

# Communicatieplan CO<sub>2</sub>-Prestatieladder

**L'Ortye Transportbedrijf B.V.**

T.b.v. Audit CO<sub>2</sub>-Prestatieladder (3.C.1)



L'Ortye Transportbedrijf B.V. Kvk 14025427

Haven Stein B.V. Kvk 14039634

Exploitatiemaatschappij L'Ortye Stein B.V. Kvk 14051945

Exploitatiemaatschappij L'Ortye B.V. Kvk 14033022

## Inhoudsopgave

Inhoudsopgave .....	2
Revisieoverzicht.....	3
1. Inleiding .....	4
2. Doelstellingen en doelgroepen .....	5
2.1 Communicatiedoelstellingen.....	5
2.2 Interne doelgroepen.....	5
2.3 Externe doelgroepen .....	5
2.4 Identificatie van doelgroepen .....	6
3. Communicatiemiddelen .....	7
3.1 Interne communicatie .....	7
3.2 Externe communicatie .....	7
4. Communicatieplan .....	8
4.1 Takenplan .....	8
4.2 Communicatieplanning .....	8

## Revisieoverzicht

In onderstaand overzicht wordt per wijziging van dit document de datum van de versie aangegeven en wordt toegelicht welke wijzigingen zijn doorgevoerd.

Bij elke versie zal het versienummer van het document worden opgehoogd (1.0, 2.0, 3.0).

Conceptversie worden aangeduid met .punt versies (0.1, 0.2, 1.1, 1.2).

Alleen de definitieve volgende versie (1.0, 2.0) wordt formeel vrijgegeven. Alle wijzigingen ten opzichte van de vorige geaccordeerde versie worden dan goedgekeurd.

Versie	Datum	Wijziging
<b>1.0</b>	December 2015	Communicatieplan 2014 opgesteld
<b>1.1</b>	Maart 2016	Aangepast naar aanleiding van externe audit en interne audit.
<b>3.0</b>	25 januari 2017	Aangepast nav interne audit en energiebeoordeling
<b>4.0</b>	4 december 2018	<i>Aangepast n.a.v. externe audit en afstemming met centrale communicatiematrix (versie 29-11-2018). Tevens de document code aangepast van 3C1 naar 3C2.</i>

## 1. Inleiding

Dit communicatieplan is opgesteld in het kader van de CO<sub>2</sub>-prestatieladder en het bewustwordingsproces van de CO<sub>2</sub>-uitstoot van L'Ortye. Dit document geeft een beschrijving van hoe de communicatie intern en extern is geregeld bij L'Ortye t.a.v. de CO<sub>2</sub>-prestatieladder.

Naast het ontwikkelen, vastleggen en realiseren van het CO<sub>2</sub>-beleid en bijbehorende (reductie)doelstellingen, is het van belang dat er zowel intern als extern over wordt gecommuniceerd. Communicatie zorgt niet alleen voor informatieverschaffing, ook zorgt het voor een toename van het bewustzijn en de betrokkenheid van de medewerkers. Uiteindelijk zal dit ertoe leiden dat er een actieve bijdrage van de medewerkers aan de reductie van de CO<sub>2</sub>-emissie ontstaat.

Door middel van externe communicatie wil L'Ortye het bewustzijn en de betrokkenheid uitdragen op het gebied van duurzaamheid. De externe partijen, zoals opdrachtgevers en leveranciers, worden op deze manier aangespoord om ook een actieve bijdrage te leveren aan de CO<sub>2</sub>-reductie.

Dit CO<sub>2</sub>-communicatieplan beschrijft in hoofdstuk 2 de doelstellingen en de verschillende doelgroepen. Hoofdstuk 3 omschrijft voornamelijk de verschillende instrumenten die worden gebruikt. Hoofdstuk 4 geeft een concrete invulling aan de communicatie door L'Ortye over haar energiebeleid met bijbehorende taken en verantwoordelijkheden. Dit laatste wordt weergegeven in een communicatieplan.

De directie heeft kennisgenomen van deze analyse en waar noodzakelijk aanpassingen doorgevoerd. Ter bevestiging van hun goedkeuring heeft de directie deze analyse getekend.

### L'Ortye Transport en Milieu

Hoensbroek, 25 januari 2017

Vivien L'Ortye  
Directeur

## 2. Doelstellingen en doelgroepen

### 2.1 Communicatiedoelstellingen

De communicatiedoelstellingen voor L'Ortye m.b.t. CO<sub>2</sub>-reductie voor 2012 t/m 2017 zijn:

Intern:

- Medewerkers informeren over onze CO<sub>2</sub>-footprint en de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen;
- Medewerkers informeren over het energie- en CO<sub>2</sub>-beleid;
- Medewerkers informeren over de maatregelen en activiteiten die L'Ortye onderneemt om haar CO<sub>2</sub>-uitstoot te reduceren;
- Medewerkers informeren welke individuele en collectieve bijdrage ze kunnen leveren aan het energiebeleid en de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen;
- Medewerkers informeren over de voortgang van de CO<sub>2</sub>-footprint en de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen.

Extern:

- Stakeholders informeren over de CO<sub>2</sub>-footprint en de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen van L'Ortye;
- Stakeholders informeren over de maatregelen en activiteiten die L'Ortye onderneemt om haar CO<sub>2</sub>-uitstoot te reduceren;
- Stakeholders informeren over de voortgang van de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen en de daaraan gekoppelde acties;
- Eventueel stakeholders betrekken bij sectorinitiatieven.

### 2.2 Interne doelgroepen

Binnen L'Ortye zijn er twee doelgroepen te onderscheiden. Wat betreft functie is er geen onderscheid gemaakt omdat iedereen op dezelfde wijze benaderd zal worden. Ook de over te brengen boodschap zal gelijk zijn. Om iedereen positief te kunnen benaderen en te activeren om ook over CO<sub>2</sub>-reductie en milieuaspecten te gaan nadenken, wil L'Ortye de communicatie zo laagdrempelig mogelijk houden.

Interne doelgroepen kunnen worden onderverdeeld in:

- Kantoorpersoneel (directieleden, bedrijfsleiders, projectleiders, projectvoorbereiders, kantoormedewerkers);
- Buitenpersoneel (terreinmedewerkers, chauffeurs, werkplaatsmedewerkers).

### 2.3 Externe doelgroepen

Externe doelgroepen kunnen worden onderverdeeld in:

- Opdrachtgevers (klanten);
- Leveranciers;
- Bevoegde gezagen;
- Samenwerkingspartners en onderaannemers;
- Branchegenoten en concurrenten;

L'Ortye zal met betrekking tot de CO<sub>2</sub>-prestatieladder actief communiceren met haar belangrijkste opdrachtgevers en samenwerkingspartners. Om de leveranciers erbij te betrekken en aan te geven hoe zij kunnen participeren, is het belangrijk om met hen een goede verstandhouding te hebben. Branchegenoten en concurrenten kunnen middels de website op de hoogte blijven van de ontwikkelingen op het gebied van CO<sub>2</sub>-reductie van L'Ortye.

## 2.4 Identificatie van doelgroepen

In onderstaand overzicht zijn de belangrijkste stakeholders geïdentificeerd.

Momenteel zijn geen projecten aangenomen door een gunningsvoordeel op basis van CO<sub>2</sub> Prestatieladder.

Opdrachtgevers:	
• (semi) overheid	• Bouw en infra bedrijven
• Aannemersbedrijven	

Leveranciers:	
• Machine leveranciers	• Brandstof leveranciers
• Voertuig leveranciers	

Onderaannemers:	
• Transport bedrijven	• Grondverzetbedrijven

Bevoegd gezag:	
• Gemeente Heerlen	• Provincie Limburg
• RUD	• ...

Samenwerkingspartners:	
• Bedrijfsmilieuplatform Limburg	• Samenwerkende Industrieterreinen Maastricht

Branchegenoten:	
• Niet nader benoemd	

### **3. Communicatiemiddelen**

#### **3.1 Interne communicatie**

Voor interne communicatie over de onderwerpen CO<sub>2</sub>, energie en de CO<sub>2</sub>-prestatieladder kunnen de volgende communicatiemiddelen worden gebruikt:

- Directie/MT-overleg
- Afdelingsoverleg
- Toolboxmeetings
- Internetsite
- Interne memo's
- Prikbord mededelingen
- Informatieavond
- Personeelsoverleg (werkoverleg)
- *Training en opleiding*
- *Duurzaamheidsverslag*

#### **3.2 Externe communicatie**

Afhankelijk van de doelgroep kunnen verschillende communicatiemiddelen worden ingezet. De volgende middelen kunnen worden gebruikt:

- Internetsite en social media
- Actieve deelname aan werkgroepen/congressen
- Kennisdeling met de branche (lid van Bedrijfsmilieuplatform Limburg)
- *Duurzaamheidsverslag*

## 4. Communicatieplan

Op basis van de doelstellingen en de doelgroepen is onderstaand het communicatieplan weergegeven.

### 4.1 Takenplan

De taken en verantwoordelijkheden zijn als volgt verdeeld:

Taak	Medium	Verantwoordelijk
1	CO2 Prestatieladder documenten via website en SKAO	KAM Coördinator
2	Toolboxmeeting	KAM Coördinator
3	Internet en Social Media	Directeur
4	KAM-handboek	KAM Coördinator
5	Intern overleg	Zie KAM handboek
6	Duurzaamheidsverslag (DOC3A1 en 3B1)	KAM Coördinator

### 4.2 Communicatieplanning

*De planning van de communicatie is opgenomen in de algemene communicatiematrix voor het bedrijf. De interne en externe communicatie vindt daarbij minimaal 2 x per jaar plaats.*