

Communicatieplan

Arfman Hekwerk b.v.

1 januari 2022 t/m 31 december 2022

Inhoudsopgave

1. Inleiding	3
1.1. Organisatiestructuur	3
1.2. Verantwoordelijken	3
2. Doelstellingen en doelgroepen	4
2.1. Communicatiedoelstellingen	4
2.2. Doelgroepen	4
2.3. Strategie	5
2.4. Middelen	5
3. Communicatie	6
3.1. Intern communicatie-overzicht	6
3.2. Externe communicatieoverzicht	6

1. Inleiding

U vindt in dit document de communicatiedoelstellingen, de interne en externe doelgroepen, de interne en externe communicatiemiddelen en taken en verantwoordelijkheden m.b.t. CO₂-reductie bij Arfman Hekwerk b.v.

Dit document is geschreven met als uitgangspunt om inzichtelijk te maken aan alle stakeholders hoe de CO₂-reductiedoelen en de voortgang van het CO₂ reductieprogramma verloopt.

Dit communicatieplan heeft betrekking op de organisatiestructuur zoals getoond in paragraaf 1.1. De (eind)verantwoordelijken voor de uitvoering zijn vermeld in paragraaf 1.2.

1.1. Organisatiestructuur

Naam	Consolidatie percentage
Arfman Hekwerk b.v.	
Groep	
KvK- of projectnummer: 38018146	

1.2. Verantwoordelijken

Naam	Personen
Arfman Hekwerk b.v.	<i>Eindverantwoordelijke:</i> H.H.E. van Veen <i>Verantwoordelijke stuurcyclus (KAM):</i> A.H. Brill <i>Contactpersoon emissie-inventaris:</i> A.H. Brill

2. Doelstellingen en doelgroepen

2.1. Communicatiedoelstellingen

De communicatiedoelstellingen voor Arfman als het gaat om CO₂-reductie zijn

Intern:

- Medewerkers informeren over de CO₂-footprint en de CO₂-reductiedoelstellingen;
- Vergroten van het inzicht van medewerkers in het onderwerp CO₂. Wat doet het bedrijf allemaal op dit gebied en waar willen we naar toe? ;
- Medewerkers informeren over de maatregelen en activiteiten die worden ondernomen om haar CO₂-uitstoot te reduceren;
- Medewerkers informeren welke individuele en collectieve bijdrage men kan leveren aan het energiebeleid en de CO₂-reductiedoelstellingen;
- Medewerkers informeren over de voortgang van de CO₂-footprint en de CO₂-reductiedoelstellingen;

Extern:

Stakeholders (klanten, leveranciers, (social) media e.d.) informeren over:

- CO₂-footprint en de CO₂-reductiedoelstellingen;
- De maatregelen en activiteiten die ondernomen worden om de CO₂-uitstoot te reduceren;
- De voortgang van de CO₂-reductiedoelstellingen en de daaraan gelieerde acties;
- en eventueel betrekken bij sectorinitiatieven;
- de jaarlijks bijgewerkte maatregelenlijst van de SKAO-site;

2.2. Doelgroepen

De doelgroepen die worden onderscheiden zijn in te delen naar de interne- en externe doelgroepen.

Het managementteam is nauw betrokken bij de ontwikkelingen van de CO₂-prestatieladder. Zij is op de eerste plaats verantwoordelijk voor het doorgeven van de boodschap vanuit de CO₂-prestatieladder aan de verschillende doelgroepen.

Interne doelgroepen

De interne doelgroepen kunnen worden onderverdeeld in:

- Managementteam
- Medewerkers

Vanuit het 2 koppig Managementteam worden de medewerkers jaarlijks in een toolboxmeeting bijgepraat over de belangrijkste ontwikkelingen en stand van zaken met betrekking tot CO₂ reductie. Mocht hiertoe aanleiding zijn, dan volgt een tussentijdse, al dan niet schriftelijke, update.

Externe doelgroepen

Externe doelgroepen zijn partijen die belang hebben bij reductie van CO₂-emissies en potentiële partners om mee samen te gaan werken aan CO₂-reductie. Tevens zijn dit partijen welke baat hebben bij partners welke actief bezig zijn met CO₂-reductie.

Hieronder het overzicht van voor Arfman van belang zijnde externe doelgroepen:

- **Opdrachtgevers**(commerciële bedrijven en (semi)overheidsinstellingen)
 - Belang: Opdrachtgevers hechten belang aan het duurzaam inkopen en realiseren van projecten in de keten.
- **Leveranciers**
 - Belang: Leveranciers kunnen bijdragen aan het verminderen van CO₂-emissies. Dit kunnen zij doen door binnen de eigen organisatie te zoeken naar mogelijkheden tot CO₂-reductie.
- **Onderaannemers**
 - Belang: Ook onze onderaannemers kunnen bijdragen aan het verminderen van CO₂-emissies. Dit kan door binnen hun eigen organisatie te zoeken naar mogelijkheden tot CO₂-reductie (bv verminderen

brandstofverbruik van kranen). Tevens kan het in het belang van zowel aannemers als onderaannemers zijn om samen te zoeken naar initiatieven tot CO₂-reductie.

- **Brancheorganisaties**
 - Belang: De brancheorganisaties zijn een belangrijke schakel in het reduceren van CO₂-emissies. Zij kunnen de partijen binnen de branche verbinden en zorgen voor een meer gezamenlijke inspanning. Daarnaast zijn zij gesprekspartners voor overheden en belangenorganisaties van opdrachtgevers.
- **Collega-bedrijven**
 - Belang: Collega-bedrijven hebben belang bij het innoveren van de eigen markt en branche. Collega-bedrijven welke samen initiatieven ontwikkelen kunnen samen opdrachtgevers prikkelen om ook te zoeken naar mogelijkheden tot CO₂-reductie en ervoor zorgen dat de branche zichzelf blijft ontwikkelen.

Minimaal 1 x per jaar vindt communicatie plaats aan extern belanghebbenden door middel van een nieuwsbrief die op de website wordt gepubliceerd.

2.3. Strategie

De doelgroep werknemers is van essentieel belang, omdat een groot aandeel van de CO₂-emissie direct gerelateerd is aan het gedrag van de medewerkers (zoals efficiënt rijden, machines of voertuigen stationair laten draaien, lampen laten branden etc.). Doel van de interne communicatie is de medewerkers bewust te maken van hun gedrag en de invloed daarvan op het energieverbruik.

Het managementteam draagt de doelstellingen uit en zien zij erop toe dat er concreet gewerkt wordt aan CO₂-reductie. Hoe dit zich uit in de doelstellingen wordt tijdens het semester gebonden meetpunten duidelijk. Uiteindelijk zullen ook de collega's elkaar onderling gaan aanspreken en stimuleren om de CO₂-emissie te reduceren.

Medewerkers worden uitgedaagd om zelf met concrete voorstellen te komen tot verbetering. Zoals uit de doelstelling blijkt, moeten alle medewerkers van het bedrijf periodiek worden geïnformeerd over het CO₂-beleid en reductiedoelstellingen. Medewerkers moeten op de hoogte worden gebracht van het beleid in het algemeen, maar vooral van de onderdelen die voor hen van belang zijn en daarmee de concrete maatregelen.

2.4. Middelen

De volgende communicatiemiddelen worden gebruikt bij het uitdragen van de CO₂-reductiedoelstellingen en metingen. Er wordt o.a. gebruik van:

- Bedrijfswebsite
- (Digitale)Nieuwsbrieven
- Managementrapportages voorzien van een CO₂ footprint
- Toolboxbijeenkomsten

3. Communicatie

Op de website <https://www.arfman.nl/over-arfman/duurzaamheid/> is een dynamische pagina ingericht die informeert over het CO₂-reductiesysteem van het bedrijf. Op deze site zal informatie te vinden zijn over:

- Het CO₂-reductiebeleid;
- De CO₂-footprint;
- De CO₂-reductiedoelstellingen en de voortgang hierin;
- De CO₂-reductiemaatregelen en de voortgang hiervan;
- Een energimanagement actieplan;
- Alle externe communicatie (nieuwsbrieven, persberichten e.d.);
- Acties en initiatieven op het gebied van CO₂-reductie waarin het bedrijf een deelnemer is;
- Een kopie van ons meest recente CO₂-Bewust Certificaat;

3.1. Intern communicatie-overzicht

<u>Doelgroep</u>	<u>Kanaal</u>	<u>Boodschap</u>	<u>Frequentie</u>
Uitvoerend personeel	Toolbox	Voortgang CO2 reductieprogramma, inclusief maatregelen, actieplan en evt bijgesteld beleid	1x per jaar
.....			

3.2. Externe communicatieoverzicht

<u>Doelgroep</u>	<u>Kanaal</u>	<u>Boodschap</u>	<u>Frequentie</u>
Externe doelgroep uit § 2.2	Nieuwsbrief	Actuele informatie over CO ₂ footprint inclusief doelstellingen, stand van zaken mbt ingezette maatregelen, (keten-) initiatieven en evt vermeldenswaardige uitgevoerde projecten	minimaal 1 x per jaar