

# **Communicatieplan**

## **2021 - 2022**

### **CO<sub>2</sub>-prestatie**



## **Cable Partners B.V.**

Venneveld 34  
4705 RR ROOSENDAAL

tel. 0031 165 523 000  
fax 0031 165 520 033

[www.cablepartners.nl](http://www.cablepartners.nl)

Opgesteld d.d.: **Maart 2021**

Revisie: **010**

Opgesteld door

Voor akkoord:

Naam: **Ing. P. Akkermans**

Naam: **Dhr. W.P.L. Bode**

d.d.: **12-03-2021**

d.d. **10-03-2021**

# INHOUDSOPGAVE

|  |          |
|--|----------|
| <b>INHOUDSOPGAVE</b> .....                               | <b>2</b> |
| <b>1.     <b>Introductie</b></b> .....                   | <b>3</b> |
| <b>2.     <b>DOELSTELLINGEN EN DOELGROEPEN</b></b> ..... | <b>4</b> |
| <b>2.1 Communicatiedoelstelling</b> .....                | <b>4</b> |
| <b>2.2 Interne doelgroepen</b> .....                     | <b>4</b> |
| <b>2.3 Externe doelgroepen</b> .....                     | <b>4</b> |
| 2.3.1 Opdrachtgevers .....                               | 4        |
| 2.3.2 Leveranciers .....                                 | 4        |
| 2.3.3 Branchegenoten en concurrenten .....               | 4        |
| 2.3.4 Overheid .....                                     | 5        |
| 2.3.5 Samenwerkingspartners .....                        | 5        |
| <b>3.     <b>Media</b></b> .....                         | <b>6</b> |
| <b>3.1 Interne communicatie</b> .....                    | <b>6</b> |
| 3.1.1 Directieoverleg.....                               | 6        |
| 3.1.2 Managementoverleg.....                             | 6        |
| 3.1.3 Afdelingsoverleg .....                             | 6        |
| 3.1.4 E-mail en publicatieborden.....                    | 6        |
| <b>3.2 Externe Communicatie</b> .....                    | <b>6</b> |
| 3.2.1 Internet en social media .....                     | 6        |
| 3.2.2 Actieve deelname aan werkgroepen .....             | 7        |
| 3.2.3 Interactie met relevante stakeholders .....        | 7        |
| <b>4.     <b>uitvoering</b></b> .....                    | <b>8</b> |
| <b>4.1 Doelstellingen en beleid</b> .....                | <b>8</b> |
| <b>4.2 Verantwoordelijkheden</b> .....                   | <b>8</b> |
| 4.2.1 Interne communicatie.....                          | 8        |
| 4.2.2 Externe communicatie.....                          | 8        |

## 1. INTRODUCTIE

Dit communicatieplan is opgesteld in het kader van de CO<sub>2</sub>-prestatieladder bij Cable Partners B.V. Het document geeft een beschrijving hoe de communicatie binnen Cable Partners B.V., zoals bedoeld onder 3.C.2, beschreven in het document de CO<sub>2</sub>-prestatieladder versie 3.1 is geregeld.

Zowel intern als extern wordt over de CO<sub>2</sub>-footprint en de kwantitatieve reductiedoelstellingen gecommuniceerd. Het energiebeleid, mogelijkheden tot individuele en gemeenschappelijke bijdrage tot reductie, huidige energieverbruik en trends in het bedrijf zullen worden opgenomen in de 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 verschillende doelgroepen genoemd en uitgewerkt.

In hoofdstuk 3 wordt de verschillende media beschreven, die zullen worden gebruikt.

In hoofdstuk 4 worden de verantwoordelijkheden en taken beschreven en wordt een planning gegeven.

## 2. DOELSTELLINGEN EN DOELGROEPEN

### 2.1 Communicatiedoelstelling

Het communicatiedoel rondom de certificering op de CO<sub>2</sub>-prestatieladder is het structureel overbrengen van het energiebeleid en de reductiedoelstellingen van het bedrijf, mogelijkheden voor individuele en gemeenschappelijke bijdrage, informatie over het huidige energiegebruik en trends binnen het bedrijf. Daarnaast heeft het tot doel de CO<sub>2</sub>-footprint, de reductiedoelstelling van de CO<sub>2</sub>-productie en de maatregelen die Cable Partners heeft genomen om haar CO<sub>2</sub>-productie te reduceren, te communiceren. Dit communicatieplan bevat de vastgelegde taken en verantwoordelijkheden en de wijze van communicatie.

### 2.2 Interne doelgroepen

Binnen Cable Partners B.V. zijn er diverse doelgroepen te onderscheiden. Het onderscheid zit in de functie en in de wijze waarop mensen worden bereikt.

De volgende doelgroepen worden onderscheiden:

1. Directie
2. Managementteam / afdelingsleidinggevenden
3. Kantoormedewerkers
4. Magazijnmedewerkers / chauffeurs

### 2.3 Externe doelgroepen

De externe doelgroepen kunnen worden onderverdeeld in:

1. Opdrachtgevers
2. Leveranciers
3. Branchegenoten en concurrenten
4. Overheid
5. Partners in samenwerkingsverbanden

#### 2.3.1 Opdrachtgevers

Opdrachtgevers zullen vragen stellen over de CO<sub>2</sub>-productie van Cable Partners B.V. Dit zien we voornamelijk terug bij gesprekken met opdrachtgevers die reeds bewust omgaan met CO<sub>2</sub>-emissie.

Belangrijke opdrachtgevers voor Cable Partners B.V. zitten in de volgende branches:

- Installatietechniek
- Industrie
- GWW-branche

#### 2.3.2 Leveranciers

Leveranciers leveren een bijdrage aan het reductiebeleid dat Cable Partners B.V. heeft ingezet voor haar CO<sub>2</sub>-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.

Leveranciers zijn te onderscheiden in de volgende categorieën:

- Fabrikanten van kabel
- Leveranciers van kantoor- en productiebehoeften
- Onderhouds- en keuringsbedrijven
- Transporteurs

#### 2.3.3 Branchegenoten en concurrenten

De branchegenoten en concurrenten kunnen via de website van Cable Partners kennis nemen van het energiebeleid en de CO<sub>2</sub>- en energiereductie doelstellingen. Dit geldt tevens andersom; Cable Partners neemt kennis van de CO<sub>2</sub>- en energiereductie doelstellingen via de websites van branchegenoten en haar concurrenten.

#### *2.3.4 Overheid*

Overheden en overheidsinstellingen behoren niet direct tot de klantengroep van Cable Partners, maar is veel meer opdrachtgever van belangrijke klanten van Cable Partners. Toch is het van belang deze groep naast de klantengroep apart te benoemen. De reden hiervoor is dat, naast de wijze waarop opdrachtgevers worden geïnformeerd, binnen deze groep een additionele behoefte bestaat contact te hebben met bedrijven die zich actief inzetten voor een beter leefklimaat.

Overheden en overheidsinstellingen zijn immers tevens regelgever en handhaver.

#### *2.3.5 Samenwerkingspartners*

Samenwerkingspartners zijn een bijzondere vorm van leveranciers dan wel branchegenoten en kunnen in twee vormen voorkomen. Leveranciers waarmee lange termijn afspraken zijn gemaakt, daarmee kunnen ook beter gezamenlijke afspraken worden gemaakt voor wat betreft CO<sub>2</sub>- en reductiedoelstellingen. Ook kan het voorkomen dat samen met branchegenoten projecten worden uitgevoerd. In dat geval, en zeker wanneer projecten onder gunningsvoordeel zijn verkregen, zullen op het gebied van de CO<sub>2</sub>-reductie afspraken moeten worden gemaakt over de doelstellingen.

### 3. MEDIA

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

#### 3.1 Interne communicatie

Voor interne communicatie gebruikt men de volgende overlegorganen en/of media.

1. Direct (mondeling) tijdens het directieoverleg
2. Direct (mondeling) tijdens het MT-overleg
3. Direct mondeling en schriftelijk tijdens afdelingsoverleg.
4. Geschreven middels diverse mediamiddelen zoals e-mail en publicatiebord.

##### 3.1.1 Directieoverleg

Directieoverleg vindt plaats op basis van behoefte. Er wordt dan niet met een agenda gewerkt en betreft een meer informeel overleg. In dit overleg komt de CO<sub>2</sub>-prestatie en de reductiedoelstellingen met regelmaat terug. De laatste tijd ligt de nadruk hierbij voornamelijk bij reductie van brandstofverbruik per gereden kilometer, verdere implementatie van het voertuigenbeleid en te nemen maatregelen ten aanzien van de nieuwbouwlocatie. In dit overleg worden besluiten genomen over zowel interne als externe initiatieven hieromtrent.

Naar aanleiding van de besluitvorming rondom de interne en externe initiatieven wordt besproken welke acties worden geïnitieerd en door wie ze worden opgepakt.

Daarnaast is in dit overleg ruimte voor afstemming van de doelstellingen en de ambities rondom de CO<sub>2</sub>-reductie.

##### 3.1.2 Managementoverleg

Ook dit overleg vindt op basis van behoefte plaats. Er wordt dan niet met een vaste agenda gewerkt. Per keer wordt een nieuwe agenda opgesteld. Tijdens dit overleg komt (ook op basis van behoefte) de CO<sub>2</sub>-prestatie en de reductiedoelstellingen met regelmaat terug. Waar nodig worden de werkzaamheden van de uitgezette acties verdeeld.

Van dit overleg wordt geen verslag gemaakt. Afspraken over actiepunten worden via e-mail gecommuniceerd.

##### 3.1.3 Afdelingsoverleg

Het initiatief van het afdelingsoverleg wordt genomen door het afdelingshoofd. De frequentie van het overleg kan dan ook per afdeling variëren.

In deze vergadering komt ook de CO<sub>2</sub>-reductie aan bod om zo de bewustwording verder te verdiepen. Dit overleg ligt in het verlengde van het managementoverleg. Hier worden besluiten vanuit dat overleg vertaald naar de dagelijkse praktijk, maar worden ook nieuwe initiatieven ontwikkeld en zelfstandig opgepakt om vervolgens weer te worden terug gerapporteerd tijdens het managementoverleg.

##### 3.1.4 E-mail en publicatieborden

Er worden diverse mediamiddelen gebruikt om de medewerkers te informeren over CO<sub>2</sub>-reductie en de CO<sub>2</sub>-prestatieladder. De wijze van communiceren hangt sterk af van de boodschap die moet worden overgebracht. Gerealiseerde doelstellingen worden via e-mail gecommuniceerd. Een samenvatting van de CO<sub>2</sub>-emissierapportage wordt op de vestiging op de publicatieborden gepubliceerd.

#### 3.2 Externe Communicatie

Externe communicatie is afhankelijk van de doelgroep.

De volgende media worden onderscheiden:

1. Internet en social media.
2. Actieve deelname aan werkgroepen
3. Interactie met relevante stakeholders

##### 3.2.1 Internet en social media

Cable Partners B.V. heeft voor haar klanten, leveranciers en andere belanghebbenden haar website ingericht met een pagina met diverse informatie over haar CO<sub>2</sub>-prestatie en reductiedoelstellingen. De informatie op deze pagina wordt tenminste tweemaal per jaar geüpdatet. Ook plaatst zij met regelmaat nieuwsberichten, ook over investeringen die invloed hebben op de CO<sub>2</sub>-emissies, maar ook over directe resultaten van de CO<sub>2</sub>-emissie reductiemaatregelen.

### *3.2.2 Actieve deelname aan werkgroepen*

Via branche initiatieven (in geval van Cable Partners bijvoorbeeld via Nederland CO<sub>2</sub>-neutraal, maar ook de lokale initiatieven op het bedrijvenpark Borghwerf II) participeert Cable Partners B.V. Zij communiceert in deze tevens haar eigen resultaten en geeft aan hoe zij beoogt de gestelde doelstellingen te realiseren.

### *3.2.3 Interactie met relevante stakeholders*

Gerealiseerde doelstellingen en een samenvatting van de CO<sub>2</sub>-emissierapportage worden tweemaal per jaar via e-mailing en social media, gecommuniceerd naar relevante stakeholders.

## 4. UITVOERING

In dit hoofdstuk wordt de uitvoering van de communicatie beschreven.

### 4.1 Doelstellingen en beleid

Jaarlijks wordt tijdens de managementbeoordeling van het kwaliteitsmanagementsysteem van Cable Partners ook structureel aandacht besteed aan:

- Het energiebeleid;
- Energie reductiebeleid;
- CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen

Ieder half jaar wordt de volgende informatie geüpdatet en gepubliceerd op de website van Cable Partners B.V.

- CO<sub>2</sub>-prestatieresultaten scope I en II;
- Voortgang resultaten versus doelstellingen;
- Diverse lopende projecten en initiatieven om de CO<sub>2</sub>-uitstoot te reduceren.

### 4.2 Verantwoordelijkheden

Namens Cable Partners B.V. is de directievertegenwoordiger kwaliteit dhr. Rob van Beek. Verantwoordelijk vanuit de directie voor implementatie van de CO<sub>2</sub>-prestatieladder en het MVO-beleid is dat dhr. Peter Bode. Gezamenlijk zijn zij verantwoordelijk voor het communicatieplan en voor de inhoudelijke uitwerking van activiteiten die zijn benoemd in het communicatieplan.

#### 4.2.1 Interne communicatie

| Activiteit        | Frequentie   | Termijn                                    | Verantwoordelijk                                  |
|-------------------|--|--|---|
| Directieoverleg   | Op basis van behoefte  | Tenminste 2 maal per jaar                  | Directie  |
| Managementoverleg | Op basis van behoefte  | Tenminste 6 maal per jaar                  | Directie + afdelingsleidinggevenden               |
| Afdelingsoverleg  | Op basis van behoefte is de frequentie per afdeling vastgesteld. | Tenminste 4 maal per jaar                  | Afdelingsleidinggevenden en betrokken medewerkers |
| Publicaties       | Op basis van behoefte  | Tenminste 2 maal per jaar april en oktober | Directievertegenwoordiger                         |

#### 4.2.2 Externe communicatie

| Activiteit                        | Frequentie   | Planning 2020         | Verantwoordelijk                   |
|-----------------------------------|--|-----------------------|------------------------------------|
| Internet                          | Minimaal éénmaal per half jaar   | April en oktober 2021 | Directievertegenwoordiger          |
| Actieve deelname aan initiatieven | Minimaal éénmaal per jaar  | Medio 2021            | Directievertegenwoordiger / inkoop |
| E-mail nieuwsbrieven              | Tweemaal per jaar de halfjaarlijkse en jaarlijkse resultaten ten aanzien van CO <sub>2</sub> -emissies | April en oktober 2021 | Directievertegenwoordiger / inkoop |