algemene communicatiedoelstelling.

*Ten minste twee keer per jaar communiceren wij naar de door ons geïdentificeerde belanghebbenden over onze CO<sub>2</sub>-footprint, onze kwalitatieve reductiedoelstelling en de voortgang hieromtrent. Als er projecten zijn waarop gunningvoordeel is verkregen, worden deze separaat genoemd.*

Daarnaast hebben wij voor de onderscheiden doelgroepen de volgende (sub)doelstellingen.

Interne communicatiedoelstellingen

- Medewerkers van ons bedrijf kennen de duurzaamheidsambitie en weten hoe ze zelf kunnen bijdragen aan CO<sub>2</sub>-reductie.
- Medewerkers van ons bedrijf voelen zich betrokken bij het duurzaamheidsbeleid van het bedrijf.
- Onze medewerkers dragen concreet bij aan CO<sub>2</sub>-reductie.
- De directie van ons bedrijf kent en onderschrijft de duurzaamheidsambitie en geeft ruimte om deze ambitie te realiseren.

Externe communicatiedoelstelling

- Onze (belangrijkste) opdrachtgevers zijn bekend met onze duurzaamheidsambities.
- Externe belanghebbenden zijn bekend met onze duurzaamheidsambities, doelstellingen en de voortgang hieromtrent.
- Wij bieden onze externe belanghebbenden de mogelijkheid om mee te denken en te participeren in onze duurzaamheidsambities.

De communicatiedoelstelling heeft betrekking op onze organisatorische en operationele grens, zoals deze is omschreven in de CO<sub>2</sub>-beleidsverklaring.

## 1.3 Communicatiemiddelen

Om onze communicatiedoelstelling te realiseren, wordt er gebruikgemaakt van onderstaande middelen. Per doelgroep is onderscheid gemaakt in de inhoud van de boodschap, het middel en het moment van communiceren.

Communicatiemiddelen voor de interne stakeholders:

- Presentatie tijdens de personeelsvergadering;
- Mail.

Communicatiemiddelen voor de externe stakeholders:

- Eigen website;
- SKAO-website;
- Social media (intern en extern).

De verschillende eisen aan de verplichte internetpublicatie voor de eigen website zijn als volgt.

- Bereikbaar op de bedrijfsnaam (zoals vermeld op het certificaat) en vervolgens via de term 'CO<sub>2</sub>-Prestatieladder' of 'CO<sub>2</sub>-beleid'.
- Ten minste de vereiste informatie (en documentatie) zoals aangegeven in de toelichting op de eisen 3.B.1, 3.C.1, 3.D.1, in §6.2 van het Handboek. Deze informatie blijft op het internet beschikbaar ten minste gedurende de looptijd van het certificaat, met een minimum van twee jaar.
- Mits het bedrijf de vindbaarheid heeft verzekerd, is de verdeling van de informatie over de bedrijfswebsite, de indeling van elke pagina, de lay-out ervan, de per pagina te vinden documenten en de omliggende teksten vrij.
- De documenten van eis 3.D.1, van het bedrijf, zijn via een duidelijke verwijzing en link te vinden op de SKAO-website.
- Op de website van het bedrijf staan volledige kopieën van de geldende certificaten.
- In geval van wijziging in de punten 1 t/m 5 wordt deze website bijgewerkt binnen vier weken na het gereedkomen van de informatie.

De verschillende eisen aan de verplichte internetpublicatie voor de SKAO-website zijn als volgt.

- Deze website is te vinden onder [www.skao.nl](http://www.skao.nl).
- Ten minste de vereiste informatie (en documentatie) zoals aangegeven in de toelichting op eis 3.D.1, in §6.2 van het Handboek. Deze informatie blijft op het internet beschikbaar ten minste gedurende de looptijd van het certificaat, met een minimum van twee jaar.
- Op de website van SKAO moet elk document een pdf zijn, met vermelding van een versienummer, een handtekening van de autoriserende verantwoordelijke manager en de autorisatiedatum.

#### 1.4 Verantwoordelijken en stuurcyclus

De persoon die in de CO<sub>2</sub>-emissie-inventarisatie als verantwoordelijk persoon is aangewezen, is ook eindverantwoordelijk voor het communicatiebeleid. Daarnaast hebben de volgende medewerkers diverse deelbevoegdheden en/of verantwoordelijkheden. Zij vormen gezamenlijk de werkgroep CO<sub>2</sub>-footprint. Dit is in onderstaand overzicht helder weergegeven.

Directievertegenwoordiger: de heer H. Snijder  
Eindverantwoordelijk: de heer H. Snijder

Ten minste twee keer per jaar wordt extern via de website gecommuniceerd over de voortgang over de CO<sub>2</sub>-prestatieladder. De inhoud van deze structurele boodschap moet voldoen aan de in paragraaf 1.6 opgenomen voorwaarden in de matrix. Interne communicatie gebeurt via dezelfde nieuwsbrief en tijdens de lunchbijeenkomst.

Indien noodzakelijk, kan er aanvullend op vaste communicatiemomenten ad hoc, intern en/of extern gecommuniceerd worden over duurzaamheid. Een voorbeeld van dergelijke ad hoc communicatie kan een opinie zijn naar aanleiding van een nieuwsitem.

## 1.5 Boodschap

In deze paragraaf wordt kort omschreven aan welke eisen de inhoud van onze communicatieve uitingen moet voldoen. Zoals al is omschreven in paragraaf 1.2, heeft de communicatie betrekking op de organisatorische grens die is omschreven in de CO<sub>2</sub>-emissie-inventaris.

De inhoud van de structurele communicatiemomenten heeft altijd betrekking op de gedefinieerde operationele grens in de CO<sub>2</sub>-emissie-inventaris en omvat ten minste:

- Het energiebeleid;
- De reductiedoelstellingen voor de komende periode;
- De reeds uitgevoerde maatregelen;
- De geplande maatregelen voor de komende periode;
- De niet uitgevoerde maatregelen;
- Het huidige energieverbruik;
- De belangrijkste trends in het energieverbruik en CO<sub>2</sub>-uitstoot met betrekking tot de gehele projectenportefeuille;
- De participatie en de resultaten uit een keteninitiatief<sup>1</sup>.

In de matrix hieronder is per doelgroep de boodschap, het middel, moment van communicatie en de verantwoordelijke opgenomen:

**Tabel 1.1**

Doelgroep	Boodschap	Middel	Moment	Uitvoerder / Eindverantwoordelijke
Intern – alle medewerkers	Algemene terugkoppeling – enthousiasmeren/bewustwording	Persoonlijk Contact	Hele jaar door	M. Buit / H. Snijder
Intern - werknemersoverleg	Melding voortgang CO <sub>2</sub> -beleid, reductiebeleid, projecten en initiatieven	Vergadering	Per kwartaal	M. Buit / H. Snijder
Intern - directie	Melding voortgang CO <sub>2</sub> -beleid, reductiebeleid, projecten en initiatieven	MT-vergadering	Iedere kwartaal	M. Buit / H. Snijder
Intern - directie	Bespreken voortgang, budget en intentie CO <sub>2</sub> -beleid	Management - review	1x per jaar	M. Buit / H. Snijder
Extern – op projecten met gunningvoordeel	Melding voortgang CO <sub>2</sub> - beleid, reductiebeleid en Projecten	Website	2x per jaar	M. Buit / H. Snijder
Alle Stakeholders (intern en extern)	Footprint 1 <sup>o</sup> half jaar, de reductie-maatregelen, de voortgang	Website	Medio maart	M. Buit / H. Snijder
Alle Stakeholders (intern en extern)	Footprint 2 <sup>o</sup> half jaar, de reductie-maatregelen, de voortgang	Website	Medio september	M. Buit / H. Snijder

<sup>1</sup> In aanvulling op de minimumeisen uit de CO<sub>2</sub>-prestatieladder, zoals onder meer omschreven in laddereis 3.C.1 en 3.C.2., is het communicatieplan aangevuld met enkele eisen uit de invalshoek participatie. Het betreft de eisen omschreven onder 3.D.1., het publieke uitdragen van het initiatief.

Voor projecten waarop gunningvoordeel is verkregen wordt de volgende, aanvullende, structurele communicatie toegepast.

**Tabel 1.2**

Communicatie bij projecten waarop gunningvoordeel is verkregen

Doelgroep	Boodschap	middel	moment	Verantwoordelijk
Intern – alle project medewerkers	Algemene toelichting – enthousiasmeren / bewustwording, maatregelen, prognose	Bijeenkomst /vergadering	Start project	H. Snijder
Intern en extern – verbonden aan project	Zie hierboven	Zie hierboven	2x per projectduur	H. Snijder
Intern en extern – verbonden aan project	Footprint project, status reductie-maatregelen, resultaat	website	Afronding project	H. Snijder

Wanneer het grootste deel van de projecten van het bedrijf wordt uitgevoerd door onderaannemers, dan wordt er ook gecommuniceerd:

- op de locaties van projecten waarop CO<sub>2</sub>-gerelateerd gunningvoordeel is verkregen;
- over de maatregelen die benoemd zijn voor dat project;
- over de gerealiseerde voortgang bij het realiseren van de CO<sub>2</sub>-reductie;
- zodanig dat alle medewerkers van de onderaannemers van dat project hiervan kennis kunnen nemen.

## 1.6 Middelenmatrix en planning

**Tabel 1.3**

Middelenmatrix en planning

Datum	Actie	Doelgroep	Middel	Uitvoerder	Verantwoordelijk
Juli	Aanpassen website conform eisen prestatieladder	N.v.t.	N.v.t.	Extern	H. Snijder
Juli	Communicatie over certificering op de prestatieladder	Intern en extern		M. Buit	H. Snijder
September	Communicatie over voortgang CO <sub>2</sub> -reducties	Extern en Intern	Website en Personeelsvergadering	M. Buit	H. Snijder
Maart	Communicatie over voortgang CO <sub>2</sub> -reducties	Extern en Intern	Website en Personeelsvergadering	M. Buit	H. Snijder
September	Communicatie over voortgang CO <sub>2</sub> -reducties	Extern en intern	Website en Personeelsvergadering	M. Buit	H. Snijder
Maart	Communicatie over voortgang CO <sub>2</sub> -reducties	Extern en intern	Website en Personeelsvergadering	M. Buit	H. Snijder

De externe stakeholders zijn opgedeeld in actieve en passieve stakeholders. De actieve stakeholders worden halfjaarlijks geïnformeerd. De passieve stakeholders moeten zelf de informatie opzoeken.



## Bijlage I

### Stakeholderanalyse

### Stakeholderanalyse

Met de stakeholderselectietool, is een selectie gemaakt van relevante stakeholders. Aan het instrument is de stakeholdergroep *omgeving* toegevoegd, omdat het industriële productie betreft. De groep *consumenten* is verwijderd, omdat er uitsluitend aan zakelijke eindgebruikers wordt geleverd.

In de volgende tabel is de stakeholderidentificatie opgenomen. In de tabel zijn in de linkerkolom de stakeholders gecategoriseerd, de middelste kolom geeft aan wat de verwachtingen zijn van de belangrijkste/relevante stakeholders opgenomen in de derde kolom. Iedere stakeholder is genummerd, de nummering komt vervolgens terug in de stakeholdermapping.

**Tabel 1**  
Stakeholder identificatie

Selecteer voor uzelf de stakeholders waar uw bedrijf rekening mee moet houden	Selecteer de CO <sub>2</sub> verwachtingen per stakeholder die uw bedrijf kunnen beïnvloeden	Belangrijkste stakeholders voor uw bedrijf
Financier/bank/aandeelhouders	<input type="checkbox"/> Toenemende CO <sub>2</sub> criteria bij het verstrekken van geld	1 Bank
	<input type="checkbox"/> Stimuleren kostenreductie door milieumaatregelen	2 Aandeelhouders
	<input type="checkbox"/> Toenemende vraag naar CO <sub>2</sub> rapportages	
Nederlandse overheid	<input type="checkbox"/> Gaat als klant duurzaam inkopen en hanteert CO <sub>2</sub> inkoop criteria	
	⊗ Past minder regulering en handhaving toe bij CO <sub>2</sub> bedrijven	3 Gemeente
	<input type="checkbox"/> Hanteert CO <sub>2</sub> criteria bij subsidieverlening	
Business klanten	⊗ Belangrijke klanten minimaal niveau 3 gecertificeerd, verwachten dit ook van ons.	4 Heuvelman IBIS, Vries en van de Wiel,
	⊗ Overige relaties	5. Scheepswerf Poppen, Mineralis, TB Shipyards
Concurrenten	<input type="checkbox"/> Zien CO <sub>2</sub> steeds vaker als competitief voordeel	
	<input type="checkbox"/> Onderscheiden zich met CO <sub>2</sub> doelstellingen en resultaten	
	<input type="checkbox"/> Gebruiken CO <sub>2</sub> als tool voor innovatie	
Leveranciers	⊗ Toenemende groep die CO <sub>2</sub> in de keten belangrijk kan gaan vinden	6 Technische Unie, Solar
	<input type="checkbox"/> Groeiende behoefte aan CO <sub>2</sub> informatie en traceerbaarheid	
	<input type="checkbox"/> Komen eerder terug bij een bedrijf met een goed CO <sub>2</sub> imago	



Selecteer voor uzelf de stakeholders waar uw bedrijf rekening mee moet houden	Selecteer de CO <sub>2</sub> verwachtingen per stakeholder die uw bedrijf kunnen beïnvloeden	Belangrijkste stakeholders voor uw bedrijf
Werknemers	<input checked="" type="checkbox"/> Blijven langer en gemotiveerder werken bij goede CO <sub>2</sub> reductie <input type="checkbox"/> Zijn minder vaak en lang ziek, minder ongelukken <input type="checkbox"/> Dragen vaker Employer of Choice gedachte uit	7 Werknemers
Omgeving	<input type="checkbox"/> Verwachten CO <sub>2</sub> reductie van bedrijven in de directe omgeving <input type="checkbox"/> Zijn een belangrijke bron voor toekomstige werknemers <input type="checkbox"/> Hebben minder klachten over bedrijven met een aantoonbare CO <sub>2</sub> inspanning naar de omgeving	

Gezien onze dienstverlening speelt de milieubescherming geen grote rol.

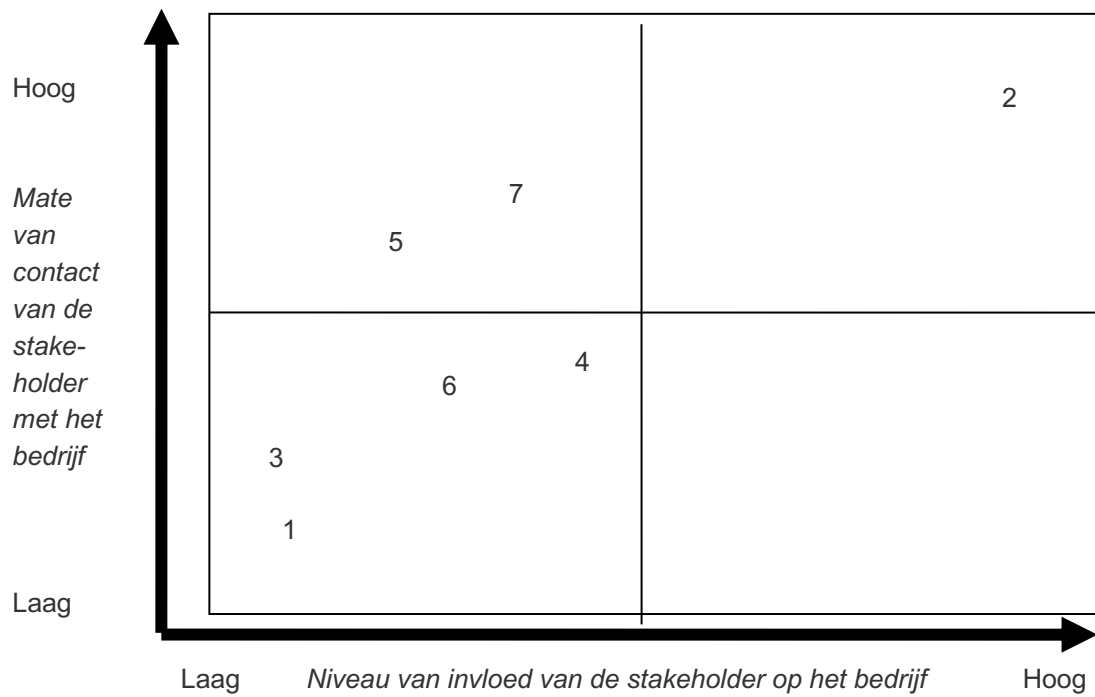
### Stakeholdermapping

Na het vaststellen van de belangrijkste stakeholders bij Snijder Scheepselektro is het van belang om de stakeholders te rubriceren, de stakeholdermapping. Immers niet alle stakeholders hebben hetzelfde belang.

Voor het rubriceren hebben wij gebruikgemaakt van twee assen met de volgende waarden.

- Invloed van de stakeholder op het bedrijf (van weinig tot veel).
- Niveau van contact van stakeholder met bedrijf en vice versa (van laag tot hoog).

Om de geselecteerde stakeholders te rubriceren, zijn deze voorzien van een nummer, en zijn geplaatst in het stakeholderdiagram, zie onderstaande figuur.



### **Stakeholder betrokkenheid en evaluatie**

Hierna is per stakeholder samenvattend de betrokkenheid bij het CO<sub>2</sub>-beleid weergegeven, voorzien van een evaluatie van deze betrokkenheid over 2013 en eventueel voorzien van een aanbeveling voor de toekomst.

#### Grote invloed op het bedrijf - hoog niveau van betrokkenheid

Stakeholders in deze categorie worden opgenomen in de communicatie over de CO<sub>2</sub>-prestatieladder, zoals is opgenomen in het communicatieplan.

#### Grote invloed op het bedrijf - laag niveau van betrokkenheid

Stakeholders in deze categorie worden opgenomen in de communicatie over de CO<sub>2</sub>-prestatieladder en zijn daarmee verwerkt in het communicatieplan.

Dit zijn met name stakeholders waarvan verwacht wordt dat de prestatieladder een commerciële meerwaarde kan bieden.

#### Beperkte invloed op het bedrijf - laag niveau van betrokkenheid

Stakeholders in deze categorie worden niet standaard opgenomen in de communicatie over de CO<sub>2</sub>-prestatieladder. Op aanvraag is dit uiteraard mogelijk.

#### Beperkte invloed op het bedrijf - hoog niveau van betrokkenheid

Afhankelijk van de stakeholder wordt bepaald op welk niveau de stakeholder wordt meegenomen in de communicatiecyclus. Zo worden bijvoorbeeld de medewerkers via de interne communicatie geïnformeerd.