

# COMMUNICATIEPLAN

## *CO<sub>2</sub> Prestatieladder – Niveau 3*



CO<sub>2</sub>-PRESTATIELADDER

RECO Holding B.V. en gelieerde partijen

Hoogwaard 187, 2396 AP Koudekerk aan den Rijn

W: [www.reco.eu](http://www.reco.eu)

KVK: 28053957

Opgesteld door: Tom Steenbeek (CO<sub>2</sub> Manager) & Marit van Ommeren

Datum: 30 mei 2023

Versie: 2.0

Status: Definitief

Periode: 1-1-2022 t/m 31-12-2022

## INHOUDSOPGAVE

1.	INLEIDING	3
2.	BELANGHEBBENDEN (STAKEHOLDERS)	
	2.1 INTERNE COMMUNICATIEDOELGROEPEN	3
	2.2 EXTERNE COMMUNICATIEDOELGROEPEN	4
3.	COMMUNICATIEDOELSTELLING PER DOELGROEP	5
	3.1 INTERNE COMMUNICATIEDOELEN PER DOELGROEP	5
	3.2 EXTERNE COMMUNICATIEDOELEN PER DOELGROEP	6
4.	COMMUNICATIEMIDDELEN	7
	4.1 INTERNE COMMUNICATIE	7
	4.1.1 Interne communicatiemiddelen	7
	4.1.2 Planning van interne communicatiemiddelen	9
	4.2 EXTERNE COMMUNICATIE	10
	4.2.1 Interne communicatiemiddelen	10
	4.2.2 Planning van interne communicatiemiddelen	11
5.	TAKEN, VERANTWOORDELIJKHEDEN EN BUDGET	12
	5.1 ALGEMEEN	12
	5.2 STUURCYCLUS VOLGENS PDCA-METHODE	12
6.	ONDERTEKENING	13

## 1. INLEIDING

Vanuit de invalshoek 'communicatie en transparantie' van de CO<sub>2</sub>-prestatieladder niveau 3 worden eisen gesteld aan de in- en externe communicatie van RECO. Dit document vormt het Communicatieplan zoals dit wordt gevraagd in het Handboek CO<sub>2</sub>-Prestatieladder 3.1 (uitgegeven op 22 juni 2020). Het communicatieplan beschrijft de wijze waarop het beleid, doelstellingen, maatregelen en gerealiseerde verbeteringen ten aanzien van de CO<sub>2</sub>-prestaties van RECO Holding B.V. (hierna RECO) worden gecommuniceerd, zowel intern als extern. Vanuit RECO ligt de focus voor 2023 op informeren en het creëren van bewustwording omtrent de CO<sub>2</sub>-uitstoot, reductiedoelstellingen en het onderwerp duurzaamheid in het algemeen.

## 2. BELANGHEBBENDEN (STAKEHOLDERS)

*Allereerst worden de belanghebbenden (ook wel: stakeholders) beschreven die van belang zijn bij het delen van informatie gerelateerd aan de CO<sub>2</sub>-Prestatieladder. Per belanghebbende wordt de betrokkenheid benoemd.*

### 2.1 Interne communicatiedoelgroepen

INTERNE DOELGROEP	BETROKKENHEID/ROL	MATE VAN BELANG /INVLOED
Directieteam	De directie van RECO -bestaande uit de algemeen directeur, commercieel directeur, financieel directeur en bedrijfsleider(s) in Koudekerk & Waddinxveen) is verantwoordelijk voor het beleid, besluitvorming en managementbeoordelingen ten aanzien van de CO <sub>2</sub> -prestatie van RECO.	Veel invloed, veel belang
Medewerkers	Alle medewerkers (vast en tijdelijk) van RECO hebben een individuele verantwoordelijkheid bij het bereiken van de doelstellingen op het gebied van milieu-impact van activiteiten en het bijdragen aan energie- en CO <sub>2</sub> -reductie voor RECO.  a) Kantoormedewerkers	Veel invloed, veel belang

	<p><i>Medewerkers die een kantoorfunctie vervullen en het grootste deel van de werkzaamheden op kantoor verrichten.</i></p> <p>b) Uitvoerende medewerkers</p> <p><i>Medewerkers die een uitvoerende rol vervullen in de werkplaats, op locatie of onderweg.</i></p>	
Projectteam	Het projectteam is verantwoordelijk voor het uitdragen van de boodschap op het gebied van de MVO-prestaties van RECO. Dit team fungeert ook als bewaker en aanjager voor het verbeteren van CO2-reductie binnen de algemene bedrijfsvoering.	Veel invloed veel belang

## 2.2 Externe communicatiedoelgroepen

EXTERNE DOELGROEP	BETROKKENHEID/ROL	
Klanten	Steeds meer klanten verlangen dat RECO zich actief inzet op veilig werken, maar ook op een milieubewuste omgang met materieel/materialen, energie- en CO2-reductie.	Weinig invloed, veel belang
Leveranciers	RECO werkt samen met diverse leveranciers, o.a. brandstoffeverancier, leasemaatschappij voor wagenpark, energiemaatschappij Nieuwe Stroom, die invloed (kunnen) hebben op het milieubewust werken en de CO2-reductie.	Weinig invloed, veel belang
Ingehuurde partijen	Er worden diverse partijen ingehuurd voor de projecten van RECO (denk aan transport, ZZP-ers en onderaannemers voor de steigerbouw). Deze partijen moeten op de hoogte zijn van de	Weinig invloed, veel belang

	reductiemaatregelen en eventueel andere werkwijze.	
Stichting Hoogewaard Bedrijvig + Gemeente Alphen aan den Rijn	RECO is onderdeel van Stichting Hoogewaard Bedrijvig -bestaande uit diverse bedrijven gevestigd aan de Hoogewaard (Koudekerk aan den Rijn). Doel van de stichting is om de handen ineen te slaan bij onderwerpen die actueel zijn voor alle bedrijven.	Weinig invloed, veel belang
SKAO	De Stichting Klimaatvriendelijk Aanbesteden & Ondernemen is eigenaar en beheerder van de CO2-Prestatieladder.	Veel invloed, weinig belang
Bevoegde instanties	Bevoegde instanties zullen met name op het vlak van toezicht en handhaving baat hebben bij inzicht in de bedrijfsvoering. Communicatie en betrokkenheid is deels via wetgeving vastgelegd (voorbeeld: RVO.nl (informatieplicht energiebesparing, omgevingsdienst (naleving milieuwetgeving)).	Weinig invloed, weinig belang

### 3. COMMUNICATIEDOELSTELLINGEN PER DOELGROEP

*Het communicatiedoel evenals de te delen boodschap per doelgroep komen in hoofdstuk 3 aan bod. I*

#### 3.1 Interne communicatiedoelen per doelgroep

Voor de interne doelgroepen is van belang dat men als eerste de benodigde kennis heeft, vervolgens daarmee een andere houding aanneemt en uiteindelijk door een aangepast gedrag bijdraagt aan reductie.

*Kennis: Bekendheid met het beleid en doelstellingen, met name op het gebied van CO2-reductie.*

*Houding: Bewust zijn dat het eigen handelen van invloed is op het bereiken van de doelstellingen.*

*Gedrag: Betrokkenheid door actief deel te nemen aan het identificeren van mogelijke verbeteringen en aanbrengen van verdere reductie van de CO2-emissies van RECO.*

In onderstaande tabel staan de specifieke communicatiedoelstellingen per doelgroep omschreven.

INTERNE DOELGROEP	DOELEN
Directie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Voldoende (algemene) kennis over CO2-Footprint en prestatieladder om verantwoorde en passende keuzes te kunnen maken.</li> <li>• Bewustwording CO2-uitstoot van RECO.</li> <li>• Meedenken en besluiten over visie en reductiemaatregelen.</li> <li>• Voorbeeldfunctie in het uitdragen van de noodzaak om reductiemaatregelen door te voeren en het bedrijf bewust maken/het onderwerp te laten leven.</li> </ul>
Medewerkers (A + B)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informeren over belang van duurzaamheid;</li> <li>• Informeren over de CO2-Footprint, de CO2-reductiedoelstellingen en de maatregelen die we met elkaar nemen om de CO2-uitstoot te reduceren.</li> <li>• Stimuleren tot meedenken over initiatieven.</li> <li>• Medewerkers informeren over de individuele bijdrage die ze kunnen leveren aan de reductie van CO2-uitstoot en uitnodigen om mee te denken over maatregelen.</li> </ul>
Projectteam	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Overleg om CO2-reductie te bewaken na te jagen en bewustwording evenals actie bij RECO te creëren.</li> </ul>

### 3.2 Externe communicatiedoelen per doelgroep

Bij de externe communicatie ligt de focus op het informeren van belanghebbenden over onze CO2-Footprint, de duurzaamheidsvisie, reductiedoelstellingen en -maatregelen die RECO neemt om deze CO2-uitstoot te verminderen.

EXTERNE DOELGROEP	COMMUNICATIEDOEL
Klanten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informeren over het behalen van het certificaat voor de Prestatieladder niveau 3.</li> <li>• Inzicht geven in de CO2-Footprint, de reductiedoelstellingen en -maatregelen, evenals de voortgang.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De producten en diensten van RECO op het gebied van duurzaamheid bij de (potentiële) klant onder de aandacht brengen.</li> <li>• Wensen en behoeften klant inventariseren om daar verder op in te kunnen spelen wat betreft dit onderwerp.</li> </ul>
Leveranciers	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informeren over het behalen van het certificaat voor de Prestatieladder niveau 3.</li> <li>• Duidelijk maken dat RECO mogelijkheden wil scheppen voor overleg over verbetering van de CO2-prestatie in de toekomst, met name gericht op bijdrage van leveranciers.</li> </ul>
Ingehuurde partijen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informeren over het behalen van het certificaat voor de Prestatieladder niveau 3.</li> <li>• Inzicht geven in de CO2-Footprint, de reductiedoelstellingen en -maatregelen, evenals de voortgang.</li> <li>• Eventueel benoemen van aangepaste werkwijzen.</li> </ul>
Stichting Hoogewaard Bedrijvig + Gemeente Alphen aan den Rijn	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informeren over het behalen van het certificaat voor de Prestatieladder niveau 3.</li> <li>• Inzicht geven in de CO2-Footprint, de reductiedoelstellingen en -maatregelen, evenals de voortgang.</li> <li>• Stimuleren van de bewustwording om gezamenlijke initiatieven te bekijken en motiveren andere bedrijven om over te gaan tot actie.</li> </ul>
SKAO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informeren over het behalen en implementeren van de CO2 Prestatieladder op niveau 3.</li> <li>• Inzicht geven in de CO2-Footprint, de reductiedoelstellingen en -maatregelen.</li> </ul>
Bevoegde instanties	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informeren -indien nodig- over het behalen en implementeren van de CO2-Prestatieladder op niveau 3, gebord door middel van de ISO14001-certificering.</li> <li>• Met de CO2-Prestatieladder kan RECO beter inzicht geven tijdens eventueel toezicht en/of handhaving.</li> </ul>

## 4. COMMUNICATIEMIDDELEN

*In dit hoofdstuk staat centraal via welke communicatiemiddelen de boodschap op de interne en externe doelgroepen wordt overgebracht.*

### 4.1 Interne communicatie

#### 4.1.1 Interne communicatiemiddelen

Zoals eerder benoemd, zijn de interne communicatiedoelen gericht op kennisdelen, bewustwording van houding en gedrag ten opzichte van milieubewust handelen. Daarom is het van belang om verschillende middelen in te zetten, zeker ook omdat we bewustwording willen creëren en uiteindelijk streven naar interactie qua meedenken en aandragen van ideeën. Belangrijk is dat de middelen cross-mediaal worden ingezet om elkaar te versterken.

- **Narrowcasting**

Op diverse plekken in Koudekerk aan den Rijn en Waddinxveen zijn TV-schermen geplaatst als nieuwskanaal. Ook hier wordt regelmatig nieuwe informatie gedeeld over de footprint van RECO, de reductiemaatregelen, de campagne voor meer bewustwording, duurzaamheid in het algemeen.

- **Introductiebijeenkomst voor nieuwe medewerkers**

Tijdens de maandelijkse introductiebijeenkomst wordt benoemd dat RECO het certificaat voor de CO<sub>2</sub>-Prestatieladder niveau 3 heeft behaald, welke maatregelen er als bedrijf worden genomen om onze CO<sub>2</sub>-uitstoot te verminderen en hoe je als individu hier zelf aan kunt bijdragen.

- **E-mail en vervolgens Intranet**

RECO is voornemens om in de tweede helft van 2023 een intranet te implementeren. Via dit kanaal zal een apart deel worden ingericht voor nieuwsitems over veiligheid en duurzaamheid. Dit middel is zeer geschikt voor het creëren van bewustwording en interactie. Tot de livegang van het intranet zal er iedere vier maanden een CO<sub>2</sub>communicatiebericht worden gedeeld over de voortgang en rol van RECO wat betreft CO<sub>2</sub>-reductie.

De medewerkers die niet over een RECO-mailadres beschikken zullen een geprinte versie van het bericht ontvangen.



- **Overleg**

In diverse overleggen zal dit onderwerp -net als het onderwerp veiligheid- een vast agenda-item zijn. In het directieoverleg, maar ook het overleg met het projectteam, wordt daarbij inzet op sparren, actie om tot een plan te komen en het monitoren van de voortgang. In de afdelingsoverleggen heeft dit een meer informeel doel, het creëren van bewustwording en aandragen van initiatieven.

- **Toolboxen**

Er wordt een toolbox opgesteld voor alle uitvoerende afdelingen binnen RECO waar een informatie over duurzaamheid, de CO2-Prestatieladder en reductiedoelstellingen wordt gedeeld. Ook wordt er aandacht besteed aan de eigen initiatieven die men kan nemen om bij te dragen.

- **Website RECO & LinkedIn**

Nieuwsberichten, initiatieven of relevante projectberichten over het onderwerp worden via de website en op LinkedIn gedeeld, waardoor ook een deel van de medewerkers dit zal lezen. En er bij de komst van Intranet een koppeling wordt gemaakt.

#### 4.1.2 Planning van interne communicatiemiddelen

Communicatiemiddel	Onderwerp	Doelgroep	Frequentie	Verantwoordelijke
Narrowcasting	Footprint, doelstellingen, feiten, resultaten.	Alle interne doelgroepen	2x per jaar	Projectteam, via afdeling Marketing
Introductiebijeenkomst	Doelstellingen, standpunt van RECO en eigen bijdrage.	Nieuwe medewerkers	Doorlopend	Afdeling Recruitment
Email (Intranet)	Delen documenten als EMP, directiebeoordeling en voortgang.	Alle interne doelgroepen	3x per jaar (Intranet wordt doorlopend). In ieder geval mei en september/oktober	Projectteam
Overleg	Duurzaamheid in algemeen als vast agendapunt.	Directie, management, projectteam en uitvoerend personeel	2x per jaar	Bedrijfsleider en projectteam

Toolboxen	Focus op eigen rol bij reductie CO <sub>2</sub> -uitstoot.	Uitvoerend personeel	2x per jaar	Hoofd VGM & Bedrijfsleider
Website & LinkedIn	Footprint, doelstellingen, feiten, resultaten, projecten, ontwikkelingen	Alle interne doelgroepen	Doorlopend	Projectteam – via Online Marketeer

### INTERNE CAMPAGNE

Omdat de focus dit jaar ligt op het delen van informatie en het creëren van bewustwording is het idee om de interne communicatiemiddelen onder te brengen in een overkoepelende campagne. Die campagne is gericht op het onderwerp duurzaamheid in het algemeen, de doelstellingen, wat een medewerker zelf kan doen om bij te dragen aan energiezuinigheid. Dat wordt op een informele en interactieve manier opgezet, met onder andere een prijsvraag. Dit wordt opgezet door het projectteam.

## 4.2 Externe communicatie

### 4.2.1 Externe communicatiemiddelen

- **Website**

RECO publiceert informatie via een speciaal op duurzaamheid ingerichte pagina op de website [www.reco.eu](http://www.reco.eu) en [www.reco-lift.eu.nl](http://www.reco-lift.eu.nl). Het beleid op het gebied van MVO en Veiligheid, Gezondheid en Milieu (en dus ook de CO<sub>2</sub>-prestaties) is voor alle belanghebbenden te raadplegen via deze website. De externe communicatie over de CO<sub>2</sub>-Prestatieladder verloopt via de website [www.reco.eu](http://www.reco.eu). Hierop zijn onder andere de CO<sub>2</sub>-emissie inventarisatie en ons energiemangement actieplan met de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen en de behaalde resultaten te vinden. Ook wordt een publicatie geplaatst, horend bij de deelname via SKAO.

- **Social Media**

Via social mediakanalen als LinkedIn en Facebook worden interessante feiten, updates, innovaties en het behalen evenals het behouden van het certificaat gedeeld. Ook projectberichten gericht op duurzaamheid worden via dit kanaal gepubliceerd.

- **CO2 Factsheet**

De 'CO2 Factsheet' wordt halfjaarlijks opgesteld en bevat het energiebeleid van RECO, de reductiedoelstellingen, de CO2-Footprint, de belangrijkste reductiemaatregelen, de voortgang in het behalen van de reductiedoelstellingen, en de deelname aan de keten- en /of sector initiatieven. Dit document wordt gepubliceerd op de website en indien gevraagd door een klant, of andere partij, per mail verzonden.

#### 4.2.2 Planning van interne communicatiemiddelen

Communicatiemiddel	Onderwerp	Doelgroep	Frequentie	Verantwoordelijke
Websites	Beleid, doelstellingen, CO2-Footprint, EMP, maatregelen, voortgang/trends, samenwerking en initiatieven in de sector/keten, communicatieplan. Ook op werkenbijreco.eu benoemen.	Alle interne en externe doelgroepen van RECO	Doorlopend -a.d.v. planning met marketing-, adhoc bij nieuws	Projectteam – via Online Marketeer
Social Media	Feiten, resultaten, projecten, ontwikkelingen	Alle interne en externe doelgroepen van RECO	Doorlopend, adhoc bij nieuws	Projectteam – via Online Marketeer
CO2 Factsheet/Email	Beleid, doelstellingen maatregelen, voortgang, samenwerking	Alle interne en externe doelgroepen van RECO	2x per jaar -	Projectteam
www.SKAO.nl/gecertificeerde-bedrijven*	Gecertificeerd niveau 3	Sectorgenoten en klanten	Jaarlijks	Projectteam

Bevoegde instanties	Gevraagde gegevens invullen via website.		Indien gewenst.	Projectteam
---------------------	--	--	-----------------	-------------

\* Publicatie via SKAO is reeds aangevraagd (week 13-2023), maar nog niet gepubliceerd.

## 5. TAKEN, VERANTWOORDELIJKHEDEN EN BUDGET

### 5.1 Algemeen

- De besluitvorming met betrekking tot beleid en doelstellingen ligt bij het directieteam van RECO.
- De verantwoording voor het (blijven) voldoen aan de eisen van het CO2-Prestatieladder, het identificeren van mogelijke verbeteringen in de bedrijfsprocessen en het communiceren over het beleid, doelstellingen en behaalde resultaten met betrekking tot de CO2-prestatie berust bij het projectteam. De voortgang is onderdeel van elk intern overleg. Het projectteam zal worden uitgebreid met iemand van uit de afdeling Marketing en een collega die de voortgang wat betreft uitvoering bewaakt.
- Voor de CO2-Prestatieladder wordt jaarlijks een budget vrijgemaakt van €10.000-. Als hierop aanvullende kosten moeten worden gemaakt voor de inzet van doeltreffende communicatiemiddelen dan overlegt het projectteam dit met directie ter goedkeuring.

### 5.2 Stuurcyclus volgens PDCA-methode

Om de voortgang van het communicatieplan te monitoren wordt de PDCA-methode (Plan, Do, Check, Act) gebruikt. De cyclus is jaarlijks in wordt volgens onderstaand plan nageleefd:

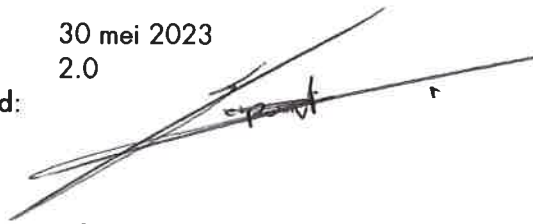
- PLAN; Het communicatieplan is voor een jaar opgesteld door het projectteam. In dit plan worden de doelgroepen, doelen, middelen uiteengezet.
- DO; Nadat het communicatieplan is goedgekeurd door het directieteam, wordt er invulling gegeven aan de middelen in samenwerking met de betrokken personen. Dit wordt aangestuurd door het projectteam.
- CHECK; Het projectteam blijft de uitvoering van de diverse middelen monitoren en toen tussentijdse steekproeven –middels gesprekken met ontvangers- om te checken of de boodschappen worden gelezen/goed worden ontvangen.
- ACT; Als onderdeel van het herziene EMP wordt het communicatieplan voor het opvolgende jaar opgesteld door het projectteam, waarbij de doelstellingen en middelen indien nodig worden bijgesteld.

## 6. ONDERTEKENING

Datum: 30 mei 2023

Versie: 2.0

Verantwoordelijk directielid:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Edwin Verpoort', is written over a horizontal line. The signature is slanted upwards to the right.

**Edwin Verpoort**  
*Commercieel Directeur*