



CO₂-communicatiestrategie

Gemoco-

2024

ALGEMENE PROJECTGEGEVENS

Referentie aanbod:	CO ₂ -2024-00080-Gemoco-Bilzen-prestatieladder KMO-portefeuille: 2024KMO080321
Uitvoeringsdatum:	2024-2025
Klant:	Gemoco Oude Heidestraat 81. Bilzen.
Engineering Encon:	Encon Kieleberg 41 3740 Bilzen http://www.encon.eu ☎: +32 (0) 89/410 820 @: info@encon.eu
Projectmanager Encon:	Dieter Thoelen ☎ : +32 (0) 478/26.13. @: dieter.thoelen@encon.eu Sofie Lamens ☎ : +32 (0) 471/08.41.51 @: sofie.lamens@encon.eu Xander Nassen ☎ : +32 (0) 497 49 52 84 @: xander.nassen@encon.eu

Niets uit deze uitgave mag worden gereproduceerd of gekopieerd zonder schriftelijke toestemming van Encon.

Inhoudsopgave

Algemene projectgegevens.....	2
1. Inleiding	4
1.1 CO ₂ prestatieladder	4
1.2 Doel en structuur van het document.....	5
2. CO ₂ Identificatie van belanghebbenden en communicatieaanpak	6
2.1 Doel.....	6
2.2 Soorten communicatie in Gemoco	7
2.3 Identificatie van belanghebbenden.....	9
3. Plan Jaarlijkse communicatie	10
3.1 Jaarkalender	11
3.2 Communicatie verbonden aan projecten met CO ₂ -prestatieladder voordeel.....	12
3.3 Verantwoordelijkheden	13
4. Monitoring en evaluatie van de strategie voor CO ₂ -communicatie	15

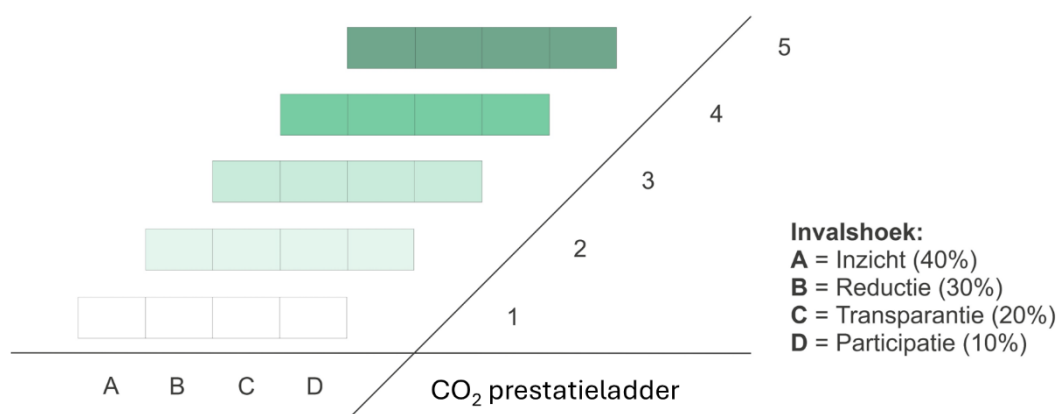
1. INLEIDING

1.1 CO₂ PRESTATIELADDER

De CO₂-prestatieladder is een hulpmiddel en certificeringsregeling die kunnen worden gebruikt bij openbare aanbestedingen om CO₂-reductie te stimuleren. Door de ladder op te nemen in openbare aanbestedingen kunnen aanbestedende diensten bijdragen aan het verminderen van CO₂-emissies bij hun activiteiten.

De CO₂-prestatieladder is een gecertificeerd managementsysteem dat bedrijven stimuleert om CO₂ structureel te reduceren, zowel binnen operaties en projecten als in de toeleveringsketen. De certificering wordt uitgevoerd door een geaccrediteerde en onafhankelijke instantie. Om certificering op basis van de CO₂-prestatieladder te stimuleren, wordt in inkoopcontracten een fictieve korting toegekend aan bedrijven die goed scoren op de ladder. Bedrijven die gecertificeerd zijn volgens een bepaald niveau op de CO₂-prestatieladder en dus inspanningen leveren op het gebied van CO₂-reductie, maken daardoor meer kans op overheidsopdrachten.

In de CO₂-prestatieladder wordt het Capability Maturity Model vertaald in vijf niveaus, oplopend van 1 tot 5. Voor elk niveau wordt een vaste set eisen gedefinieerd die gekoppeld zijn aan de CO₂ prestaties van de organisatie en haar projecten. Deze eisen komen voort uit vier invalshoeken (A tot en met D), elk met een eigen wegingsfactor. De plaats van een organisatie op deze ladder wordt bepaald door het hoogste niveau waarop de organisatie aan alle eisen voldoet. In de geest van de CO₂-prestatieladder kan een individuele invalshoek niet los worden gezien van de andere invalshoeken. Elk hoger niveau omvat de eisen van de lagere niveaus. De organisatie moet permanent actief zijn met de huidige prestaties op de lagere niveaus.



Figuur 1 : De perspectieven en niveaus van de CO₂-prestatieladder

1.2 DOEL EN STRUCTUUR VAN HET DOCUMENT

In 2024 startte Gemoco met een gestructureerde aanpak van de CO₂-uitstoot van de organisatie. Deze CO₂-communicatiestrategie maakt deel uit van deze aanpak en heeft als doel de communicatieaanpak van Gemoco methodologisch te schetsen, als onderdeel van ook de CO₂-reductiestrategie die in een apart rapport wordt besproken. De Communicatiestrategie is gebaseerd op de vereisten zoals geformuleerd in de handleiding van het CO₂-prestatieladder v3.1

Het doel van deze communicatiestrategie is te komen tot de identificatie van de stakeholders, de methodes om hen te bereiken en de inhoud van de over te brengen informatie. Met behulp van dit document wil Gemoco zowel intern als extern communiceren over hun acties om CO₂ te verminderen en op te volgen, alsook systematisch evalueren of de communicatie de geïdentificeerde stakeholder effectief bereikt.

De aspecten die in deze communicatiestrategie aan bod komen, worden in de volgende hoofdstukken besproken:

1. Hoofdstuk 1: Inleiding
2. Hoofdstuk 2: Identificatie van belanghebbenden en communicatieaanpak
3. Hoofdstuk 3: Jaarlijks communicatieplan
4. Hoofdstuk 4: Controle en evaluatie van de strategie voor koolstofcommunicatie

2. CO₂ IDENTIFICATIE VAN BELANGHEBBENDEN EN COMMUNICATIEAANPAK

2.1 DOEL

Interne en externe communicatie over de inspanningen in het kader van de CO₂-prestatieladder is belangrijk om de volgende uitkomsten te bereiken:

- Onze medewerkers worden zich bewust van het belang van het verminderen van onze CO₂-uitstoot
- Onze medewerkers begrijpen hoe zij kunnen bijdragen aan onze ambities
- Onze inzet om de uitstoot van CO₂ te verminderen is gekend.

Het is essentieel om ons CO₂-beleid intern te communiceren, zodat het voor alle werknemers duidelijk is:

- Wat onze concrete ambities zijn;
- Dat onze reductiemaatregelen belangrijk en noodzakelijk zijn;
- Dat deze maatregelen goed gedefinieerde inspanningen vereisen.

Om onszelf te positioneren als een bedrijf dat klaar is om te handelen in onze bedreigde wereld, moeten we regelmatig met de buitenwereld communiceren over ons CO₂ beleid, onze CO₂ voetafdruk, onze reductiedoelstellingen en de voortgang van deze reductie.

Het doel van deze communicatie naar onze externe partners is om hen te informeren over onze acties op het gebied van milieuverantwoordelijkheid en om onze actieve rol te benadrukken.

2.2 SOORTEN COMMUNICATIE IN GEMOCO

Kanalen	Doel & uitleg
Website	De website-update over de CO ₂ -reductie en voetafdruk biedt heldere, toegankelijke en transparante informatie over onze voortgang in het verminderen van de CO ₂ -voetafdruk. Hierin worden de belangrijkste initiatieven uitgelicht en meetbare resultaten weergegeven.
Facebook, Instagram, LinkedIn	<p>Het doel van de update over Gemoco's CO₂-reductie op sociale media omvat:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Toewijding tonen: Demonstreren van de inzet voor duurzaamheid. 2. Imago versterken: Profileren als vooruitstrevend en milieubewust bedrijf. 3. Betrokkenheid vergroten: Stakeholders informeren en betrekken. 4. Talent aantrekken: Duurzaamheidsgerichte werknemers aanspreken. 5. Vertrouwen opbouwen: Klantloyaliteit versterken via maatschappelijk verantwoord ondernemen. 6. Samenwerking stimuleren: Partnerschappen rondom CO₂-reductie bevorderen. 7. Inspireren: Bewustzijn creëren en anderen aanmoedigen tot actie.
Email: externe nieuwsbrief	Via een nieuwsbrief kunnen organisaties hun voortgang op het gebied van CO ₂ -reductie delen, concrete maatregelen en behaalde resultaten presenteren, en hun inzet voor duurzaamheid onderstrepen. Het biedt tevens een platform om kennis te delen, samenwerking te bevorderen en goodwill te creëren bij klanten, leveranciers, medewerkers en andere partners. Door regelmatig updates te verstrekken, laat een organisatie zien dat zij proactief en serieus werk maakt van haar duurzaamheidsdoelstellingen, wat bijdraagt aan een positieve reputatie en het versterken van relaties binnen het netwerk.
E-mail: interne nieuwsbrief	

Jaarlijkse vergadering	Het doel van het bespreken van CO ₂ -reductie tijdens de jaarlijkse teamvergadering is tweeledig: enerzijds zorgt het voor gerichte informatieverspreiding naar alle teams binnen Gemoco, anderzijds biedt het een platform voor bottom-up initiatieven op het gebied van CO ₂ -reductie.
Raad Van Advies vergadering	Het bespreken van de CO ₂ -Prestatieladder in de raad van advies, inclusief minder actieve leden, houdt iedereen op de hoogte van duurzaamheidsinspanningen en hun strategische impact. Deze raad van advies wordt ook verantwoordelijk gesteld bij belangrijke beslissingen indien de huidige afgevaardigde bestuurders wegvallen. Door de raad van advies op de hoogte te stellen van acties, wordt zo continuïteit gegarandeerd. Dit versterkt begrip, creëert betrokkenheid en biedt een platform voor vragen of inzichten, zonder dat actieve deelname vereist is.
E-mailhandtekening	Het opnemen van de CO ₂ -Prestatieladder in een e-mailhandtekening benadrukt de inzet voor duurzaamheid en versterkt het imago bij klanten en partners. Het vergroot bewustwording, wekt vertrouwen en kan een gesprekstarter zijn over groene initiatieven.
Banners	Onze banners aan de werven kunnen effectieve CO ₂ -prestatieladdercommunicatie ondersteunen door korte boodschappen en visuals te tonen die bewustwording creëren en gemeenschapsbetrokkenheid bij CO ₂ -reductie te stimuleren. Het zorgt voor een versterkt imago van Gemoco, voor zowel mensen die geïnteresseerd zijn in (ver)bouwen, maar ook door gewone voorbijgangers.
Posters in kantoor	De posters op kantoor dienen als constante herinnering aan de CO ₂ -reductiedoelen van de organisatie. Ze informeren medewerkers over duurzame praktijken en moedigen hen aan actief bij te dragen aan het verlagen van onze CO ₂ -voetafdruk.

Tabel 1: Soorten communicatie voor Gemoco

2.3 IDENTIFICATIE VAN BELANGHEBBENDEN

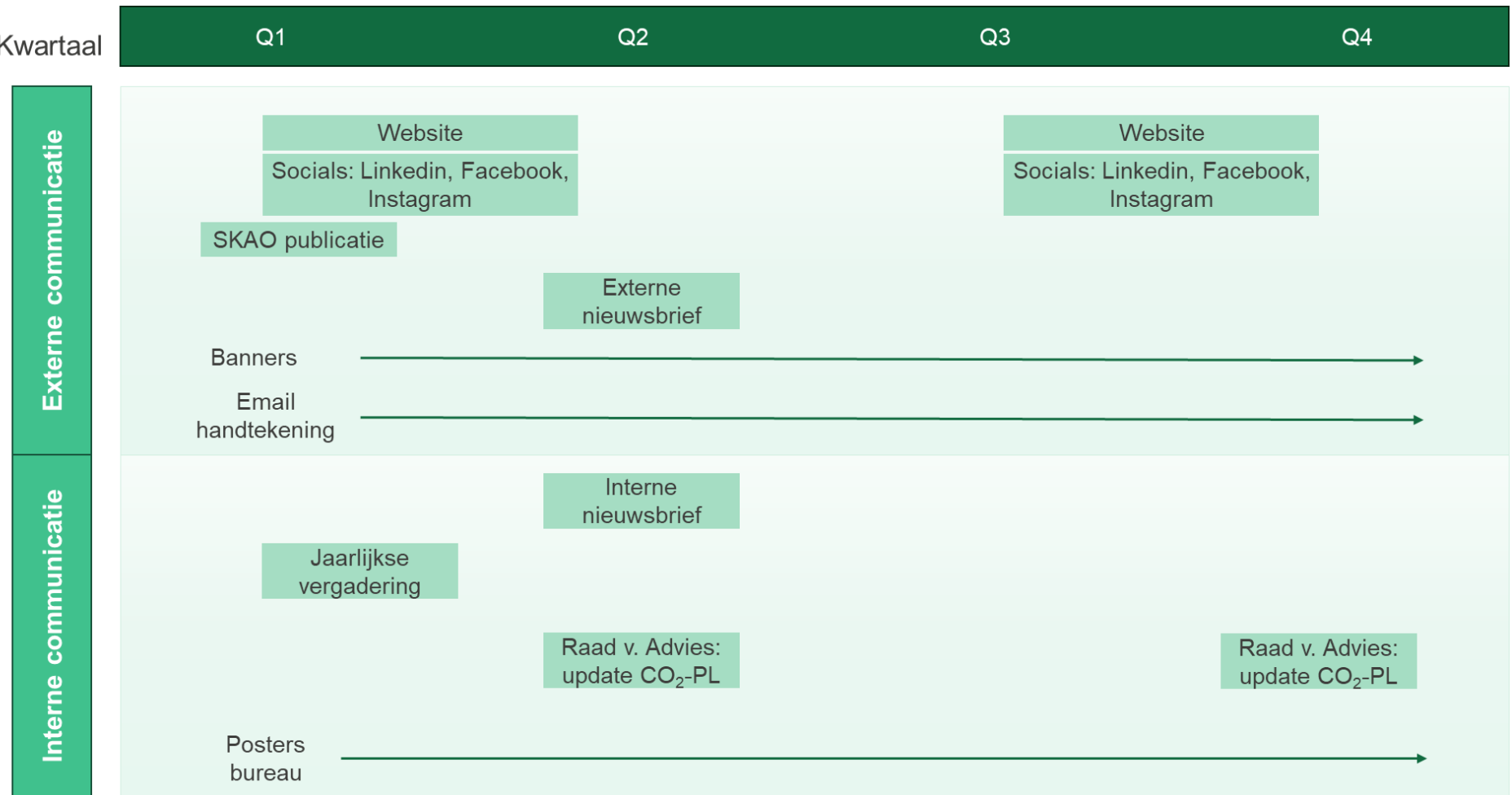
	Belanghebbenden	Voorbeeld	Waarom is het belangrijk?
Externe belanghebbenden	Banken	Belfius, KBC, BNP Paribas Fortis	Banken ondersteunen tegenwoordig graag groene investeringen, wat betekent dat heldere communicatie over nieuwe initiatieven kan bijdragen aan de ondersteuning van de plannen en ideeën van Gemoco.
	Leveranciers	Webeco, Grisaco, Plusquin, Bouwpunt Jorissen, Coopmans, Decoster	Door in contact te treden met onze leveranciers kunnen zij inzicht geven in hoe zij de overgang naar duurzaam bouwen aanpakken, wat Gemoco kan helpen nieuwe alternatieven te vinden om de klimaatdoelen te bereiken.
	Klanten	Overheid, gemeentes, Fluvius, Agentschap Wegen & Verkeer	Klanten en bedrijven vragen tegenwoordig naar de inspanningen van Gemoco om het klimaat en de natuur te beschermen. Door hierover te communiceren, wordt dit direct duidelijk voor potentiële nieuwe projecten.
	Servicepartners	XDesign, extern adviseur RvA	Het communiceren naar ingehuurde professionals is belangrijk om alle partijen op één lijn te brengen wat betreft duurzaamheidsdoelen en -praktijken. Dit helpt onderaannemers en freelancers hun rol in de milieudoelstellingen van de organisatie te begrijpen en bevordert verantwoordelijkheid.
	Potentiële werknemers	-	Het communiceren van het CO ₂ -Prestatieladder-systeem en de inzet voor duurzaamheid naar potentiële nieuwe werknemers versterkt het imago van het bouwbedrijf als milieubewuste werkgever. Dit spreekt kandidaten aan die waarde hechten aan duurzaamheid en graag willen bijdragen aan innovatieve, klimaatvriendelijke projecten, waardoor het bedrijf aantrekkelijker wordt voor talent met dezelfde waarden.
Interne belanghebbenden	Medewerkers	Bedienden, arbeiders	Het communiceren naar medewerkers is essentieel om hen te betrekken bij de duurzaamheidsinspanningen, actieve deelname en innovatie in emissiereductie te stimuleren en de moraal en betrokkenheid bij milieudoelen te vergroten.
	Aandeelhouders & Raad van Bestuur	-	Het communiceren naar aandeelhouders is belangrijk omdat het aansluit bij hun interesse in duurzame bedrijfsvoering, hen informeert over de voortgang van reductiedoelen en een positieve invloed kan hebben op de waardering en reputatie van het bedrijf.
	Raad van Advies	-	

Tabel 2: Soorten belanghebbenden voor Gemoco

3. PLAN JAARLIJKSE COMMUNICATIE

Tijdens een workshop in 2024 kon het managementteam van Gemoco bepalen wanneer en hoe vaak een bepaald type communicatie gedurende een kalenderjaar kon worden gebruikt om met belanghebbenden te communiceren. Dit wordt weergegeven in onderstaande figuur.

3.1 JAARKALENDER



Figuur 2: Communicatie gedurende 1 jaar in Gemoco.

3.2 COMMUNICATIE VERBONDEN AAN PROJECTEN MET CO₂-PRESTATIELADDER VOORDEEL

Om in lijn te zijn met de verwachtingen van de CO₂-prestatieladder zal Gemoco alle communicatie in het jaarplan ook specifiek structureel toepassen binnen de projecten die gekoppeld zijn aan een CO₂-prestatieladdervoordeel.

De volgende elementen worden gestart wanneer een project wordt verworven door middel van de CO₂-prestatieladder:

1. Communicatie over de start, de voortgang en het einde van het project wordt intern gecommuniceerd in alle interne communicatie zoals voorzien in het jaarlijkse communicatieplan.
2. Communicatie met de klant over de keuze van maatregelen aan het begin en aan het einde van het project

Voor elk project wordt rekening gehouden met de volgende elementen met betrekking tot onderaannemers:

1. Alle onderaannemers verbonden aan een project zullen geïnformeerd worden om op dezelfde manier te communiceren als Gemoco, wat betekent: elke teamvergadering verbonden aan een bepaald project door de onderaannemer zal het onderwerp bevatten van de CO₂-prestatieladder voordelen & noodzakelijke maatregelen die het project met zich meebrengt.
2. Alle onderaannemers zijn op de hoogte van de project-specifieke maatregelen om CO₂ te verminderen voor het project
3. Alle onderaannemers worden geëvalueerd op de manier waarop ze deze vereisten volgen en doen dit periodiek aan hun medewerkers door het overzichtsteam van Gemoco.

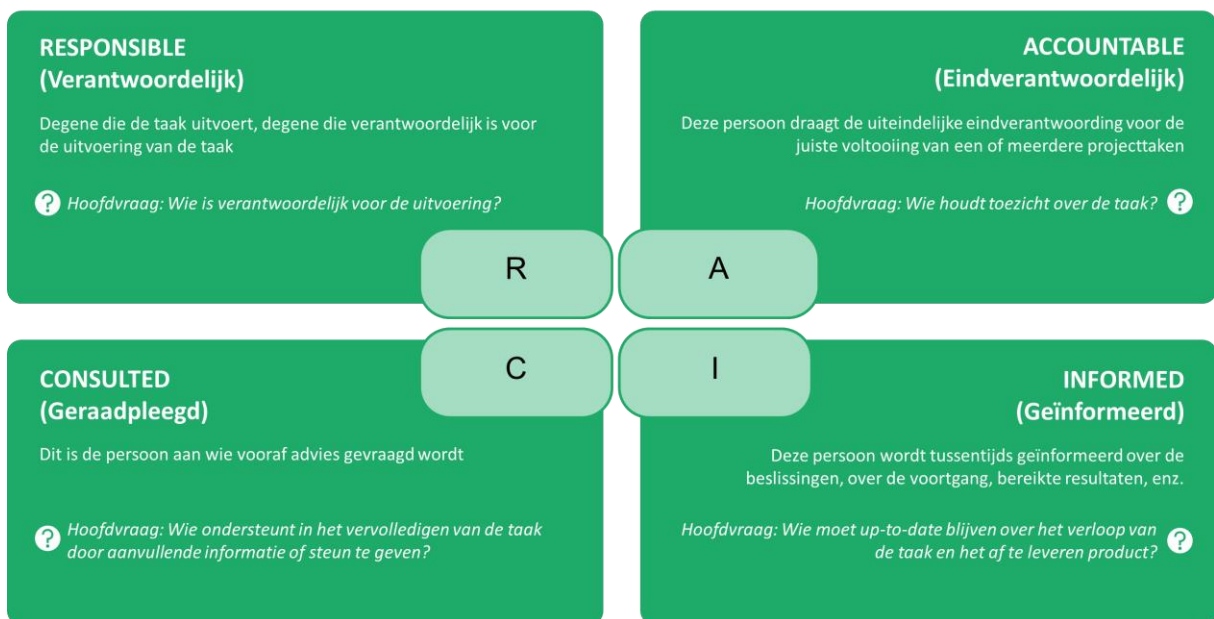
Op het einde van een project verbonden aan CO₂-prestatieladdervoordeel, zal het team binnen Gemoco de nodige bewijselementen verzamelen dat de onderaannemer inderdaad de door Gemoco gestelde verwachtingen heeft gevolgd, om deze op te nemen in de documentaties rond het project.

Fasen	START	TIJDENS PROJECT	EINDE
Interne communicatie	Doel & start van het project	Implementatie van maatregelen in project	Resultaten van het project
Klant	Keuze van maatregelen in project		Resultaten & keuze van maatregelen
Onderaannemer	Briefing van verwachtingen	Opvolgen van communicatieverwachtingen	Debriefing & verzamelen van bewijs

Afbeelding 3: Communicatie tijdens een project in Gemoco

3.3 VERANTWOORDELIJKHEDEN

Voor elke rol binnen Gemoco werd een duidelijke RACI-matrix opgesteld om de ontwikkeling en opvolging te begeleiden. Het RACI-model is een projectmanagementtool die rollen en verantwoordelijkheden binnen een project verduidelijkt door stakeholders in vier verschillende rollen in te delen: Responsible, Accountable, Consulted en Informed. "Responsible" verwijst naar degenen die de taken uitvoeren, "Accountable" verwijst naar de persoon die uiteindelijk verantwoordelijk is voor het succes van het project, "Consulted" omvat degenen wiens mening wordt gevraagd tijdens het proces, en "Informed" zijn degenen die op de hoogte worden gehouden van de voortgang en beslissingen. Meer informatie over de verdeling van deze taken per type wordt weergegeven in de onderstaande figuur.



Afbeelding 4: Definitie van de RACI-matrix voor Gemoco

3.3.1 RACI-MATRIX VOOR COMMUNICATIE

Communicatiekanaal	Verantwoordelijk voor communicatie						
	Carmen Moors (Financiën & HR)	Arnaud Moors (Afgvaardigd bestuurder)	Erik Moors (Afgvaardigd bestuurder)	RvA	Xdesign (externe begeleider Comms)	Luc Miermans (extern begeleider RvA)	Projectleiders (bedienden)
Externe communicatie							
Website	C	A	I	I	R		
Facebook, Instagram, LinkedIn	C	A	I	I	R		
Email: externe nieuwsbrief	C	A	I	I	R		
E-mailhandtekening	C	A	I	I	R		
Banner	C	A	I	I	R		I
Interne communicatie							
E-mail:interne nieuwsbrief	C	A	I	I	R		
Jaarlijkse vergadering	C	A + R	I	I			
Raad van Advies (RvA)	C	A	I	I		R	

Tabel 3: RACI-matrix voor communicatieplan Gemoco

4. MONITORING EN EVALUATIE VAN DE STRATEGIE VOOR CO₂-COMMUNICATIE

Het CO₂-prestatieladdersysteem is gebaseerd op de principes van continue verbetering. Deze continue verbetering wordt in het systeem ondersteund door een Plan-Do-Check-Act (PDCA) cyclus. Deze PDCA-cyclus is ook de basis geweest voor de CO₂-reductiestrategie en CO₂-communicatiestrategie van Gemoco.

Om eventuele aanpassingen van de communicatiestrategie te stroomlijnen met de aanpassingen die zouden kunnen gebeuren in de CO₂-reductiestrategie, heeft het managementteam van Gemoco beslist om het evaluatieproces van de communicatiestrategie volledig te stroomlijnen met dat van de reductiestrategie. De lezer wordt verwezen naar de CO₂-reductiestrategie om meer te weten te komen over de opvolgings- en evaluatiecyclus van het reductieplan van Gemoco.