

# Energie- en CO<sub>2</sub>- communicatieplan

**Versie 13, januari 2024**

## **Auteurs**

- Rob Boers
- John Bos

CSU  
CSU

## Inhoud

<b>Inleiding</b> .....	3
<b>Doelgroepen</b> .....	4
<b>Interne doelgroepen</b> .....	4
<b>Externe doelgroepen</b> .....	4
<b>Communicatiedoelstellingen (in- en extern)</b> .....	5
<b>Communicatiedoelstellingen intern:</b> .....	5
<b>Communicatiedoelstellingen extern:</b> .....	5
<b>Verantwoordelijkheden</b> .....	6
<b>Media, middelen en planning</b> .....	7
<b>Intern</b> .....	7
<b>Extern</b> .....	8

## Inleiding

CSU en Tzorg staan met hun activiteiten midden in de maatschappij. Onze diensten bevorderen de gezondheid, het welzijn en daarmee het leefklimaat van vele Nederlanders. Duurzame ontwikkeling betekent voor CSU en Tzorg vooral het werken aan goed werkgeverschap en de ontwikkeling van onze medewerkers. Dit is binnen de organisatie direct gekoppeld aan een duurzaam gebruik van hulpmiddelen met een zo beperkt mogelijke milieubelasting. Zo zorgen we voor tevreden stakeholders met als resultaat een winstgevende groeiende organisatie en continuïteit.

CSU en Tzorg hebben de ambitie om de duurzame inzet van mensen en natuurlijke hulpbronnen verder te integreren in zijn bedrijfsprocessen. CSU en Tzorg baseren zich bij investeringen voor verbeteringen aan mens, milieu en maatschappij op overleg met en inbreng van zijn stakeholders. We ontplooiën diverse concrete activiteiten om een positieve bijdrage te leveren aan onze maatschappelijke verantwoordelijkheid.

Certificering volgens de CO<sub>2</sub>-Prestatieladder vormt voor CSU en Tzorg een belangrijk onderdeel van onze verantwoordelijkheid om op een duurzame wijze te ondernemen. We werken hiermee aan een structurele verlaging van de CO<sub>2</sub>-emissie als gevolg van de bedrijfsactiviteiten. We vinden het belangrijk dat onze in- en externe doelgroepen op een duidelijke en gestructureerde manier kennis nemen van onze inspanningen en prestaties op dit onderwerp. Door middel van communicatie wil de organisatie het bewustzijn en de betrokkenheid bij haar in- en externe doelgroepen vergroten.

In dit CO<sub>2</sub>-Communicatieplan staat op welke wijze, wanneer en hoe CSU en Tzorg hun CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen en -prestaties naar in- en externe doelgroepen communiceert.

## Doelgroepen

### Interne doelgroepen

Binnen CSU en Tzorg worden de onderstaande interne doelgroepen onderscheiden:

- Raad van Bestuur
- Directieteam
- Business unit directie
- MT Business unit
- Stafmedewerkers (indirect personeel)
- Lijn management (indirect personeel)
- Uitvoerend personeel (direct personeel)
- (C)OR (personeelsvertegenwoordiging)

### Externe doelgroepen

Externe belanghebbenden van CSU en Tzorg zijn onder te verdelen in:

- Klanten/cliënten
- Prospects
- Arbeidsmarkt
- Leveranciers
- Onderaannemers
- Branchegenoten
- Intermediairs
- Overheden
- Vakbonden
- Brancheverenigingen
- Media
- Maatschappelijke / non-gouvernementele organisaties (NGO's)

## Communicatiedoelstellingen (in- en extern)

CSU en Tzorg willen de onderstaande doelen bereiken ten aanzien van het CO<sub>2</sub>-reductiebeleid.

### Communicatiedoelstellingen intern:

- Voldoen aan de eis uit de CO<sub>2</sub>-Prestatieladder (3.C.1). CSU en Tzorg communiceren aantoonbaar minimaal 2x per jaar (halfjaarlijks) over het energiereductiebeleid, reductiedoelstellingen en maatregelen. De communicatie omvat minimaal:
  - energiebeleid
  - reductiedoelstellingen van de organisatie
  - maatregelen
  - mogelijkheden voor individuele bijdrage
  - informatie betreffende het huidig energiegebruik en trends binnen de organisatie
  - informatie betreffende het huidig energiegebruik en trends binnen projecten met gunningsvoordeel (indien van toepassing)
- Directie en management onderschrijven de methodiek en doelstellingen van de CO<sub>2</sub>-Prestatieladder en creëren ruimte en middelen om deze te realiseren
- Medewerkers zijn op de hoogte van duurzaamheidsambitie CSU en Tzorg
- Medewerkers voelen zich betrokken om een bijdrage te leveren aan deze ambitie
- Medewerkers zijn geïnformeerd over
  - de CO<sub>2</sub>-Prestatieladder certificering
  - het beleid van CSU en Tzorg om de geformuleerde doelstellingen te realiseren
  - de huidige emissie en trends
- Medewerkers weten hoe ze zelf kunnen bijdragen aan CO<sub>2</sub>-reductie
- Medewerkers leveren een concrete bijdrage aan de CO<sub>2</sub>-reductie

### Communicatiedoelstellingen extern:

- Voldoen aan de eis uit de CO<sub>2</sub>-Prestatieladder (3.C.1). CSU en Tzorg communiceren aantoonbaar minimaal 2x per jaar (halfjaarlijks) over het energiereductiebeleid, reductiedoelstellingen en maatregelen. De communicatie omvat minimaal:
  - energiebeleid
  - reductiedoelstellingen van de organisatie
  - maatregelen
  - mogelijkheden voor individuele bijdrage
  - informatie betreffende het huidig energiegebruik en trends binnen de organisatie
  - informatie betreffende het huidig energiegebruik en trends binnen projecten met gunningsvoordeel (indien van toepassing)
- Externe relaties zijn op de hoogte van CSU en Tzorg's duurzaamheidsambitie, weten welke initiatieven de organisatie in dit kader onderneemt en wat de resultaten hiervan zijn
- Externe relaties zien CSU en Tzorg als duurzame ondernemingen
- Externe relaties voelen zich betrokken om een bijdrage te leveren aan deze ambitie
- Externe relaties voelen zich uitgenodigd om mee te denken aan de bijdrage die zij samen met CSU en Tzorg kunnen leveren ten aanzien van het reduceren van de CO<sub>2</sub>-uitstoot

## Verantwoordelijkheden

De afdeling KAM is formeel verantwoordelijk voor de communicatie over de CO<sub>2</sub> emissie. De te communiceren boodschappen worden bepaald in samenwerking met de afdeling Marcom.

## Media, middelen en planning

De in- en externe doelgroepen worden met diverse middelen via verschillende media bereikt teneinde de geformuleerde doelstellingen te behalen. Het onderstaande communicatieschema toont op welke wijze de diverse doelgroepen worden geïnformeerd.

### Intern

Doelgroep	Middel	Boodschap	Planning (mogelijke frequentie)	Verantwoordelijke(n)
Raad van Bestuur	RvB-vergadering	Strategie	Conform vergaderschema	KAM
Directieteam	DT-vergadering	Beleid, doelstellingen, voortgang en status	Conform vergaderschema	KAM
Businessunit directie	OO-vergadering	Strategie, beleid, doelstellingen, voortgang en status	Conform vergaderschema	KAM
MT Businessunit	MT overleg businessunit	Beleid, doelstellingen, voortgang en status	Conform vergaderschema	MOS business unit
Alle indirecte medewerkers	Interne e-mail, nieuwsbrief of JIP-app	Beleid, doelstellingen, voortgang en status	Minimaal 2x per jaar	KAM / MarCom
Alle indirecte medewerkers	Intranet (Serviceplein)	Nieuws, voortgang, status en tips	Wanneer van toepassing	KAM / MarCom
Alle interne doelgroepen	Personeelsblad	Nieuws, voortgang, status en tips	4x per jaar	KAM / MarCom
Alle interne doelgroepen	Jaarverslag	Informereren over initiatieven m.b.t. CO <sub>2</sub> die het afgelopen jaar zijn ondernomen.	1x per jaar	MarCom
Alle indirecte medewerkers	Briefing Groot	Vermelden van stand van zaken tijdens eindejaarsbijeen-komst voor indirecte medewerkers	1x per jaar	Directievoorzitter
Alle interne doelgroepen	Werkoverleg	Acties, resultaten	Indien noodzakelijk	Afdelingshoofd
Rayon- en objectleiders	Rayon- objectleidersdag	Beleid, doelstellingen, voortgang en status	2x per jaar	MOS businessunit
COR	COR-Vergadering	Beleid, doelstellingen, voortgang en status	Conform vergaderschema	Voorzitter COR

**Extern**

Doelgroep	Middel	Boodschap	Planning (mogelijke frequentie)	Verantwoordelijke(n)
Alle externe doelgroepen	Website	Beleid, samenvatting emissie-inventarisatie, reductieplan, communicatieplan, branche- en keteninitiatieven, en een status-update van de maatregelen	Standaard informatie, aangevuld indien noodzakelijk  Minimaal twee keer per jaar update	MarCom
Alle externe doelgroepen	Jaarverslag (online)	Informereren over initiatieven m.b.t. CO <sub>2</sub> die het afgelopen jaar zijn ondernomen.	1x per jaar	MarCom
Klanten Leveranciers Onderaannemers Intermediairs	Relatiemagazine	Beleid, doelstellingen, initiatieven, resultaten	2x per jaar	MarCom
Alle externe doelgroepen	Social media (twitter, LinkedIn en Facebook)	Ontwikkelingen en nieuws t.a.v. CO <sub>2</sub> -doelstellingen	Indien noodzakelijk	MarCom
Branche-verenigingen	KAM-commissie OSB	Stimuleren dialoog	Conform vergaderschema	KAM-manager
Arbeidsmarkt	Personeelsadvertenties, werken bij-site	Positioneren CSU als duurzame werkgever	Standaard informatie aangevuld indien noodzakelijk	MarCom