



COMMUNICATIEPLAN FACILICOM GROUP 2024

Communicatieplan conform de gestelde eisen in
handboek CO₂-Prestatieladder 3.1

Auteur(s):
Mick de Ridder
Barbara van der Kooij

Geaccordeerd door thema-eigenaar directie:



Shahid Talib
Eigenaar Strategische Pijler

Geaccordeerd door afdeling corporate communicatie:



Barbara van der Kooij
Communicatieadviseur Facilicom Group

COLOFON

Het format voor deze rapportage is opgesteld door Facilicom Energiemanagement.

-

Facilicom Energiemanagement
Van Leeuwenhoekweg 1
5482 TK Schijndel

0495 - 590500

<https://www.facilicom-energie.nl/>
energie@facilicom.nl

Dit format mag uitsluitend worden ingezet voor eigen gebruik en niet voor commerciële doeleinden.

Inhoud

1. Inleiding.....	4
2. Communicatiedoelgroepen.....	5
2.1 Interne communicatiedoelgroepen	5
2.2 Externe communicatiedoelgroepen.....	6
3. Communicatiedoelstellingen	7
3.1 Interne communicatiedoelstellingen	7
3.2 Externe communicatiedoelstellingen.....	7
4. Communicatiekanalen, tijdsplanning & verantwoordelijkheden.....	8
4.1 Beschikbare communicatiekanalen.....	8
4.2 Communicatiekanalen per divisie	9
4.3 Tijdsplanning en bijbehorende verantwoordelijkheden communicatieplan	10
.....	11
4.2.1 Hoofdkanalen	12
4.2.2 Distributie communicatieberichten over divisies en bedrijfsonderdelen	12
5. Communicatie bij projecten met gunningsvoordeel.....	13

1. Inleiding

Voor u ligt het communicatieplan van Facilicom Group, hierna te noemen Facilicom. Bij Facilicom, een van de grootste werkgevers van Nederland, staat duurzaamheid hoog op de agenda. Dit communicatieplan is opgesteld met als doel om open en transparant te communiceren omtrent de CO₂-footprint, doelstellingen en voortgang. Het communicatieplan is opgesteld conform de eisen beschreven in het Handboek CO₂ – prestatieladder 3.1¹.

In het communicatieplan worden twee vormen van communicatie onderscheiden, respectievelijk interne en externe communicatie. Interne communicatie focust zich volledig op de communicatie gericht op de ruim 21.000 werknemers in Nederland werkzaam bij de verschillende divisies van het concern. Open en transparante communicatie draagt bij aan de bewustwording van de medewerkers omtrent CO₂-reductie. Daarnaast zorgt de communicatie over het CO₂-beleid ervoor dat de medewerkers zich verantwoordelijk voelen voor de gestelde doelen, waardoor Facilicom samen met zijn medewerkers een bijdrage kan leveren aan de samenleving van morgen. Facilicom heeft zichzelf als doel gesteld om in 2030 als een van de eerste grote organisaties CO₂ neutraal te zijn. Om dit ambitieuze doel te bereiken moeten de medewerkers op de hoogte zijn van dit doel en hun verantwoordelijkheden kennen. De missie ‘samen werken aan een betere leefomgeving voor iedereen’ is niet voor niets verankerd in de bedrijfsvoering van Facilicom.

Naast de interne communicatie, communiceert Facilicom ook extern. Op deze manier wil Facilicom ook zijn maatschappelijke verantwoordelijkheid nemen door te rapporteren aan belanghebbenden – bijvoorbeeld opdrachtgevers en leveranciers – over de voortgang van het CO₂-reductiebeleid. De keten- of sectorinitiatieven worden eveneens beschouwd als onderdeel van de externe communicatie. Deze initiatieven – zoals ‘Stichting Positieve Impact’ – zijn voor Facilicom een belangrijk instrument om kennis te vergaren voor het verder verbeteren van het CO₂-beleid. Daarnaast kan de kennisdeling en communicatie over het gevoerde CO₂-beleid vanuit Facilicom andere bedrijven vooruithelpen, waardoor Facilicom indirect bijdraagt aan het verduurzamen van Nederland. De Keteninitiatieven worden besproken in het document **Overzicht Keteninitiatieven FG - 2024**.

In dit communicatieplan worden in hoofdstuk 2 de externe en interne doelgroepen geïdentificeerd, waarna in hoofdstuk 3 de specifieke communicatiedoelstellingen per doelgroep worden besproken. In hoofdstuk 4 worden de gekozen communicatiekanalen, tijdsplanning en verantwoordelijkheden van het communicatieplan doorgenomen. Ten slotte wordt in hoofdstuk 5 een stroomschema gepresenteerd om te hanteren bij een project met gunningsvoordeel om adequaat extern te communiceren bij projecten met gunningsvoordeel.

¹ SKAO. (2020, juni). Handboek CO₂-prestatieladder 3.1.
https://media.skao.nl/content/ska/skadownload/CO2Prestatieladder%20Handboek%203.1_22-6-2020.pdf

2. Communicatiedoelgroepen

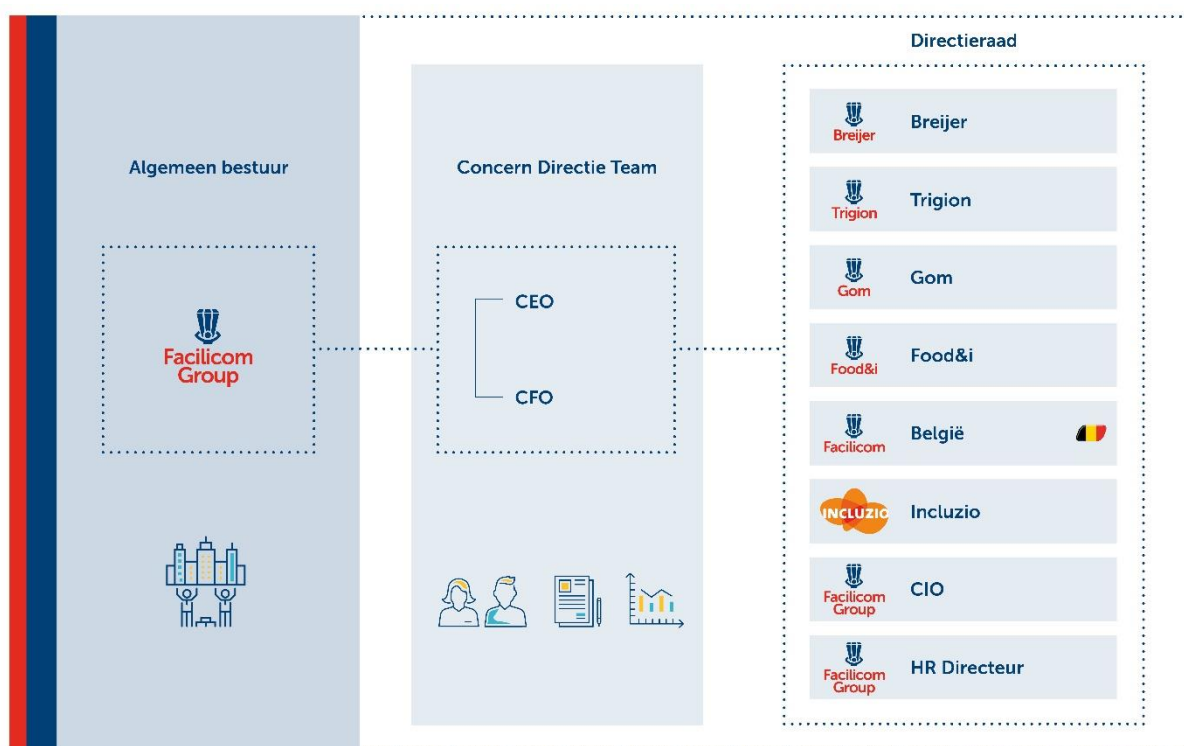
Met als doel de interne en externe belanghebbenden optimaal te activeren, worden deze interne en externe belanghebbenden onderverdeeld in verschillende communicatiegroepen. Door de identificatie van deze communicatiedoelgroepen wordt de boodschap aangepast aan de geïdentificeerde doelgroep. Om deze reden zullen de verschillende interne en externe communicatiedoelgroepen uiteengezet worden in respectievelijk subsectie 2.1 en subsectie 2.2.

2.1 Interne communicatiedoelgroepen

Om te bepalen welke interne communicatiedoelgroepen er zijn binnen Facilicom, is het van belang om de hiërarchische verhoudingen in het concern Facilicom Group te schetsen. De concerndirectie leidt het concern, waarbij de verschillende divisiedirecteuren nauw betrokken zijn bij het strategisch beleid van Facilicom Group (Figuur 1). Binnen deze divisies hebben de medewerkers uiteenlopende rollen van projectleider tot medewerkers werkzaam in de lijn. De beheerder van de CO₂-Prestatieladder communiceert het gevoerde beleid via de verschillende bestaande communicatiekanalen met als doel de bewustwording van de medewerkers te vergroten in nauwe samenwerking met de afdeling corporate communicatie en de programmamanager duurzaamheid.

De interne doelgroepen worden onderverdeeld in:

- CDT, management van de divisies en de ondernemingsraad;
- Medewerkers op kantoor;
- Medewerkers werkzaam in de lijn².



Figuur 1: Organogram

² Medewerkers van Facilicom werkzaam in de lijn, zoals schoonmakers, beveiligers en technici beschikken niet over een eigen werkplek, maar werken op de locaties van de klant. Om deze reden kunnen deze medewerkers minder makkelijk met digitale communicatieberichten of fysieke posters op kantoor worden bereikt. Hiermee moet rekening worden gehouden.

2.2 Externe communicatiedoelgroepen

Voor Facilicom is het van belang om de maatschappelijke verantwoordelijkheid te nemen. Facilicom beseft het belang voor de samenleving om samen te werken aan een duurzame en toekomstbestendige samenleving. Daarom is het als groot bedrijf van belang om de discussie over CO₂-uitstoot ook over de organisatorische grenzen heen te trekken. Om die reden worden de externe belanghebbenden – partijen waarmee Facilicom samenwerkt of belang hebben bij CO₂-reductie – geïnformeerd over de voortgang van het CO₂-beleid van Facilicom. Een bijkomend voordeel van deze gevoerde dialoog is dat Facilicom daarbij kennis vergaart en zijn eigen beleid verbetert. De voornaamste belanghebbenden van Facilicom zijn weergegeven in tabel 1, waarbij onderscheid is gemaakt tussen de belangrijkste stakeholders en bijvangst. Dit onderscheid is gemaakt om inzichtelijk te maken welke externe belanghebbenden belangrijk zijn voor het behalen van de ambitieuze reductiedoelstellingen van Facilicom.

Tabel 1: Externe belanghebbenden Facilicom

	Externe belanghebbende	Onderbouwing
Belangrijkste externe belanghebbende	Opdrachtgever(s) van projecten met gunningvoordeel	Opdrachtgevers van Facilicom Group besteden bij hun aanbestedingen steeds meer aandacht aan duurzaamheid. In sommige gevallen kiezen opdrachtgevers ervoor om een project met CO ₂ -Prestatieladder gerelateerd gunningvoordeel aan te besteden. Deze specifieke verdienen extra aandacht, zodat zij geïnformeerd worden over onze duurzaamheidsstappen.
	Opdrachtgevers/ Klanten	De klanten en opdrachtgevers van Facilicom hebben een grote variëteit door de verscheidenheid aan diensten binnen het concern Facilicom Group. Door samen met hen de verduurzamingsmogelijkheden te bespreken, kunnen we samen werken aan een betere leefomgeving.
	Leveranciers/ onderaannemers	Voor niveau 3 van de CO ₂ -prestatieladder is het niet verplicht om een ketenanalyse uit te voeren. Echter is er door Facilicom Group in de Duurzame inkoopcode vastgelegd wat er wordt verlangd van hen. ³ Voor Facilicom is het van belang om de dialoog te voeren met deze partijen, omdat zij direct bijdragen aan vermindering van de CO ₂ -uitstoot. Belangrijke voorbeelden zijn autodealers en energieleveranciers. Voornamelijk autodealers zijn belangrijk om de CO ₂ -uitstoot te kunnen reduceren, omdat het wagenpark veruit de grootste emissiestroom is.
	Brancheorganisaties en Keteninitiatieven	Voor Facilicom is het van belang om actief deel te nemen aan Keteninitiatieven – bijvoorbeeld MVO Nederland – en brancheorganisaties – zoals FMN – om samen te zorgen voor een leefbaar en duurzaam Nederland. Hierbij hebben we de Code verantwoord marktgedrag ondertekend. ⁴
	NGO's	Non-gouvernementele organisaties (NGO's) zijn organisaties met een maatschappelijk karakter, die hun invloed gebruiken om beleid van overheden en bedrijven te beïnvloeden.
Bijvangst	Overige belanghebbenden	Uitzendbureaus en andere partners, die ondersteunende diensten leveren en geen directe invloed hebben op het CO ₂ -beleid van Facilicom. Belangrijk is dat zij informatie kunnen terugvinden over de doelen en het beleid van Facilicom.
	De overheid	De ministeries vormen de bestuurlijke, wetgevende en handhavende macht in Nederland, waarbinnen Facilicom actief is. Vanuit deze organisaties wordt de CO ₂ -prestatieladder ook het vaakst als EMVI-criteria toegevoegd bij een aanbesteding.

³ Inkopen. (z.d.). Facilicom Group. <https://facilicom.nl/duurzaam/Inkopen>

⁴ Code verantwoord marktgedrag. Ondertekenaars. <https://www.codeverantwoordelijkmarktgedrag.nl/ondertekenaars/>

3. Communicatiedoelstellingen

Door de stakeholderanalyse is helderheid ontstaan over de te informeren doelgroepen. In dit hoofdstuk worden concrete communicatiedoelstellingen geformuleerd voor zowel de interne doelgroepen – subsectie 3.1 – als de externe doelgroepen – subsectie 3.2.

3.1 Interne communicatiedoelstellingen

Het doel van de interne communicatie over het gevoerde CO₂-beleid van Facilicom is om de medewerkers energiebewust te maken. Door de medewerkers energiebewust te maken kunnen de gekwantificeerde CO₂-reductiedoelstellingen van Facilicom worden behaald. Het is van belang dat de drie interne communicatiedoelgroepen worden geïnformeerd middels verschillende terugkerende communicatieberichten. Dit doel is opgesplitst in vier concrete subdoelen:

- Het bewustmaken en enthousiasmeren van management en medewerkers over de visie van Facilicom met betrekking tot duurzaamheid;
- De medewerkers op kantoor en medewerkers werkzaam in de lijn worden geïnformeerd over de ontwikkelingen rond het CO₂-beleid en de bijbehorende reductiedoelstellingen van Facilicom;
- De medewerkers op kantoor en medewerkers werkzaam in de lijn worden geïnformeerd middels communicatieberichten over welke individuele en collectieve bijdrage zij kunnen leveren aan het CO₂-beleid;
- De medewerkers van de divisies en overige bedrijfsonderdelen worden aangemoedigd om concrete voorstellen te doen om de CO₂-uitstoot verder te verminderen.

3.2 Externe communicatiedoelstellingen

Het doel van de externe communicatie is om externe belanghebbenden in staat te stellen een kritisch oordeel te vormen over de inspanningen van de organisatie, ook ten opzichte van andere organisaties. De organisatie weet vanuit tabel 1 welke externe partijen belang kunnen hebben bij energie- en CO₂-reductie. Deze doelen zijn opgedeeld in drie concrete communicatiedoelstellingen:

- Externe belanghebbenden worden geïnformeerd over de Carbon footprint (emissie-inventaris), de CO₂-reductiedoelstellingen en de CO₂-reductiemaatregelen van Facilicom;
- Externe belanghebbenden worden geïnformeerd over de voortgang van Facilicom ten aanzien van het lange termijn doel, CO₂ neutraal in 2030;
- De belangrijkste externe belanghebbenden worden via een vast aanspreekpunt op de website en communicatieberichten uitgenodigd om innovatieve ideeën te delen met Facilicom.

4. Communicatiekanalen, tijdsplanning & verantwoordelijkheden

Facilicom heeft zoals reeds is benoemd een divisiecultuur. Binnen deze divisies wordt gebruik gemaakt van verschillende communicatiekanalen om interne en externe belanghebbenden te informeren. Daarom worden in dit hoofdstuk allereerst de beschikbare communicatiekanalen binnen de organisatie besproken in subsectie 4.1. Via deze communicatiekanalen communiceert Facilicom door het jaar heen om de doelstellingen te behalen. Voor de verschillende communicatiemomenten zijn verschillende medewerkers van Facilicom verantwoordelijk. Deze verantwoordelijkheden worden gekoppeld aan de tijdsplanning in subsectie 4.2.

4.1 Beschikbare communicatiekanalen

Facilicom heeft, zoals reeds benoemd, een divisiecultuur. Binnen deze divisies wordt gebruikgemaakt van verschillende communicatiekanalen om interne en externe belanghebbenden te informeren. Veelal maken de divisies gebruik van dezelfde communicatiekanalen, maar er zijn ook verschillen in toepassing per divisie. Daarom worden in dit hoofdstuk allereerst de beschikbare communicatiekanalen binnen de organisatie besproken in subsectie 4.1. Voor meer informatie over de specifieke communicatiemiddelen per divisie kan subsectie 4.2 worden geraadpleegd. Via deze communicatiekanalen communiceert Facilicom door het jaar heen om de doelstellingen te behalen. Voor de verschillende communicatiemomenten zijn verschillende medewerkers van Facilicom verantwoordelijk. Deze verantwoordelijkheden worden gekoppeld aan de tijdsplanning in subsectie 4.3. Het is goed om te vermelden dat niet alle beschikbare communicatiekanalen per divisie ook daadwerkelijk worden geraadpleegd.

Tabel 2: Communicatiekanalen van Facilicom

Kanaal	Intern	Extern	Toepassing
Websitepagina	X	X	Op de website van Facilicom is een speciale pagina ingericht met als doel om belanghebbenden te informeren over de CO ₂ -ambitie en voortgang van Facilicom ⁵ . Hier is alle informatie op te vinden met betrekking tot de CO ₂ -prestatieladder; CO ₂ -footprint, reductiedoelstellingen, communicatieplan en Keteninitiatieven.
Nieuwsbericht of persbericht via bijv. de website/ Facto/ Websites van de divisies/ Website van bedrijfssonderdelen		X	Via de verschillende websites en platformen worden nieuwsberichten of persberichten geplaatst om externe belanghebbenden te informeren over de CO ₂ -footprint, reductiedoelstellingen, communicatieplan en Keteninitiatieven. Daarnaast worden deze kanalen gebruikt om nieuwe innovaties, die zijn toegepast of zullen worden toegepast middels een communicatiebericht aan externe belanghebbenden kenbaar te maken.
Personeelsblad	X		Het personeelsblad is een blad dat 2 of 3 keer per jaar wordt uitgegeven door Facilicom en wordt verspreid onder alle Nederlandse werknemers van Facilicom.
Facilicom Update	X		De Facilicom Update is een e-zine dat elke 6 tot 8 weken verstuurd naar iedereen met een Facilicom (of divisie) mailadres. In de update is eens in de zoveel tijd ruimte voor een verhaal over het CO ₂ -beleid.
Jaarverslag		X	Informatievoorziening met de belangrijkste resultaten van het afgelopen jaar. Elk jaar wordt in het jaarverslag de voortgang ten aanzien van de duurzaamheidsstrategie en de Sustainable Development Goals besproken, waarbinnen CO ₂ -reductie een belangrijk thema is ⁵ .

⁵ Facilicom Group. (z.d.). CO₂-ambitie. <https://www.facilicongroup.nl/nl/duurzaam/co2-ambitie>

Kanaal	Intern	Extern	Toepassing
Website SKAO		X	De informatie op de website van SKAO omvat de informatie over de Keteninitiatieven, het projectdossier van gegunde projecten, de CO ₂ -footprint en reductiedoelstellingen in het kader van transparant communiceren.
E-mail	X	X	Middels e-mail worden medewerkers en onderaannemers op de hoogte gebracht van hun verantwoordelijkheden binnen het CO ₂ -reductiebeleid van Facilicom.
Dialogoog		X	Met opdrachtgevers, overheid en NGO's wordt in het kader van een duurzame samenleving de dialoog aangegaan. Het CO ₂ -beleid dient besproken en indien gewenst toegelicht te worden aan externe belanghebbenden middels een dialoog.
Sociale Media	X	X	Facilicom is actief op verschillende sociale mediakanalen; LinkedIn, YouTube, Facebook. Sociale media worden door de norm niet als volwaardige communicatiekanaal beschouwd. Echter is het voor Facilicom van belang om op deze manier extra belanghebbenden te kunnen informeren.
Personeels-bijeenkomsten	X		Dit betreft onder andere bedrijfskick-offs, personeelsbijeenkomsten, teamsessies, toolboxen, etc., waarbij voor een grotere groep of meerdere groepen belangrijke informatie wordt medegedeeld. Tijdens deze bijeenkomsten wordt de aangelegenheid gebruikt om de medewerkers op de hoogte te stellen over het CO ₂ -beleid, doelstellingen en voortgang.
F-Link	X		Een platform van de divisie Facilicom Solutions, waarop gerichte informatie kan worden geplaatst voor de medewerkers binnen deze divisie. Belangrijke specifieke informatie is de informatie over het bij te houden projectdossier door projectleiders bij een project met gunningsvoordeel.
Informatieborden	X		In de kantoren waar informatieschermen aanwezig zijn worden door het jaar heen tips vermeld om als medewerker bij te dragen aan de ambitieuze CO ₂ -doelstellingen van Facilicom.
AFAS	X		Bijna alle medewerkers van Facilicom maken gebruik van AFAS als HR-systeem. Het is mogelijk om via dit HR-systeem nieuwsberichten te plaatsen.

4.2 Communicatiekanalen per divisie

Intern

Gom	Trigion	Incluzio	Breijer	FS	FS België	Food&I
Nieuwsbrief	Intranet	Nieuwsbrief	Nieuwsbrief	MT-overleg	Intranet	Nieuwsbrief
Teams	Trigion app	Teams	Teams	Intranet	MeetRoger	Teams
Intranet		Intranet	Monteurs-app	Nieuwsbrief	Nieuwsbrief	Intranet
Personeelsapp			Intranet			

Extern

Gom	Trigion	Incluzio	Breijer	FS	FS België	Food&I
Klantportaal	Klantdashboard	Website	Website	Website	LinkedIn	Website
LinkedIn	LinkedIn	Accountmanagers	Projectrapportages	Klantportalen	Website	LinkedIn
Website	Tenders	Tenders	LinkedIn	Tenders		Klantrapportages
Tenders			KPI's			
			Tenders			

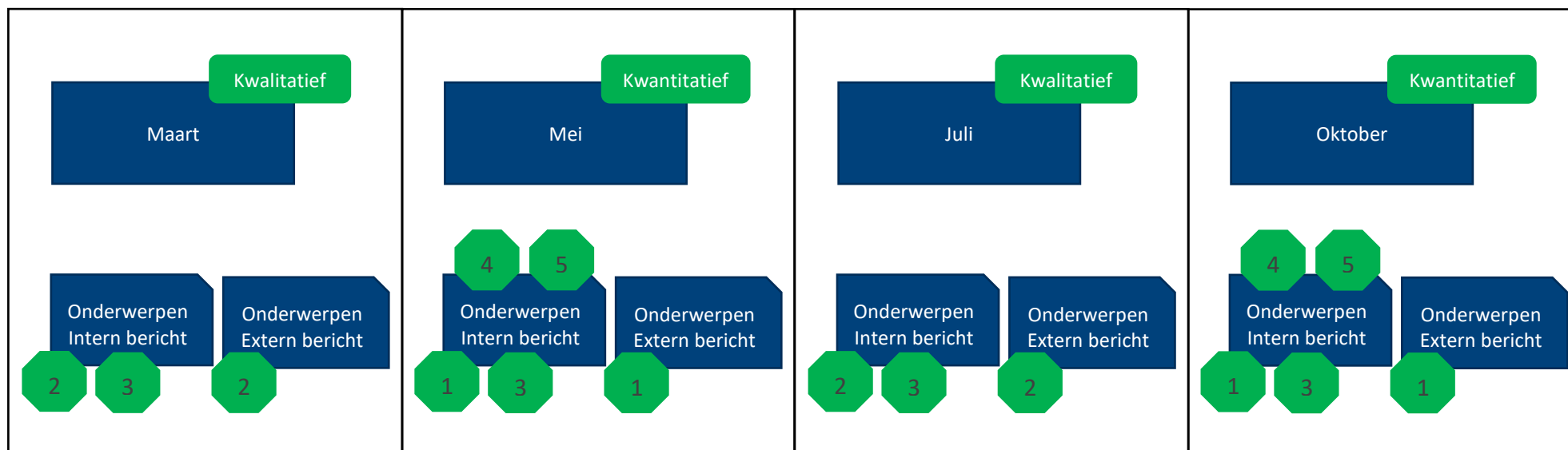
4.3 Tijdsplanning en bijbehorende verantwoordelijkheden communicatieplan

In tabel 3 is weergegeven wie verantwoordelijk is voor welke informatiestroom, waarmee Facilicom voldoet aan de eisen van de CO₂ prestatieladder en de eigen geformuleerde communicatiedoelstellingen borgt. In figuur 2 is de tijdsplanning visueel weergegeven. Een eindverantwoordelijke is bevoegd om zijn of haar communicatietask te delegeren aan een andere medewerker, maar behoudt altijd de volledige aansprakelijkheid. Naast de verantwoordelijkheid en de inhoud van de boodschap worden ook de communicatiedoelgroepen en frequentie benoemd. De benoemde onderwerpen van de communicatie hangen nauw samen met de vastgestelde communicatiedoelstellingen. De beheerder van de CO₂-prestatieladder is in nauwe samenwerking met de afdeling corporate communicatie verantwoordelijk voor een juiste uitvoering van het communicatieplan. Er kan gebruik gemaakt worden van het standaard format – poster of animatie – om de halfjaarlijkse interne communicatie uit te voeren. Deze standaardisatie van de communicatie moet voor herkenning zorgen bij de medewerkers, zodat het bewustzijn van de medewerkers wordt vergroot.

Tabel 3: Tijdsplanning en verantwoordelijke voor de communicatie vanuit Facilicom

Onderwerp	Doelgroep	Frequentie	Verantwoordelijke
Communiceren over de actuele emissie inventaris en de voortgang	Alle externe en interne belanghebbenden	Mei, Oktober	Afdeling corporate communicatie in samenwerking met de beheerder van de CO ₂ -Prestatieladder.
Informeren over de CO ₂ -voortgang en reductiedoelstellingen.	Alle externe en interne belanghebbenden	Maart, Juli	Afdeling corporate communicatie in samenwerking met de beheerder van de CO ₂ -Prestatieladder.
Informeren ontwikkelingen CO ₂ -beleid.	Alle medewerkers	Maart, Mei, Juli, Oktober	Afdeling corporate communicatie in samenwerking met de beheerder van de CO ₂ -Prestatieladder.
Activeren van input voor de verbetering van het CO ₂ -beleid.	Alle medewerkers	Mei, Oktober Vast onderdeel van de websitepagina	Afdeling corporate communicatie in samenwerking met de beheerder van de CO ₂ -Prestatieladder.
Informeren welke persoonlijke en collectieve bijdragen worden verwacht vanuit Facilicom.	Alle medewerkers	Mei, Oktober	Afdeling corporate communicatie in samenwerking met de beheerder van de CO ₂ -Prestatieladder.
Informeren over het CO ₂ -beleid bij projecten met gunningsvoordeel.	Opdrachtgevers/Klanten Leveranciers/onderaannemers NGO's	Bij elk project verkregen met gunningsvoordeel	Afdeling corporate communicatie in samenwerking met de beheerder van de CO ₂ -Prestatieladder.

Figuur 2: Visualisatie tijdsplanning



Onderwerpen:

1. Communiceren over de actuele emissie inventaris en de voortgang
2. Informeren over de CO2-voortgang en reductiedoelstellingen.
3. Informeren ontwikkelingen CO2-beleid.
4. Activeren van input voor de verbetering van het CO2-beleid.
5. Informeren welke persoonlijke en collectieve bijdrage worden verwacht vanuit Facilicom.

4.2.1 Hoofdkanalen

Het intranet en de eigen website van Facilicom Group zijn van groot belang om alle medewerkers halfjaarlijks te informeren over het CO₂-beleid en de voortgang. Deze twee communicatiekanalen worden dan ook als hoofdkanalen beschouwd. De reden hiervoor is dat de website voor iedereen beschikbaar is en het intranet zichtbaar is voor alle medewerkers, ook de medewerkers van autonome bedrijfsonderdelen.

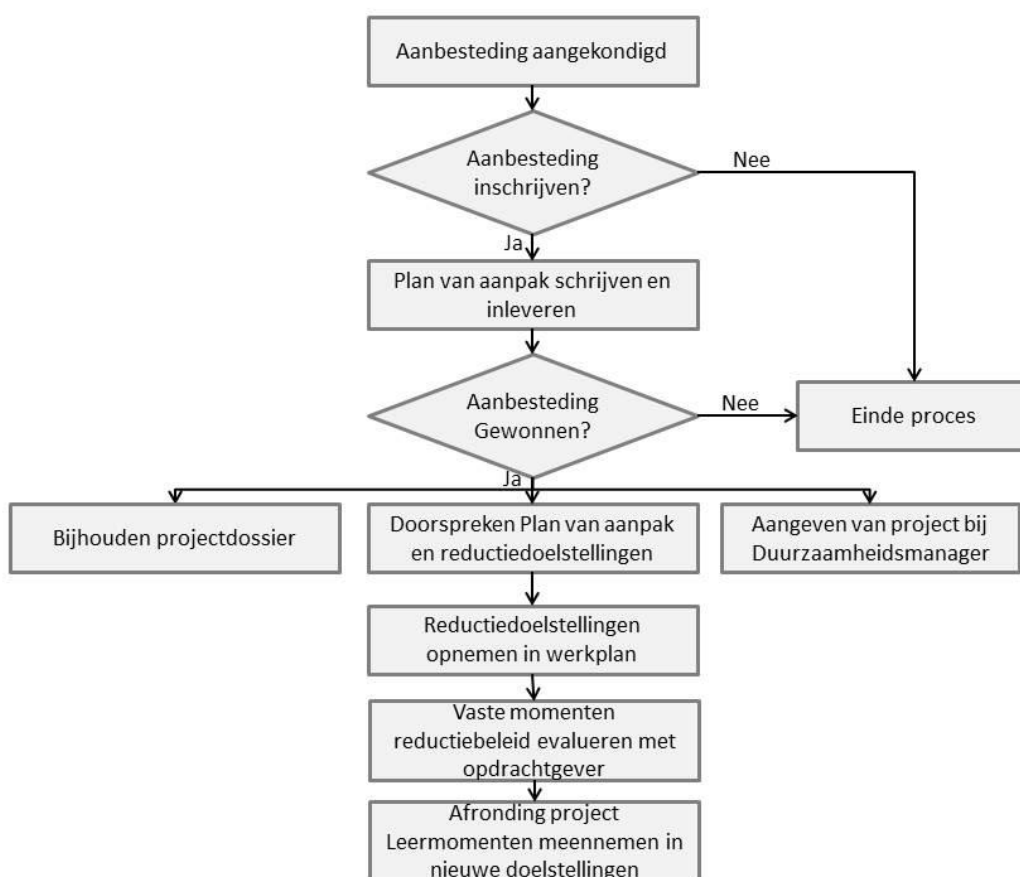
4.2.2 Distributie communicatieberichten over divisies en bedrijfsonderdelen

Op het moment dat er een communicatiebericht wordt geplaatst, wordt dit bericht indien gewenst aan de divisies en bedrijfsonderdelen verzonden door de afdeling corporate communicatie of de beheerder van de CO₂-prestatieladder. Door het grote aantal divisies en onderliggende bedrijfsonderdelen wordt er door de afdeling corporate communicatie een actueel overzicht bijgehouden met wie verantwoordelijk is voor welk communicatiekanaal. Te allen tijde maakt de afdeling corporate communicatie de afweging of en hoe een communicatiebericht wordt gedistribueerd.

5. Communicatie bij projecten met gunningsvoordeel

Bij projecten met gunningsvoordeel is het verplicht om apart te communiceren over onder andere de specifieke reductiedoelstellingen en CO₂-footprint. Het stroomschema weergegeven in figuur 3 is een hulpmiddel om de projectleider en andere projectleden te wijzen op het communicatieplan met betrekking tot een project. Uit het stroomschema kan worden geconcludeerd dat de communicatie bestaat uit verschillende fases in het project. Daarnaast is in het stroomschema opgenomen dat de projectleider of klantmanager – de eindverantwoordelijke van de aanbesteding – erop toeziet dat er een projectdossier wordt bijgehouden met onder andere informatie over de toegepaste reductiedoelstellingen voor het specifieke project.

Tot op heden loopt er een project met gunningsvoordeel binnen de divisie Trigion. Trigion levert beveiligingsdiensten aan de gemeente Schiedam. Voor dit lopende project worden periodiek de cijfers van Facicom gedeeld met de Gemeente Schiedam. Vanuit de divisies zijn er geen nieuwe projecten met gunningsvoordeel gewonnen. Vanuit een inventarisatie blijkt dat er wel aanbestedingen zijn geweest waar de CO₂-prestatieladder aan bod is gekomen, maar waar Facicom de gunning niet heeft gewonnen.



Figuur 3: Stroomschema voor projecten