



energising  
mobility

# Communicatieplan

## CO<sub>2</sub> Prestatieladder - Energie en CO<sub>2</sub> reductie

26-03-2018

Auteur: Kees Lokhorst

## ○ **COPYRIGHT**

© Copyright 2018 Dylnniq Nederland B.V. Amersfoort, Nederland.  
Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden  
verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie of  
welke andere wijze van reproductie dan ook, zonder voorafgaande  
schriftelijke toestemming van Dylnniq Nederland B.V.

## INHOUDSOPGAVE

<b>1. INLEIDING</b>	<b>4</b>
<b>2. COMMUNICATIEPLAN CO<sub>2</sub></b>	<b>5</b>
2.1 Identificatie belanghebbenden	5
2.1.1 Interne belanghebbenden	5
2.1.2 Externe belanghebbenden	5
2.2 Communicatie belanghebbenden	6
2.3 Portfolio	6
2.4 Planning en verantwoordelijkheden	6
<b>3. CO<sub>2</sub> PRESTATIELADDER</b>	<b>7</b>
3.1 Intern en extern:	7
3.2 Extern:	7
3.3 Internetpublicatie	7
3.4 Communicatiemiddelen	8
3.4.1 Intern	8
3.4.2 Extern	8
3.4.3 In- en extern	8
<b>4. BIJLAGE 1 COMMUNICATIEKALENDER</b>	<b>9</b>

## 1. INLEIDING

Bij Dylnniq staat Energie centraal in de bedrijfsvoering en is het een bewuste en logische keuze om ook kritisch te zijn op het energieverbruik intern in het bedrijf en extern met de diverse samenwerkingstrajecten en projecten. De kern en missie van het bedrijf is juist gericht op het slimmer toepassen van oplossingen waarbij energielevering centraal staat en verbruik altijd een factor is die meespeelt in de overwegingen.

Het is ook om deze reden dat Dylnniq zich actief heeft aangesloten bij de CO<sub>2</sub> prestatieladder en op het hoogste niveau gecertificeerd is. De ambitie is het hoogste niveau vast te houden en daarmee aantoonbaar energie verbruik en CO<sub>2</sub> uitstoot verder te reduceren.

Daarnaast heeft Dylnniq een QHSE-systeem gecertificeerd conform de eisen uit ISO 9001, waarmee verdere integratie ook vanzelfsprekend is. Op de langere termijn is Dylnniq voornemens om beide certificaten te behouden en te integreren in de organisatie.

## 2. COMMUNICATIEPLAN CO<sub>2</sub>

Dit communicatieplan is tot stand gekomen op basis van de identificatie belanghebbenden, zoals hieronder weergegeven. Het streven is een heldere en eenduidige boodschap waarbij zowel een interne als een externe doelgroep op de hoogte wordt gehouden van projecten, besluitvorming, nieuws en beleid rondom CO<sub>2</sub>-Prestatieladder.

### 2.1 Identificatie belanghebbenden

Dit document is geschreven voor twee doelgroepen; een interne en een externe belanghebbenden.

#### 2.1.1 Interne belanghebbenden

- **Medewerkers:** onder deze doelgroep vallen alle medewerkers van Dynniq Nederland bv. Zij dienen geïnformeerd te worden over het energiebeleid, de reductiedoelstellingen en de voortgang. Vanuit de gedachte dat elk individu een eigen bijdrage kan leveren wordt deze doelgroep nadrukkelijk benaderd;
- **Projectmanagers:** zij behoren geïnformeerd te worden over het energiebeleid, reductiedoelstellingen, het actieprogramma en de stand van zaken welke van belang zijn voor de projecten. Op de projecten wordt van hen verlangd dat zij de doelstellingen vastleggen en opvolgen.
- **Management team:** deze doelgroep wordt vertegenwoordigd door het eerstelijnsmanagement. Zij heeft als taak om kennis en informatie door te geven aan de overige medewerkers. Daarnaast voert zij de jaarlijkse directiebeoordeling uit. Hiermee wordt van hen verwacht dat zij het energiebeleid evalueren, de reductiedoelstellingen en acties bepalen en resultaten tussentijds evalueren en daarna communiceren naar de medewerkers.

#### 2.1.2 Externe belanghebbenden

- **Media:** Middels persberichten, het communicatieplan richt zich vooral op de geschreven pers;
- **Aandeelhouders, Wetgevers, Openbare instellingen, Vakbonden, Opiniepeilers:** via de website van Dynniq zijn de nieuwsberichten met reductiedoelstellingen en voortgang beschikbaar;
- **Opdrachtgevers:** deze doelgroep, vaak overheden, verstrekt een opdracht aan Dynniq, in dit geval de opdrachtnemer. Communicatie tussen beide partijen is in dit verband van belang omdat wederzijdse verwachtingen op het gebied van CO<sub>2</sub>-Prestatieladder zodoende op elkaar kunnen worden afgestemd;
- **Onderaannemers:** deze doelgroep bestaat uit aannemers die voor Dynniq, in dit geval hoofdaannemer, een deel van diens opdracht uitvoert. Voor communicatie richting deze doelgroep is het wederom van belang dat wederzijdse verwachtingen op het gebied van CO<sub>2</sub>-Prestatieladder worden afgestemd;
- **Leveranciers:** Deze doelgroep is verantwoordelijk voor het leveren van materialen en het transport hiervan. Dynniq dient op het gebied van inkoop (duurzaamheids)eisen te formuleren en deze te communiceren naar de leveranciers;
- **NGO's:** In verband met de initiatieven actief communiceren over de deelname aan FME, ASTRIN, Compass4D, Xcycle, MAVEN, Duurzaam GWW.
- **Derden:** overige bezoekers van onze internetsite.

## 2.2 Communicatie belanghebbenden

Per belanghebbende is bepaald op welke wijze zij geïnformeerd worden en is een bijbehorend communicatiemiddel gekozen met de boodschap en acties voor het komende jaar.

Alle acties zijn verzameld in de communicatiekalender om daarmee een goed overzicht te hebben van alle acties.

De communicatie op CO<sub>2</sub>-gegunde projecten welke vallen binnen de criteria, is de communicatie vastgelegd per CO<sub>2</sub>-gegund project.

## 2.3 Portfolio

Een belangrijk onderdeel van dit communicatieplan is het Portfolio (Excel).

In het portfolio staat welke documenten, op welke wijze, met welk medium en frequentie moeten worden gecommuniceerd, met of zonder goedkeuring (handtekening) van de directie, op basis van welk normelement.

Zie bijlage bij het Handboek CO<sub>2</sub> Prestatieladder, Portfolio (Excel).

## 2.4 Planning en verantwoordelijkheden

Als bijlage van dit communicatieplan is een kalender opgesteld met daarin de planning van alle te voorziene acties, met toewijzing van de verantwoordelijken per actie.

Deze communicatiekalender wordt geëvalueerd en indien nodig ge-update:

- jaarlijks tijdens de directiebeoordeling in Q2 van het jaar volgend op het jaar waarop de directiebeoordeling betrekking heeft;
- naar aanleiding van nieuwe publicaties van de CO<sub>2</sub> prestatieladder.

Het intern en extern communiceren wordt gecoördineerd door de CO<sub>2</sub>-coördinator van Dynniq, vallend onder de afdeling QHSE, onder de verantwoordelijkheid van de Directeur.

### 3. CO<sub>2</sub> PRESTATIELADDER

Bij de interne doelgroep moet duidelijk zijn:

- Wat de ambitie is en welke doelstellingen hierbij horen;
- Dat er sprake is van een project met hoge prioriteit.

Er wordt (minimaal) gecommuniceerd over het volgende:

#### 3.1 Intern en extern:

- Structureel (minimaal 2x per jaar) intern én extern CO<sub>2</sub> footprint (scope 1, 2 & 3);
- De kwantitatieve reductiedoelstellingen, maatregelen in projecten die met CO<sub>2</sub> gerelateerd gunningvoordeel verkregen zijn;
- Het energiebeleid, reductiedoelstellingen en maatregelen;
- De mogelijkheden voor individuele bijdrage(n) door medewerkers;
- Informatie betreffende het huidig energiegebruik en trends binnen het bedrijf en de projecten;
- Diverse lopende projecten en initiatieven om de CO<sub>2</sub>-uitstoot te reduceren, inclusief doelstelling en maatregelen en de mate van realisatie daarvan;
- Communicatieplan met taken en verantwoordelijkheden.

#### 3.2 Extern:

- Publiekelijk commitment aan twee CO<sub>2</sub> emissiereductieprogramma's van overheid of NGO's voor zowel het bedrijf als projecten.

#### 3.3 Internetpublicatie

##### *Eisen aan de Verplichte Internetpublicatie*

Vanaf niveau 3 (en hoger) is extern communiceren een vereiste. Dit is nodig voor een doeltreffende werking van de ladder binnen de sector en daarbuiten. Vanaf niveau 3 is voor een aantal eisen de blijvende beschikbaarheid van de gepubliceerde informatie op internet een verplichting.

Deze verplichte internetpublicatie geschiedt op twee locaties:

1. De website van het bedrijf (bedrijfswebsite)
2. De website van de SKAO (bedrijvenpagina)

Website wordt aangepast aan de hand van de eisen zoals deze zijn geformuleerd door SKAO:

Voor niveau 3, 4 en 5 is vereist dat het bedrijf 1 of meerdere pagina's op zijn internetsite heeft ingericht die aan de volgende voorwaarden voldoen:

1. 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".
2. Tenminste de vereiste informatie (en documentatie) zoals aangegeven in de toelichting op de eisen 3.B.1, 4.B.2, 5.B.1, 3.C.1, 5.C.1, 3.D.1, 4.D.1, 5.D.3 in §6.2 van het Handboek. Deze informatie is dezelfde als die, op basis waarvan de LadderCI het certificaat heeft verleend of verlengd. Deze informatie blijft op het internet beschikbaar ten minste gedurende de looptijd van het certificaat, met een minimum van 2 jaar.
3. 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.

4. De documenten van de eisen 4.A.1, 3.D.1, 4.D.1, 5.D.3 van het bedrijf zijn via een duidelijke verwijzing en link te vinden op de SKAO-website.
5. Op de website van het bedrijf staan volledige kopieën van de geldende certificaten.
6. In geval van wijziging in de punten 1 t/m 5 zal deze website worden bijgewerkt binnen 4 weken na het gereed komen van de informatie.

### 3.4 Communicatiemiddelen

Voor de communicatie rondom CO<sub>2</sub>-Prestatieladder activiteiten wordt gebruik gemaakt van verschillende communicatiemiddelen. De doelgroepen, de planning en de verantwoordelijkheden voor de communicatiemiddelen zijn weergegeven in de communicatiekalender.

#### 3.4.1 Intern

- **Internet:** Dynniq medewerkers hebben via de bedrijfswebsite toegang tot de CO<sub>2</sub> gerelateerde informatie van Dynniq. Op deze site staat het duurzaamheidsbeginsel en is er ruimte voor nieuws rondom ontwikkelingen op CO<sub>2</sub>-Prestatieladder gebied.
- **Nieuws op vrijdag:** Nieuwsflitsen worden op indien noodzakelijk per e-mail verzonden naar de medewerkers en via intranet extra onder de aandacht gebracht.
- **MT-vergadering:** bijeenkomsten van het Managementteam waarbij QHSE op de agenda staat. Hier wordt de besluitvorming, het beleid en de voortgang rondom CO<sub>2</sub>-Prestatieladder - onderwerpen besproken en fungeren de aanwezigen als een klankbordgroep.

#### 3.4.2 Extern

- **Leveranciersbeoordeling:** in dit onderzoek worden de prestaties van leveranciers beoordeeld op verschillende aspecten. CO<sub>2</sub>-Prestatieladder is onderdeel van deze beoordeling, waarmee wij leveranciers verplichten om na te denken over de CO<sub>2</sub>-Prestatieladder prestaties van de geleverde diensten en producten.
- **Productbeschrijvingen:** de prestaties van de producten van Dynniq op het gebied van CO<sub>2</sub>-Prestatieladder worden expliciet vermeld in de productbeschrijvingen.

#### 3.4.3 In- en extern

- **Internet:** de internetsite van Dynniq wordt ingezet voor externe communicatie. Op een specifiek hiervoor ingerichte pagina wordt aandacht besteedt aan CO<sub>2</sub>-Prestatieladder en worden er regelmatig nieuws- en persberichten geplaatst. Ook is er een aparte site opgesteld conform de eisen van de CO<sub>2</sub> prestatieladder.



#### 4. BIJLAGE 1 COMMUNICATIEKALENDER

SOORT	MIDDEL	DOELGROEP	FREQUENTIE	TAAK	VERANTW.	Datum of periode gepland	INHOUD									
							Extern	Intern	Energiebeleid + reductie-doelstellingen	Reductie-maatregelen incl. voortgang	CO <sub>2</sub> footprint scope 1, 2 & 3	CO <sub>2</sub> gegunde projecten (beleid, maatregel, voortgang, footprint)	Individuele bijdragen	Huidig energie verbruik	Trends binnen de onderneming	
Overleg met management team en project management	Intern Management team overleg	Management team	6-maandelijkse	QHSE	MT	Q4, Q2	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Jaarlijkse directiebeoordeling / management review	Management team	Jaarlijks	QHSE	MT	Q2	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Projectenoverleg	Management team +projectmanagers	6-maandelijkse	QHSE	MT	Q4, Q2	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Structurele Communicatie	Introductie nieuwe medewerkers	Nieuwe medewerkers	Onthaal	HR	HR	Q2	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Informatiemeting algemeen	Alle medewerkers	Jaarlijks	QHSE	MT	Q2	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Artikel in Magazine(s) / interne informatie middel	Alle medewerkers, Algemeen publiek*	Jaarlijks	QHSE	QHSE	Q3	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Ad hoc	publicatie op intranet/internet	Alle medewerkers, Algemeen publiek*	6-maandelijkse	QHSE	QHSE	Q1, Q3	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Individuele bijdrage	Alle medewerkers	Ad hoc	HR	HR		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Publicatie gunning op intranet/internet	Alle medewerkers, Algemeen publiek*	Ad hoc	QHSE	QHSE		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

\* Onder algemeen publiek wordt verstaan: aandeelhouders, media, wetgevers, openbare instellingen, Marten, publiek, vakbonden, opinielers, ngo's, leveranciers en onderaannemers.