

## 3.C.2 Communicatieplan 2020



Onderneming : **ARMADA MOBILITY BV**  
Datum rapport : 07-11-2017  
Controle op actualiteit : 18-04-2018  
Controle op actualiteit : 09-10-2019  
Controle op actualiteit ; 18-09-2020

<b>Inhoudsopgave</b>	<b>Pag.</b>
1. Inleiding	<b>2</b>
2. Stuurcyclus.	<b>3</b>
3. Interne communicatie	<b>4</b>
3.1 Doelgroep	<b>4</b>
3.2 Communicatiemethode	<b>5</b>
3.3 Stroomschema interne communicatie	<b>6</b>
4. Externe communicatie	<b>7</b>
4.1 Doelgroep	<b>7</b>
4.2 Communicatiemethode	<b>8</b>
4.3 Stroomschema externe communicatie	<b>9</b>
5. Communicatie voor doelstellingen op projectbasis	<b>10</b>
5.1 Stroomschema communicatie over doelstellingen	<b>10</b>
 Bijlage: CO <sub>2</sub> -Jaarplan	

## 1. Inleiding

---

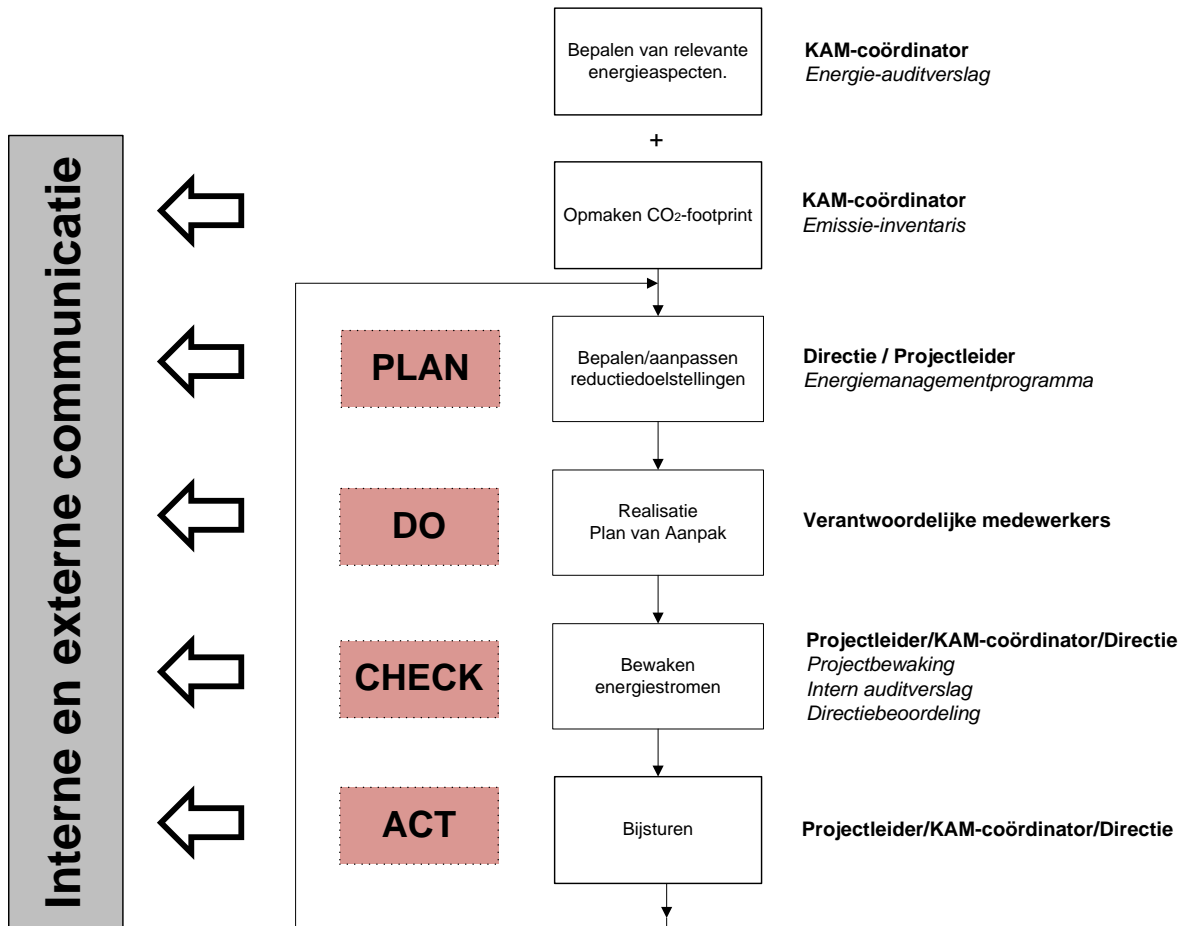
Ter realisatie van haar beleid communiceert ARMADA transparant over haar energiereductie-doelstellingen, maatregelen en de behaalde resultaten middels interne en externe communicatie.

Onder interne communicatie wordt verstaan de communicatie van het CO<sub>2</sub>-beleid richting alle medewerkers binnen ARMADA. Open en transparante communicatie kan bijdragen in het bewust maken en betrekken van medewerkers. Om de doelstellingen te kunnen behalen is het van groot belang dat iedere medewerk(st)er zich bewust is van zijn of haar verantwoordelijkheid op dit gebied. Het terugdringen van de CO<sub>2</sub> uitstoot wordt hiermee de taak van iedereen.

Ook externe communicatie over het CO<sub>2</sub> reductie beleid speelt een belangrijke rol. Door externe partijen te informeren draagt ARMADA haar maatschappelijke betrokkenheid uit. Externe communicatie is gericht op alle externe stakeholders, zoals opdrachtgevers, projectpartners, leveranciers, bevoegd gezag en omgevingspartijen.

Externe communicatie bevat eveneens de communicatie met stakeholders in het kader van keteninitiatieven om bewustwording en CO<sub>2</sub>-reductie in de keten te bevorderen. Zo kan een wezenlijke bijdrage geleverd worden aan een goed klimaat voor huidige en toekomstige generaties.

## 2. Stuurcyclus



### 3. Interne communicatie

---

Het doel van de interne communicatie over het CO<sub>2</sub>-beleid, is het energiebewust maken van de medewerkers en daarmee de reductiedoelstellingen te behalen. Hiervoor is de medewerking van de medewerkers vereist. Daarom is de interne communicatie voor 100% gericht op eigen medewerkers. Door communicatie worden de medewerkers geïnformeerd en aangespoord om een bijdrage te leveren aan de reductie van de CO<sub>2</sub> emissie.

#### 3.1 Doelgroep

Het doel van de (interne)communicatie is het bewust maken van het belang van het reduceren van de CO<sub>2</sub>-emissie. Om deze reductie namelijk te realiseren, is de medewerking van de medewerkers nodig. De doelstelling is om alle medewerkers periodiek te informeren over het energiereductiebeleid, de CO<sub>2</sub>-footprint en de voortgang inzake het behalen van de reductiedoelstellingen. Communicatie over CO<sub>2</sub>-Prestatieladder vindt plaats op de vaste overlegmomenten (directieoverleg, managementteam-overleg, afdelingsoverleg). Tijdens deze bijeenkomsten komen zaken als doelstellingen, verbeterprojecten en voortgang aan de orde. Dit zal geschieden op verschillende manieren, zoals middels de vaste overlegmomenten, de informatieborden, de website, sociale media en dergelijke.

Omdat binnen ARMADA een duidelijke splitsing is tussen kantoormedewerkers en productiemedewerkers zijn deze als verschillende doelgroepen geformuleerd.

#### Kantoormedewerkers:

De kantoormedewerkers worden periodiek geïnformeerd in de vaste overlegvormen zoals directieoverleg, managementteam-overleg en afdelingsoverleg. Naast informatie over het energiereductie beleid en de reductie doelstellingen, wordt aandacht besteed aan de manier waarop de kantoormedewerkers aan de reductie kunnen bijdragen. Als reminder wordt een informatiebrief verspreid, waarop een en ander toegelicht wordt.

Daarnaast worden op het kantoor A4-posters met tips opgehangen en wordt men geïnformeerd via het informatiebord of informatie Tv-scherm.

#### Productiemedewerkers:

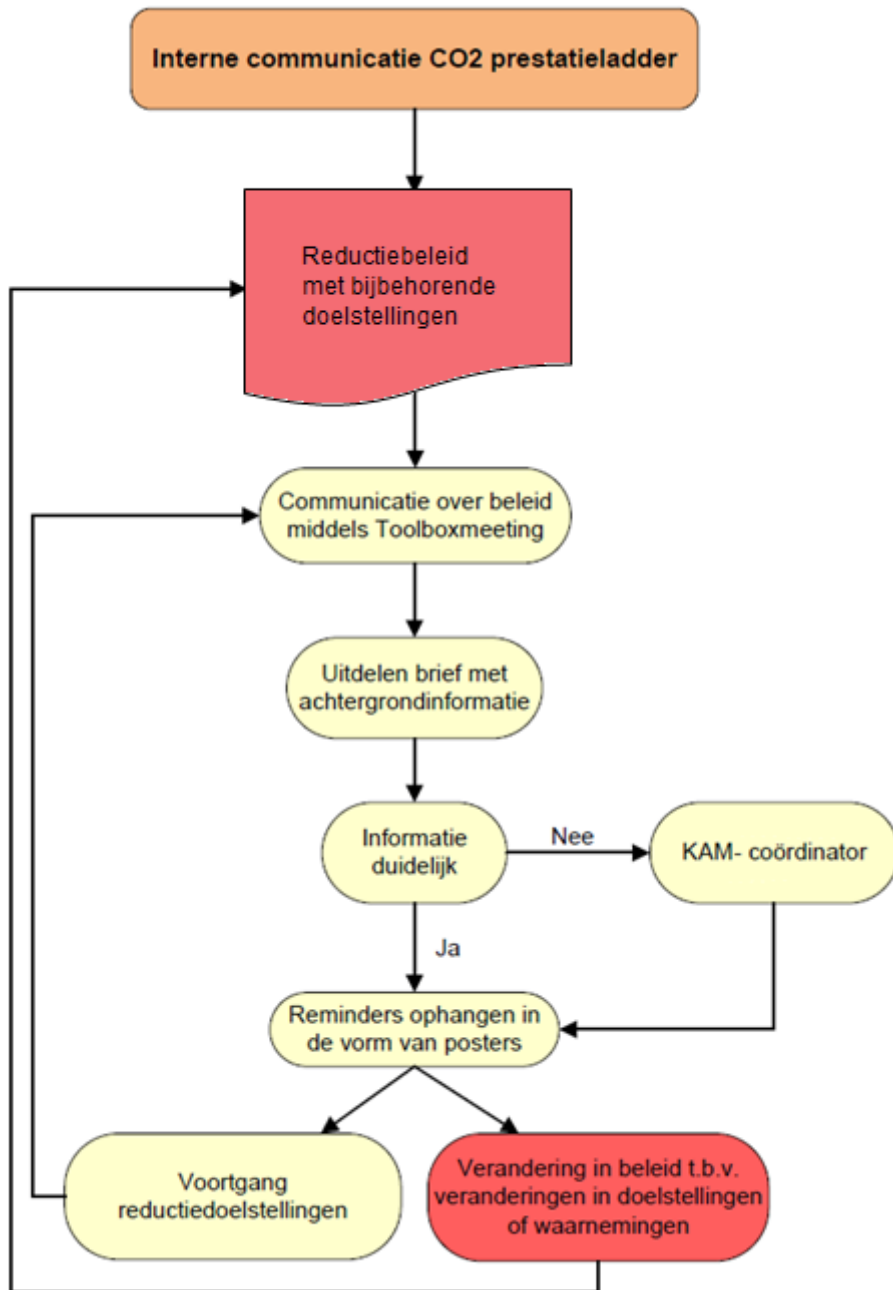
Productiemedewerkers zullen geïnformeerd worden tijdens de tool box meetings. De nadruk zal gelegd worden op het juist besturen/ gebruiken van voertuigen en machines. Aan de hand van praktische voorbeelden wordt de productiemedewerkers verteld op welke manier zij kunnen bijdragen aan CO<sub>2</sub>-reductie. Als reminder wordt aan de productiemedewerkers tijdens de tool box een informatiebrief uitgereikt, waarin een en ander nog eens uitgelegd staat. In de daarop volgende tool box meeting zal het onderwerp terugkerend aan bod komen.

### 3.2 Communicatiemethode

<b>Doelstelling</b>	<b>Middelen</b>	<b>Verantwoordelijk</b>	<b>Doelgroep</b>
Medewerkers op de hoogte stellen van het energiereductie beleid, de reductiedoelstellingen en informeren hoe zij kunnen bijdragen aan de reductie.	Beleidsverklaring Informatiebrief Tool box Overlegvormen Personeel bijeenkomsten	Directie KAM-functionaris Leidinggevenden	Medewerkers Armada
Reminders medewerkers ontwikkelen	Posters Infoborden Pictogrammen	KAM- functionaris	Medewerkers Armada
Medewerkers op de hoogte houden van de voortgang van de reductiedoelstellingen	Tool box informatiebrief Website Sociale media	KAM- functionaris	Medewerkers Armada
Verkrijgen van input voor het behalen van het reductiebeleid en de reductiedoelstellingen.	Verbetervoorstel Prijsvraag	Medewerkers Armada	KAM- functionaris

De diverse acties die uitgezet zijn aangaande interne communicatie zijn opgenomen in het CO<sub>2</sub>-Jaarplan.

3.3 Stroomschema interne communicatie



## 4. Externe Communicatie

---

Om de reductiedoelstellingen te kunnen behalen, is niet alleen de medewerking van het eigen personeel, maar ook dat van externe partijen zoals: opdrachtgevers, leveranciers en onderaannemers nodig. Met externe communicatie beoogt ARMADA haar ambitie en doelstellingen zo breed mogelijk uit te dragen en grootschalige medewerking te verkrijgen en in contact komen met andere partijen die hieraan bij kunnen dragen.

### *4.1 Doelgroep*

Het doel van externe communicatie is, evenals bij de interne communicatie, het rapporteren omtrent zaken als beleid, doelstellingen en voortgang van de reductiemaatregelen aan de stakeholders van ARMADA.

De doelstelling is deze stakeholders tenminste twee keer per jaar te informeren, bij voorkeur gelijkmatig verspreid over het jaar.

De insteek van de externe communicatie verschilt van de interne communicatie. Waar bij de interne communicatie de focus vooral ligt op het bewustzijn/informeren van de medewerkers en het bereiken van de doelstellingen, ligt de nadruk bij de externe communicatie vooral op het benadrukken van de maatschappelijke betrokkenheid en de (voortrekkers)rol van ARMADA op het gebied van MVO en CO2-reductie in het bijzonder. De communicatie zal dus een iets ander karakter hebben dan de interne communicatie. De boodschap zal officiëler van aard zijn en de positie van ARMADA op een relevante wijze presenteren.

De doelgroep wordt opgesplitst in diverse stakeholders, te weten opdrachtgevers en klanten, leveranciers en onderaannemers, aandeelhouders en brancheorganisatie(s) en derden.

#### *Opdrachtgever en klanten:*

Onze opdrachtgevers en klanten komen uit diverse markten, zoals de Overheid, Transport en logistiek, Bouw en vastgoed, Infra en Railinfra.

#### *Leverancier en onderaannemers:*

ARMADA werkt veel met vaste leveranciers met duidelijke prijsafspraken. Bij het vinden van leveranciers zal aandacht besteed worden aan het vinden van milieubewuste bedrijven, zodat ook de levering van materialen aansluit bij het beleid van ARMADA.

#### *Aandeelhouders:*

Uiteraard zijn de aandeelhouders van ARMADA belanghebbend en dienen zij als stakeholder geïnformeerd te worden over het energiebeleid, de reductiedoelstellingen en de voortgang.

#### *Brancheorganisatie en derden:*

De brancheorganisatie waarbij ARMADA is aangesloten en die haar belangen behartigd is de Koninklijke Metaalunie.

Daarnaast zijn er diverse derden op een x moment die als stakeholder gedefinieerd kunnen worden. Gedacht kan hierbij worden aan partners binnen sector- of keteninitiatieven, aan gemeenten of overheden, opleidingsinstituten, enzovoorts.

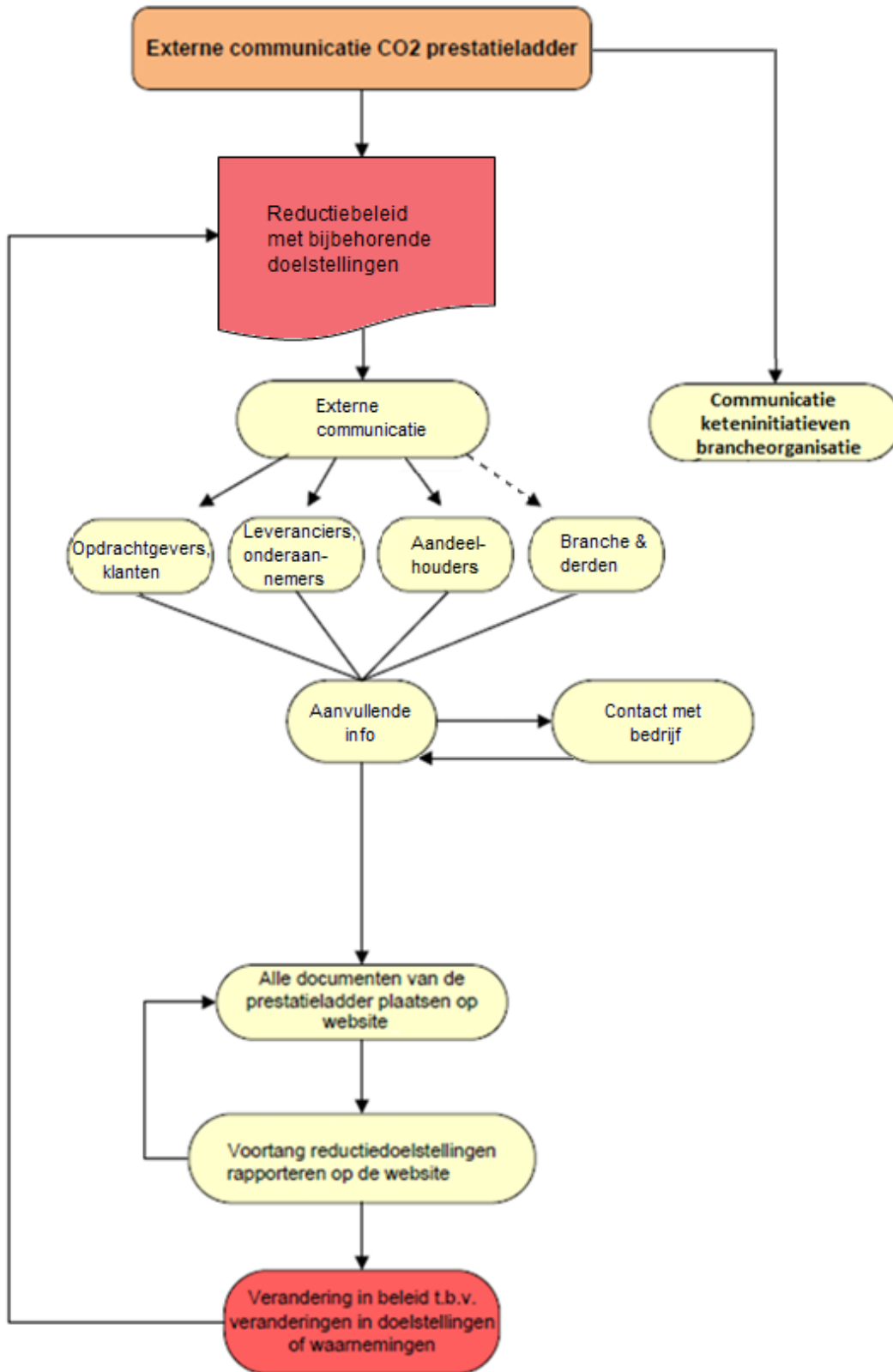


### 3.2 Communicatiemethode

Doelstelling	Middelen	Verantwoordelijk	Doelgroep
Extern communiceren over het CO <sub>2</sub> bewust ondernemen, het energiereductie beleid, de reductie doelstellingen en de deelname aan sectorinitiatieven.	Website Nieuwsbrief Persbericht Email-banners Vakbeurs	KAM-functionaris Administratie	Alle stakeholders
Inkoopeisen m.b.t. CO <sub>2</sub> kenbaar maken die gesteld worden aan leveranties en diensten.	Onderaannemer- overeenkomst Inkoopbon	Inkoop	Leveranciers en onderaannemers
Investeringsmogelijkheden voor uitvoeren van energiereductie beleid.	Aandeelhouders vergadering	Directie	Aandeelhouders
Informatieverstrekking op aanvraag.	Website Informatiebrief	Administratie	Branche- organisatie Derden

De diverse acties die uitgezet zijn aangaande externe communicatie zijn opgenomen in het CO<sub>2</sub>-jaarplan.

4.3 Stroomschema externe communicatie



## 5. Communicatie over doelstellingen op projectbasis

Bij gerichte doelstellingen op projectbasis zal dit te alle tijden aan bod komen in het werkplan en in het plan van aanpak. Op dit moment zijn er nog geen projecten waarop CO<sub>2</sub>-gerelateerd gunningvoordeel is verkregen.

### 5.1 Stroomschema communicatie over projectdoelstellingen

Het volgende proces dient hierbij gevolgd te worden:

