



# Cor Millenaar B.V.

## Communicatieplan

*01-07-2017 t/m 30-06-2018*

**Inhoudsopgave**

Inhoudsopgave	2
1. Inleiding	3
1.1. Organisatiestructuur	3
1.2. Verantwoordelijken	3
2. Doelstellingen en doelgroepen	4
2.1. CO2 grafiek	4
2.2. Communicatiedoelstellingen	5
2.3. Doelgroepen	5
2.4. Relevante maatregelen	6
2.5. Strategie	7
2.6. Middelen	8
3. Communicatie	9
3.1. Intern communicatieoverzicht	9
3.2. Externe communicatieoverzicht	9

## 1. Inleiding

U vindt in dit document de communicatiedoelstellingen, de interne en externe doelgroepen, de interne en externe communicatiemiddelen en taken en verantwoordelijkheden m.b.t. CO<sub>2</sub>-reductie binnen ons bedrijf. Dit document is geschreven met als focus CO<sub>2</sub>-reductiedoelen en de voortgang hiervan te communiceren naar de relevante stakeholdergroepen.

Dit communicatieplan heeft betrekking op de organisatiestructuur zoals getoond in paragraaf 1.1. De (eind)verantwoordelijken voor de uitvoering zijn vermeld in paragraaf 1.2.

Cor Millenaar B.V., G-center B.V. en 4WD Nederland B.V. streven ernaar om de milieueffecten die worden veroorzaakt door bedrijfs- en andersoortige activiteiten van de organisatie zoveel mogelijk te beperken. Onnodige milieubelasting dient te worden voorkomen.

De CO<sub>2</sub>-prestatieladder is een instrument om CO<sub>2</sub>-bewust handelen te stimuleren in de eigen bedrijfsvoering en bij de uitvoering van projecten. Door bewustwording van de kerncijfers is de ambitie gegroeid om over te gaan tot reductie van de eigen uitstoot.

Dit communicatieplan beschrijft de manier waarop het communicatieproces is geregeld, welke communicatiemiddelen er worden ingezet en welke doelgroepen Cor Millenaar B.V. G-center B.V. en 4WD Nederland B.V. wanneer willen bereiken. De achterliggende gedachte achter 20 Tinten Groen is gebaseerd op de invalshoek dat niet elk project c.q. elke activiteit dezelfde impact op de CO<sub>2</sub> reductie doelstellingen zal hebben. Het ene initiatief zal "groener" zijn dan het andere. Resultierend in de verschillende tinten groen.

In het kader van de CO<sub>2</sub> prestatieladder worden Cor Millenaar B.V., G-center B.V. en 4WD Nederland B.V. door ons als één organisatie beschouwd. Het management team (MT) is eindverantwoordelijk voor het te voeren Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) beleid maar heeft (een deel van) de taken gedelegeerd aan medewerkers binnen de organisatie.

De volledige kwaliteitsvolle kwaliteitssturing is ondervangen in de CO<sub>2</sub>Managment Applicatie. De resultaten van het energiemangement stuurprogramma worden twee keer per jaar in rapportvorm samengesteld, waarin de stand van zaken (check), de maatregelen (act, do, plan) en doelstellingen (plan) staan vermeld. Deze worden in één grafiek gevisualiseerd om met elkaar vergeleken te worden. Het voortgangsverslag en energiemangement actieplan wordt tevens twee keer per jaar gepubliceerd op de website voor de stakeholders van Cor Millenaar B.V., G-center B.V. en 4WD Nederland B.V.

### 1.1. Organisatiestructuur

Cor Millenaar B.V.	Rechtspersoon	100%
--------------------	---------------	------

### 1.2. Verantwoordelijken

#### Naam

Cor Millenaar B.V.

#### Eindverantwoordelijke

Cor Millenaar

#### Verantwoordelijke stuurcyclus (KAM)

Ed van der Linden

#### Contactpersoon emissie-inventaris

Ed van der Linden

## 2. Doelstellingen en doelgroepen

De doelstellingen van onze organisatie zijn:

- door het communicatiebeleid rondom MVO zo veel mogelijk mensen te inspireren om stil te staan bij hun eigen verantwoordelijkheden voor hun omgeving.
- De eigen en ingeleende medewerkers worden actief betrokken bij de realisering van onze reductie doelstellingen. Ook wordt van de medewerkers verwacht dat zij de betrokkenheid bij het tot uitvoering brengen van ons MVO beleid uitdragen naar onze klanten en de community.
- Initiatieven zo breed mogelijk in de automotive branche uit te dragen, wat met zich meebrengt; de aspiratie tot een branche brede implementatie van de CO<sub>2</sub> –prestatieladder. De CO<sub>2</sub> uitstoot reductie voor de eigen organisatie is een z.g. “druppel op de gloeiende plaat”. Branche brede implementatie zou een enorme bijdrage leveren. Het motto : “Vele kleintjes maken één grote” doet voor de automotive branche zeker opgang.

Het management team is zich bewust dat een actief MVO-beleid bijdraagt aan het creëren van een positief imago voor de organisatie en in de toekomst ook de branche. Potentiële opdrachtgevers, klanten en toekomstige werknemers houden er, bij de keuze voor een leverancier respectievelijk werkgever, ook steeds vaker rekening mee. Tot slot is het verlagen van bepaalde bedrijfskosten ook een reële drijfveer.

### **CO<sub>2</sub> footprint en referentiejaar**

Het referentiejaar van de CO<sub>2</sub> footprint is 2012 . Hiertegenover wordt in onze jaarlijkse / halfjaarlijkse CO<sub>2</sub> Management rapportage de footprint van het dan lopende jaar gezet.

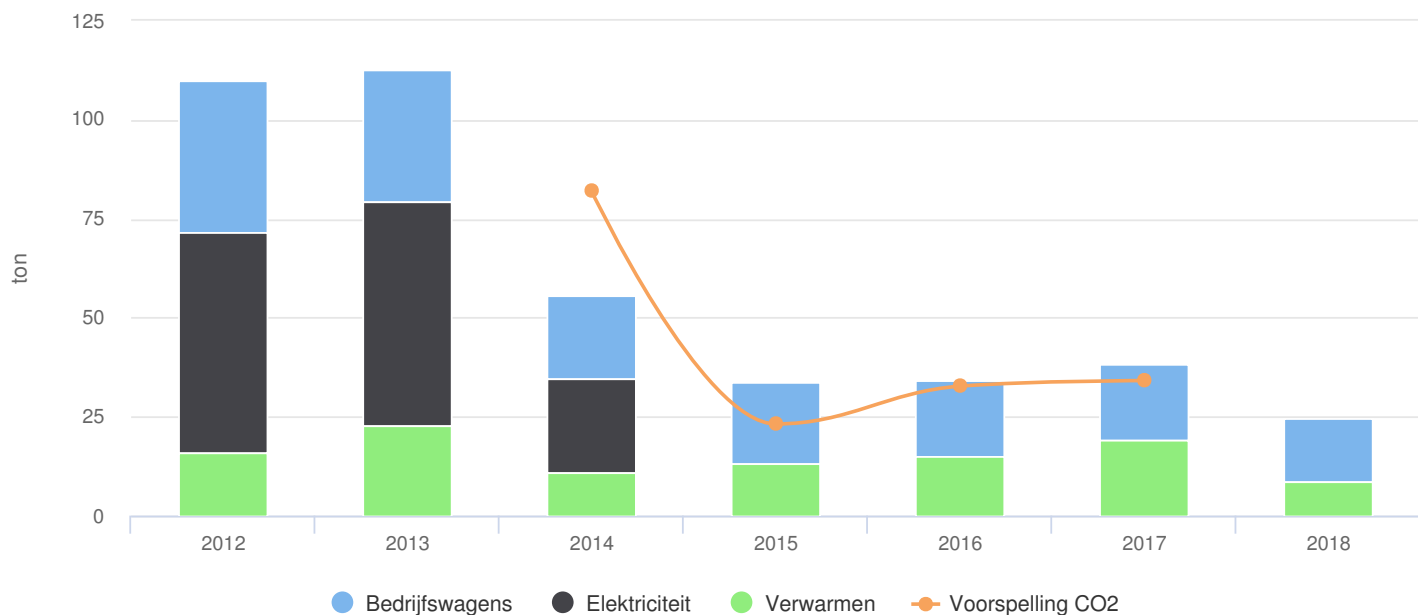
### **Reductie doelstellingen en maatregelen**

De doelstelling van Cor Millenaar B.V. is om reductie van CO<sub>2</sub> te realiseren in scope 1 (brandstof) en scope 2 (elektra). De CO<sub>2</sub> reductie doelstellingen worden jaarlijks geherdefinieerd. Uit de analyses blijkt dat elektriciteit (scope 2) de grootste CO<sub>2</sub> uitstoot veroorzaakt en daardoor ook de grootste bijdrage kan leveren aan reductie doelstellingen. De totale CO<sub>2</sub> uitstoot is vanaf 2013 (110 Ton) teruggebracht tot 37 Ton in 2016 en 2017. Doelstelling voor 2018 en verder is om tot een verder stabiele CO<sub>2</sub> uitstoot te komen. Daarnaast zijn er lopende initiatieven welke kunnen leiden tot een extern (Gemeente brede) verlaging van CO<sub>2</sub> uitstoot.

Gerefereerd wordt naar de in 2018 opgerichte Stichting MVO platform Aalsmeer.

### 2.1. CO<sub>2</sub> grafiek

## CO2e



CO2e (ton)	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Bedrijfswagens	38,43	33,16	21,15	20,79	19,13	19,33	16,03
Elektriciteit	55,47	56,27	23,51	0	0	0	0
Verwarmen	16,15	23,03	11,05	13,08	14,97	19,2	8,58
<b>Totaal</b>	<b>110,05</b>	<b>112,46</b>	<b>55,7</b>	<b>33,87</b>	<b>34,1</b>	<b>38,53</b>	<b>24,6</b>

## 2.2. Communicatiedoelstellingen

De communicatiedoelstellingen voor het bedrijf m.b.t. de CO<sub>2</sub>-reductie zijn:

### Intern:

- Medewerkers informeren over de CO<sub>2</sub>-footprint van ons bedrijf, de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen;
- Vergroten van het inzicht van medewerkers in het onderwerp CO<sub>2</sub>. Wat doen we en waar willen we naar toe.
- Medewerkers informeren over de maatregelen en initiatieven tot reductie CO<sub>2</sub>;

### Extern:

- Stakeholders informeren over onze CO<sub>2</sub>-footprint en de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen;
- Stakeholders informeren over de initiatieven en activiteiten die wij ondernemen om onze CO<sub>2</sub>-uitstoot te reduceren;
- Stakeholders informeren over de voortgang van de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen en de daaraan gelieerde acties;
- Stakeholders betrekken bij sectorinitiatieven.
- Het jaarlijks bijwerken maatregelenlijst en publicatie op SKAO-site

## 2.3. Doelgroepen

De doelgroepen die worden onderscheiden zijn in te delen naar de interne- en externe doelgroepen.

### Interne doelgroepen

Binnen het bedrijf bestaat de doelgroep uit de diverse medewerkers die zowel intern als extern kunnen zijn.

Het managementteam en leidinggevende zijn nauw betrokken bij de ontwikkelingen van de CO<sub>2</sub>-prestatieladder. Zij zijn op de eerste plaats degenen die de boodschap vanuit de CO<sub>2</sub>-prestatieladder doorgeven aan de medewerkers.

Het managementteam krijgt aan de hand van de CO<sub>2</sub> managementsoftware inzicht in de huidige situatie, waarbij aan de hand van deze software de sturing verloopt.

De communicatie verloopt via het Management Team overleg, het werkoverleg, nieuwsbrieven e.d.

De interne doelgroepen kunnen worden onderverdeeld in:

- Managementteam (waarin 4 leidinggevenden) en Medewerkers (18,2 fte)

### **Externe doelgroepen**

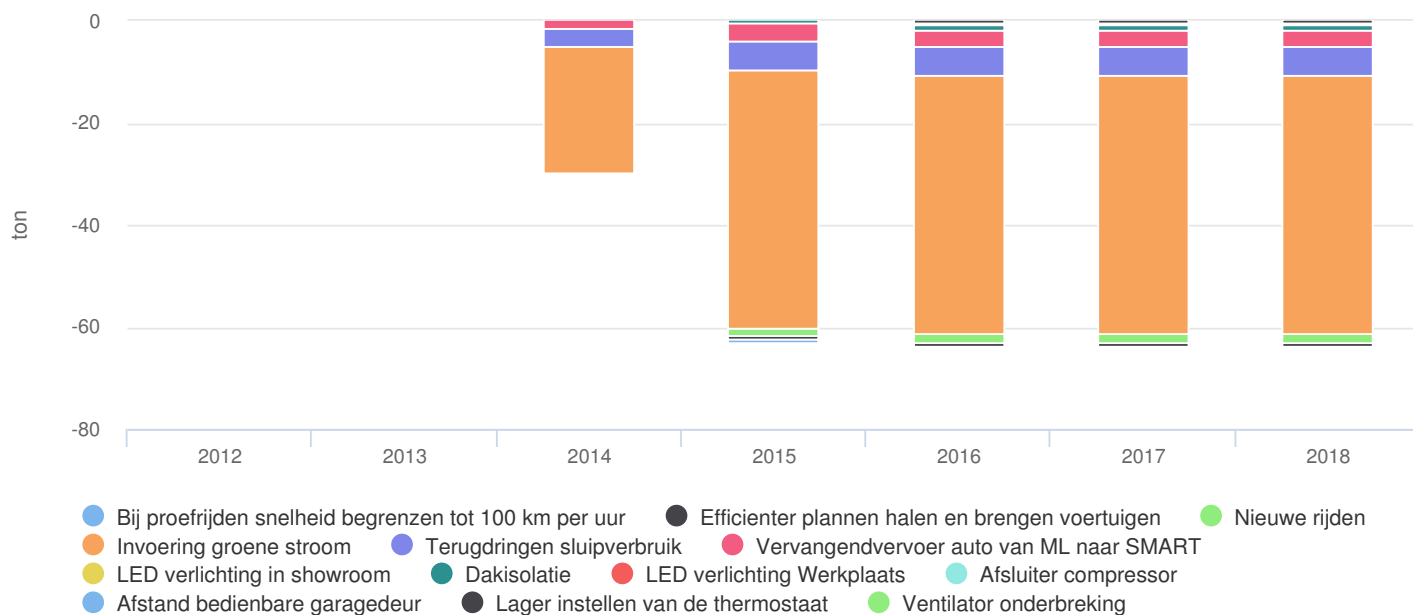
Externe doelgroepen zijn alle partijen rondom en betrokken bij onze onderneming, die belang hebben bij reductie van CO<sub>2</sub>-emissies en potentiële partners en om mee samen te gaan werken aan CO<sub>2</sub>-reductie. Naast directe betrokkenheid middels de door ons in 2018 opgerichte Stichting MVO-platform Aalsmeer, publiceren wij onze footprint op onze website. Informeren wij (indien van toegevoegde waarde) structureel en minstens één maal per jaar middels nieuwsbrieven e/o publicaties aan externe partijen.

Overzicht van extreme doelgroepen zijn o.a.:

- **Opdrachtgevers** (commerciële bedrijven en (semi)overheidsinstellingen)
- Belang: Opdrachtgevers hechten belang aan het duurzaam realiseren van projecten. Het inzetten van een aannemer die extra maatregelen neemt ten aanzien van duurzaamheid en CO<sub>2</sub>-reductie biedt de opdrachtgever extra voordeel. Het is van belang opdrachtgevers te betrekken in de initiatieven, omdat de keuzes die zij maken van directe invloed kunnen zijn op de CO<sub>2</sub>-emissies.
- **Leveranciers**
- Belang: Leveranciers kunnen bijdragen aan het verminderen van CO<sub>2</sub>-emissies. Dit kunnen zij doen door binnen de eigen organisatie te zoeken naar mogelijkheden tot CO<sub>2</sub>-reductie.
- **(Collega-) Bedrijven en lokale overheden**
- Belang: Deze hebben belang bij het innoveren van de eigen markt, branche en samenleving. Samen initiatieven ontwikkelen prikkelt om ook te zoeken naar mogelijkheden tot CO<sub>2</sub>-reductie en zorgen voor blijvende ontwikkeling.

## 2.4. Relevante maatregelen

### Maatregelen CO2



Maatregelen CO2 (ton)	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Bij proefrijden snelheid begrenzen tot 100 km per uur			-0,16	-0,66	-0,66	-0,66	-0,66
Efficiënter plannen halen en brengen voertuigen			-0,16	-0,66	-0,66	-0,66	-0,66
Nieuwe rijden			-0,39	-1,66	-1,66	-1,66	-1,66
Invoering groene stroom			-24,77	-50,65	-50,65	-50,65	-50,65
Terugdringen sluijverbruik			-3,72	-5,63	-5,63	-5,63	-5,63
Vervangendvervoer auto van ML naar SMART			-1,31	-3,33	-3,33	-3,33	-3,33
LED verlichting in showroom				0	0	0	0
Dakisolatie				-0,4	-1,11	-1,11	-1,11
LED verlichting Werkplaats					0	0	0
Afsluit compressor							
Afstand bedienbare garagedeur				-0,08	-0,22	-0,22	-0,22
Lager instellen van de thermostaat					-0,32	-0,32	-0,32
Ventilator onderbreking							
<b>Totaal</b>				-30,51	-63,06	-64,23	-64,23

## 2.5. Strategie

De doelgroep werknemers is van essentieel belang, omdat een groot aandeel van de CO<sub>2</sub>-emissie direct gerelateerd is aan het gedrag van de medewerkers (zoals efficiënt rijden, machines of voertuigen stationair laten draaien, lampen laten branden etc.). Doel van de interne communicatie is de medewerkers bewust te maken van hun gedrag en de invloed daarvan op het energieverbruik.

Het managementteam draagt de doelstellingen uit en zien zij erop toe dat er concreet gewerkt wordt aan CO<sub>2</sub>-reductie. Hoe dit zich uit in de doelstellingen wordt tijdens het semester gebonden meetpunten duidelijk. Uiteindelijk zullen ook de collega's elkaar

onderling gaan aanspreken en stimuleren om de CO<sub>2</sub>-emissie te reduceren.

Medewerkers worden uitgedaagd om zelf met concrete voorstellen te komen tot verbetering.

Zoals uit de doelstelling blijkt, moeten alle medewerkers van het bedrijf periodiek worden geïnformeerd over het CO<sub>2</sub>-beleid en reductiedoelstellingen. Medewerkers moeten op de hoogte worden gebracht van het beleid in het algemeen, maar vooral van de onderdelen die voor hen van belang zijn en daarmee de concrete maatregelen.

Extern dragen wij bij aan de Stichting MVO platform Aalsmeer. Een initiatief om de Ondernemers Gemeente Aalsmeer groen te maken middels deelneming door ondernemers aan het platform en concreet inzichtelijk maken van de CO<sub>2</sub> uitstoot middels de ook door ons gebruikte cloud-applicatie. Zodoende wordt Aalsmeer als Gemeente collectief in kaart gebracht, gemonitord en kunnen maatregelen en initiatieven gezamenlijk worden bedacht genomen.

## 2.6. Middelen

De volgende communicatiemiddelen worden gebruikt bij het uitdragen van de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen en metingen. Het bedrijf maakt o.a. gebruik van:

- Bedrijfswebsite
- (Digitale) Nieuwsbrieven
- Managementrapportages voorzien van een CO<sub>2</sub> footprint
- Organiseren bijeenkomsten geïnitieerd vanuit de Stichting MVO platform Aalsmeer



### 3. Communicatie

Op de website is een verwijzing ingericht die informeert over het CO<sub>2</sub>-reductiesysteem van de organisatie. Op deze site informeert over:

- Het CO<sub>2</sub>-reductiebeleid.
- De CO<sub>2</sub>-footprint.
- De CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen, maatregelen en de voortgang hierin.
- Het energiemangement actieplan

Bovenstaande aspecten komen te samen in het tweemaal per jaar te communiceren CO<sub>2</sub> voortgangsrapportage en energie actieplan.

- Alle externe communicatie (nieuwsbrieven, persberichten e.d.)
- Acties en initiatieven op het gebied van CO<sub>2</sub>-reductie waarin het bedrijf een deelnemer is.
- Een kopie van ons meest recente CO<sub>2</sub>-Bewust Certificaat.

#### 3.1. Intern communicatieoverzicht

Communicatiemiddel	Termijn	Verantwoordelijke
<b>Managementoverleg</b> Besluitvorming/strategie/ doelstellingen energie- en CO <sub>2</sub> - reductie - Voortgang en status	Eik kwartaal	Management Team
<b>Nieuwsbrief intern (via e-mail – en in print vorm)</b> Inhoud <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ informatie over MVO beleid</li> <li>▪ certificeringsproces</li> <li>▪ doelstellingen MVO en toekomstige voortgang</li> <li>▪ interne aangelegenheden en projecten</li> </ul>	maandelijks (ad hoc indien noodzakelijk)	Marketing / Communicatie
<b>Informatie bijeenkomsten</b> Informatie over willekeurig welk onderwerp, waarbij vragen ter plekke beantwoord kunnen worden	Ad hoc	Management
<b>Functioneringsgesprekken medewerkers</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Het functioneren n.a.v. vooraf gestelde KPI's</li> <li>▪ Het actief implementeren van de <i>Het Nieuwe Rijden</i> (HNR) rijstijl</li> <li>▪ Het actief schelden van (rest) afval t.b.v. adequate verwerking</li> <li>▪ Het actief bijdragen aan energiezuinig handelen volgens afgesproken richtlijnen</li> </ul>	Jaarlijks	Leidinggevende functionarissen
<b>Training en opleiding</b> Medewerkers op de hoogte brengen van de relevante milieukennis noodzakelijk voor het uitvoeren van hun werkzaamheden.	Ad hoc (en indien noodzakelijk via Mercedes-Benz Nederland)	Management / Marketing / Communicatie

#### 3.2. Externe communicatieoverzicht

Communicatiemiddel	Termijn	Verantwoordelijke
<p><b>Internet en Social Media</b>                      Cor Millenaar B.V. informeert zijn doelgroepen over het MVO beleid, de doelstellingen en de voortgang op het gebied van CO2- en energie reductie.</p>	<p>Wanneer een update beschikbaar is maar minimaal maandelijks</p>	<p>Management / Marketing-Communicatie</p>
<p><b>Nieuwsbrief extern (via e-mail)</b>                      Inhoud</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• informatie over MVO beleid</li> <li>• certificeringsproces</li> <li>• doelstellingen MVO en toekomstige voortgang</li> <li>• projecten</li> <li>• adviezen m.b.t. veilig rijden</li> <li>• HNR (het nieuwe rijden)</li> <li>• Mercedes-Benz nieuws</li> </ul>	<p>Maandelijks (of ad hoc indien noodzakelijk)</p>	<p>Management / Marketing-Communicatie</p>
<p><b>Persberichten</b>                      Cor Millenaar B.V. communiceert via persberichten over het MVO beleid van de organisatie</p>	<p>Op ad hoc basis</p>	<p>Management / Marketing – Communicatie</p>
<p><b>Advertenties</b>                      Cor Millenaar B.V. communiceert via regionale publicaties, regionale sponsoractiviteiten, vakbladen, branche magazines en business glossies over het MVO beleid van de organisatie</p>	<p>Periodiek schema</p>	<p>Marketing – Communicatie</p>