

Inhoudsopgave

1) Introductie	2
2) Doelstellingen en doelgroepen	3
2.1 Communicatiedoelstelling.....	3
2.2 Interne doelgroepen.....	3
2.3 Externe doelgroepen	3
3) Media	5
3.1 Interne communicatie	5
3.2 Externe communicatie.....	5
4) Uitvoering	7
4.1 Doelstellingen en beleid.....	7
4.2 Verantwoordelijkheden.....	7

1) Introductie

Binnen Grijsen staat zowel interne als externe duurzaamheid hoog op de agenda. Interne duurzaamheid richt zich met name op het eigen huisvestingsbeleid, de bedrijfsprocessen en maatschappelijke betrokkenheid (het leveren van een bijdrage in maatschappelijke vraagstukken). Extern maken we onze klant bewust van een duurzame oplossing voor de inrichting van de openbare ruimte en de mogelijkheden aan het einde van de levensduur van straatmeubilair.

Dit communicatieplan is opgesteld in het kader van certificering op de CO₂-prestatieladder en de inbedding van het bewustwordingsproces betreffende de CO₂-uitstoot door Grijsen. Medewerkers financiële administratie Danielle Schneider-Poot en Peter Pampiermole zijn verantwoordelijk voor het Communicatieplan en zij rapporteren aan de eindverantwoordelijke directeur Patrick Grijsen. Het document geeft een beschrijving hoe de communicatie als bedoeld onder 3.C.2. van het Handboek CO₂-prestatieladder binnen Grijsen is geregeld.

Zowel intern als extern wordt over de CO₂-footprint en de kwantitatieve reductiedoelstellingen gecommuniceerd. Het energiebeleid, mogelijkheden tot individuele en gemeenschappelijke bijdrage aan reductie, huidig energieverbruik en trends in het bedrijf zullen worden opgenomen in de verschillende communicatie-uitingen.

In het communicatieplan worden de interne en externe doelgroepen, de wijze van communicatie, de verantwoordelijkheden en de daarbij behorende taken benoemd en uitgeschreven. Taken zijn daarbij toegewezen aan verantwoordelijken.

Het communicatieplan heeft de volgende opbouw:

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

Hoofdstuk 3 beschrijft de verschillende media die zullen worden gebruikt.

In Hoofdstuk 4 worden de verantwoordelijkheden van de 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, mogelijkheden voor individuele en gemeenschappelijke bijdrage, informatie over het huidige energieverbruik en trends binnen het bedrijf. Daarnaast heeft het tot doel de CO₂-footprint, de reductiedoelstelling van de CO₂-uitstoot en de maatregelen die Grijzen heeft genomen om haar CO₂-uitstoot te reduceren te communiceren. Dit communicatieplan omvat de doelstellingen, taken en verantwoordelijkheden om deze communicatie op een correcte wijze te laten verlopen

2.2 Interne doelgroepen

Binnen Grijzen zijn verschillende doelgroepen te onderscheiden. Het onderscheid zit in de functie en in de wijze waarop mensen worden bereikt.

De volgende doelgroepen worden onderscheiden:

- directeur
- leidinggevenden
- medewerkers verkoop & marketing
- medewerkers administratie
- medewerkers assemblage

2.3 Externe doelgroepen

De externe doelgroepen kunnen worden onderverdeeld in:

- Opdrachtgevers (bestaande en nieuwe) en haar adviseurs
- Leveranciers (bestaande en nieuwe)
- Branchegegoten en concurrenten
- Overheden/Wetgevers

Onderstaand worden de genoemde externe doelgroepen nader omschreven.

Opdrachtgevers (bestaande en nieuwe) en haar adviseurs

Het is duidelijk dat naast initiatiefnemer van de CO₂-prestatieladder ProRail en volger Rijkswaterstaat, steeds meer overheden en andere opdrachtgevers zullen gaan werken met de CO₂-prestatieladder als hulpmiddel bij aanbestedingen. Dat betekent dat zowel onze opdrachtgevers als hun adviseurs steeds vaker inzicht zullen willen hebben in de carbon footprint, het beleid en de doelstellingen van Grijzen. Belangrijke opdrachtgevers voor Grijzen zijn:

- Gemeenten
- Provinciale en Landelijke overheden en overheidsinstellingen
- Aannemers
- Architecten- en adviesbureaus
- Onderwijsinstellingen
- Recreatiebedrijven

Leveranciers (bestaande en nieuwe)

Leveranciers kunnen een belangrijke bijdrage leveren in het reductiebeleid dat Grijsen heeft ingezet voor haar CO₂-emissie. Om de leveranciers te betrekken, te informeren en aan te geven hoe zij kunnen participeren is het belangrijk een goede verstandhouding te hebben met de leveranciers. Een zorgvuldige communicatie draagt daaraan bij.

Leveranciers zijn te onderscheiden in drie categorieën:

- Leveranciers van materialen
- Leveranciers van diensten (bijvoorbeeld onderhoud, personeelsdiensten, onderaannemers)
- Leveranciers van materieel

Branchegenoten en concurrenten

De branchegenoten en concurrenten kunnen middels de website van Grijsen en persberichten kennis nemen van het energiebeleid en CO₂-en energiereductiedoelstellingen. In de basis gaat hiervan een positief signaal uit. Dit geldt overigens ook andersom: Grijsen neemt kennis van de CO₂-en energiereductiedoelstellingen middels de websites en eventuele persberichten van de branchegenoten en concurrenten.

Overheden/Wetgevers

Naast de onderscheiden overheden als opdrachtgevers zijn overheden en overheidsinstellingen ook wet- en regelgever en handhaver en als zodanig een partij binnen de invloedssfeer van ons bedrijf. Grijsen vindt het belangrijk haar communicatie te voeren, waarbij ook deze doelgroep in acht wordt genomen.

3) Media

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

3.1 Interne communicatie

Voor de interne communicatie op het gebied van Co2 en energiereductie worden de volgende overleg- en informatievormen gebruikt:

Deelnemers	Instrument	Inhoud	Doel	Frequentie	Actiehouder
Medewerkers assemblage	Toolboxmeeting	Co2 besparende onderwerpen bespreken Lopende zaken bespreken	Informeren, signaleren, delen en motiveren.	4x per jaar	Milieucoördinator
Medewerkers assemblage	Productieoverleg	Aan de hand van vaste agenda wordt de afgelopen week besproken en vooruitgeblikt op de komende weken.	Informeren, klachten voorkomen, betere efficiency	1x per week	Inkoper
Alle medewerkers	Bedrijfspresentatie	Voortgang Co2 besparingen	Informeren, stimuleren en draagvlak creëren.	2x per jaar	Bedrijfsleider
Alle medewerkers	CO-2 Nieuwsbrief	Voortgang Co2 besparingen	Informeren, stimuleren.	2x per jaar	Co-2 coördinator

3.2 Externe communicatie

Verschillende doelgroepen zullen via diverse media in aanraking kunnen en willen komen met de communicatie uitingen van Grijsen, waarin onder andere op zorgvuldige wijze gecommuniceerd wordt over alle relevante zaken aangaande CO₂-uitstoot, -reductieplannen en -initiatieven. De volgende media worden hierbij gehanteerd:

- Internet
- E-mail
- Persberichten
- Werkgroepen
- Nieuwsbrief

Onderstaand een nadere uitwerking van de toegepaste media.

Internet

Voor de twee verschillende bedrijfsnamen die binnen de organizational boundaries in het kader van de CO₂-prestatieladder zijn benoemd, worden twee verschillende websites onderhouden, namelijk www.grijsen.nl (voor Grijsen Project B.V., Grijsen Park & Straatdesign B.V., Grijsen International B.V.) en www.interdesign.nl (voor Inter Design B.V.)

E-mail

Ook voor externe communicatie is e-mail een geschikt medium, dat door Grijsen op twee manieren wordt benut:

3.C.2. Communicatieplan Grijzen (januari 2020)

- er is een apart e-mailaccount aangemaakt voor vragen, opmerkingen of ideeën aangaande de CO₂-prestatieladder, het CO₂-reductiebeleid van Grijzen en deelname aan mogelijke initiatieven van Grijzen: co2@grijzen.nl
- naar buiten toe wordt e-mail gebruikt om de nieuwsbrief te verspreiden aan het bestand van relaties die expliciet hebben aangegeven deze te willen ontvangen

Persberichten

In persberichten van Grijzen worden ook de activiteiten op het gebied van CO₂-emissie en -reductie verwoord om externe relaties te informeren over actuele en relevante zaken.

Werkgroepen

Grijzen neemt actief deel in verschillende werkgroepen en initiatieven binnen haar marktgebied en directe omgeving. Deze initiatieven hebben tot doel de werkwijze binnen de onderneming en haar branche te verbeteren. Binnen deze werkgroepen wordt gecommuniceerd over de stimulatie van ondernemerschap met het oog op CO₂-reductie. Dit is een terugkerend punt op de agenda.

Grijzen is actief binnen de volgende initiatieven:

- Branchevereniging straatmeubilair: hierin wordt actief deelgenomen via een actieve inbreng van kennis en ervaring, waarbij gestimuleerd wordt te investeren in duurzaam ondernemerschap
- Sectie Afvalbakken: hierin wordt actief deelgenomen via een actieve inbreng van kennis en ervaring. Ook hier wordt gestimuleerd te investeren in duurzaam ondernemen
- OWIN Ondernemerskring Winterswijk: in deze ondernemerskring vormt maatschappelijk verantwoord ondernemen een wederkerend agendapunt en ontstaan wanneer relevant werkgroepen waarin aspecten nader worden onderzocht en uitgewerkt. Grijzen wil hierin een actieve bijdrage gaan leveren

Nieuwsbrief

Gemiddeld verschijnt er 2 keer per jaar een nieuwsbrief die in digitale vorm verspreid wordt. Grijzen gebruikt de nieuwsbrief om te communiceren over onderwerpen aangaande de CO₂-prestatieladder .

4) Uitvoering

In dit hoofdstuk wordt beschreven op welke wijze de communicatie binnen de organisatie wordt uitgevoerd.

4.1 Doelstellingen en beleid

Ieder jaar worden de volgende doelstellingen, resultaten en toekomstperspectieven geanalyseerd en eventueel aangepast en vastgesteld middels een directiebesluit:

- Het gevoerde energiebeleid
- Het gevoerde energie reductiebeleid
- CO₂-reductiedoelstelling, bijstellen van het meerjarenplan

Structureel wordt de volgende informatie geüpdate:

- CO₂-prestatieresultaten van scope 1 en 2 in de vorm van een emissieverslag (jaarlijks)
- Energie auditverslag (jaarlijks)
- Voortgang ten opzichte van CO₂-reductiedoelstelling (2x per jaar)
- Diverse lopende projecten en initiatieven om CO₂ uitstoot te reduceren in de vorm van nieuwsberichten (gedateerd)

4.2 Verantwoordelijkheden

Binnen Grijsen zijn de medewerkers Financiële administratie verantwoordelijk voor het communicatieplan en de uitvoering van de taken die daaruit voortvloeien.