



# SIKA NEDERLAND B.V. CO2 PRESTATIELADDER

COMMUNICATIEPLAN 2020 - 2023

	NAAM	PARAAF	DATUM
OPGESTELD DOOR	Pascal Kuipers		
GECONTROLEERD	JOSETTE DE JONG		

BUILDING TRUST



## **Inhoudsopgave**

1. Inleiding
2. Doelstelling communicatieplan
3. Doelgroepen
  - 3.1 Interne doelgroepen
    - 3.1.1 Wie
    - 3.1.2 Doel en doelstelling
    - 3.1.3 Aanpak
    - 3.1.4 Middelen
    - 3.1.5 Planning
  - 3.2 Externe doelgroepen
    - 3.2.1 Wie
    - 3.2.2 Doel en doelstelling
    - 3.2.3 Aanpak
    - 3.2.4 Middelen
    - 3.2.5 Planning
4. Organisatie
5. Ideeënbus
6. Evaluatie

# 1. Inleiding

## Klantwaarde verhogen, schadelijke effecten op milieu verlagen en sociale verantwoordelijkheid nemen

Daar staan wij voor! Als wereldwijd opererend bedrijf zet Sika zich in voor duurzame ontwikkeling. Wij nemen onze verantwoordelijkheid door het bieden van duurzame oplossingen voor de bouw en industrie. En door de bedrijfs-, sociale en ecologische duurzaamheid te stimuleren. Duurzaamheid heeft altijd deel uitgemaakt van de Sika identiteit. Wij zijn vastbesloten voortdurend duurzame toegevoegde waarde te leveren aan de hele waardeketen. Onze activiteiten en strategieën zijn gebaseerd op universeel aanvaarde principes op het gebied van mensenrechten, arbeidsomstandigheden, milieu en anti-corruptie (conform Global Compact-initiatief van de Verenigde Naties). Continu meten, verbeteren, rapporteren en communiceren wij over onze duurzame meerwaarde.

"MORE VALUE, LESS IMPACT" ofwel "MEER WAARDE, MINDER IMPACT" is gedefinieerd in zes strategische doelen. Gericht op economische prestaties, duurzame oplossingen, lokale gemeenschappen/samenleving, energie, waterverbruik en veiligheid op het werk. De concrete doelen zijn hieronder in de afbeelding te zien.



MORE VALUE

LESS IMPACT



Het CO<sub>2</sub> reductiebeleid is onderdeel van “CLIMATE PERFORMANCE”, 1 van de 6 duurzame doelstellingen van Sika van de campagne “MORE VALUE, LESS IMPACT”.

Het CO<sub>2</sub>-beleid en reductiedoelstellingen zijn de basis. Het is van belang om te communiceren over dit beleid en doelstellingen.

Medewerkers zijn belangrijk bij het behalen van de doelstellingen. Het is van belang om op een transparante manier iedere medewerker bewust te maken van deze doelstellingen en hun verantwoordelijkheid hierin.

Externe communicatie over het CO<sub>2</sub>-beleid is belangrijk voor aandeelhouders, partners, klanten en relaties. Door externe partijen te informeren dragen wij maatschappelijke betrokkenheid en verantwoordelijkheid uit en is het goed voor ons imago.

CO<sub>2</sub>-reductie kent ook een financiële kant. Enerzijds doordat een reductie van de CO<sub>2</sub>-uitstoot (bijv. door het terugdringen van het energieverbruik, zuiniger autorijden) tot lagere energiekosten leidt. Anderzijds doordat we door een actief CO<sub>2</sub>-beleid bij willen dragen aan duurzame proporties van onze klanten omdat bij hen bij toekomstige gunningen een grotere slagingskans geeft.

Het communicatieplan bevat zowel de interne als externe communicatie en is conform de eisen van de CO<sub>2</sub>-Prestatieladder 3.0 van SKAO.

## 2. Doelstelling communicatieplan

In het communicatieplan worden de communicatiemiddelen en tijdsmomenten om de belanghebbenden te informeren vastgesteld. Het gaat hier om het informeren over de certificering van de CO<sub>2</sub>-Prestatieladder waarmee Sika Nederland B.V. (Utrecht en Deventer) actief is. Het doel is, naast het informeren, om de lezer te overtuigen en te bewegen om actief mee te doen aan het thema CO<sub>2</sub>-reductie door vergroting van het bewustzijn en het aangeven van eventuele ideeën. Om de lezer te informeren over de verbruikte energiestromen binnen het bedrijf is een CO<sub>2</sub>-footprint beschikbaar. Daarnaast wil de organisatie de reductiedoelstellingen naar buiten uitdragen en ook de te nemen maatregelen om deze doelstellingen te halen en met welke initiatieven de organisatie zich bezighoudt om CO<sub>2</sub>-uitstoot te reduceren.

## 3. Doelgroepen

Voordat men naar buiten treedt met informatie rondom de CO<sub>2</sub>-uitstoot en de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen is het van belang om te weten wie men wil bereiken om als organisatie te slagen in het halen van de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen.

### 3.1 Interne doelgroepen

#### 3.1.1 Wie

De interne doelgroepen van Sika Nederland B.V. (Utrecht en Deventer) zijn:

- Management
- Kantoormedewerkers
- Magazijn-, laboratorium en fabriek medewerkers
- Appicateurs
- Vertegenwoordigers (Sales)

### **3.1.2 Doel en doelstelling**

Het doel van interne communicatie is om de medewerkers van Sika Nederland B.V. (Utrecht en Deventer) te informeren en motiveren en daarmee een reductie van het energieverbruik en daarmee dus CO<sub>2</sub>-reductie te behalen. De doelstelling is de medewerkers periodiek te informeren over het beleid van Sika Nederland B.V. (Utrecht en Deventer) ten aanzien van CO<sub>2</sub>-reductie. De SikaTijd app leent zich hier goed voor. Dit is een Personeelsapp waar iedereen (ook zonder email-adres van het bedrijf) over beschikt. Hierin kunnen aankondigingen van nieuwsbrieven, veranderingen website, acties etc. aangekondigd worden. Ook de informatiebrieven op de publicatieborden zijn hiervoor zeer geschikt.

### **3.1.3 Aanpak**

Aangezien iedereen binnen Sika Nederland B.V. (Utrecht en Deventer) bereikt dient te worden over de CO<sub>2</sub>-reductie en het CO<sub>2</sub>-beleid zal er periodiek communicatie plaatsvinden via verschillende communicatiekanalen over de totale CO<sub>2</sub>-uitstoot van Sika Nederland B.V. (Utrecht en Deventer)

### **3.1.4 Middelen**

- Internet (website [www.sika.nl](http://www.sika.nl))
- SMS (Sika Management Systeem)
- SikaTijd
- Informatiebord (in de kantine Utrecht en Deventer)
- Persbericht

### **3.1.5 Planning**

Het uitgangspunt is dat de communicatie voor zover mogelijk parallel loopt aan de halfjaarlijkse rapportage. Dat wil zeggen, dat de communicatiemomenten bij voorkeur volgen na het afronden van een halfjaarlijkse rapportage. Op deze manier zijn bij elk communicatiemoment de actuele gegevens en de behaalde CO<sub>2</sub>-reductie beschikbaar, zie bijlage 4 van het handboek CO<sub>2</sub> Prestatieladder.

## **3.2 Externe doelgroepen**

### **3.2.1 Wie**

De externe doelgroepen van Sika Nederland B.V. (Utrecht en Deventer) worden op de volgende manier onderverdeeld:

- Pers / media
- Klanten en prospects
- Leveranciers
- Derden

### **3.2.2 Doel en doelstelling**

Het doel van de externe communicatie is om de stakeholders (belanghebbenden) buiten de organisatie betreffende de CO<sub>2</sub>-emissieinventaris en rondom de reductiedoelstellingen van de organisatie te informeren. De doelstelling is om de externe partijen minstens 2 keer per jaar te informeren over de stand van zaken. Dit zal gebeuren aan het begin van een nieuw jaar, met de resultaten over het voorgaande jaar en de doelstellingen voor het huidige jaar. Het andere

informatiemoment zal worden gebruikt om de tussenstand weer te geven en eventuele aanpassingen in het beleid te communiceren naar de stakeholders.

### **3.2.3 Aanpak**

Sika Nederland B.V. (Utrecht en Deventer) zal twee keer per jaar naar buiten treden met de CO<sub>2</sub>-emissie inventaris en de reductiedoelstellingen. In de communicatie wordt vooral geïnformeerd over de huidige stand van zaken. Daarnaast zal de organisatie een initiatief toont om CO<sub>2</sub>-uitstoot te reduceren.

In de MVO groep van Sika Nederland B.V. worden belangrijke ontwikkelingen besproken en vastgesteld via welke kanalen een ontwikkeling wordt gecommuniceerd.

### **3.2.4 Middelen**

- Internet (website)
- Nieuwsbrieven
- Persbericht (bij openbaar belangrijk nieuws)

### **3.2.5 Planning**

Het uitgangspunt is dat de communicatie plaatsvindt in de eerste maanden na afloop van het voorgaande halfjaar. Op deze manier zijn bij elk communicatiemoment de actuele gegevens en de behaalde CO<sub>2</sub>-reductie beschikbaar, zie bijlage 4 van het handboek CO2 Prestatieladder.

## **4. Organisatie**

Voor een uitgebreide taakverdeling en verantwoordelijkheden zie bijlage 10 van het handboek CO2 Prestatieladder.

## **5. Ideeënbus**

Wanneer medewerkers van Sika Nederland B.V. (Utrecht en Deventer) een goed initiatief of idee hebben op het gebied van energie (reductie) kunnen zij dit melden bij de afdeling EQHS

## **6. Evaluatie**

Na uitvoering zal geëvalueerd worden hoe het communicatieplan verlopen is. Er zal hierbij vooral worden gekeken hoe de communicatiemomenten zijn uitgevoerd en of dit volgens planning is verlopen. De evaluatie vindt jaarlijks plaats met Marketing.

