

3C2 Communicatieplan CO2 reductie C.A. de Groot Holding B.V.



Inhoudsopgave

Inhoudsopgave.....	1
1 Inleiding.....	2
2 Doelgroepen en doelstellingen.....	2
2.1 Doelgroepen	2
2.2 Communicatiedoelstelling.....	3
3 Middelen en Planning	3
3.1 Planning interne communicatie.....	3
3.2 Planning externe communicatie.....	3
4 Communicatie inzake projecten met gunningsvoordeel.....	4

1 Inleiding

C.A. de Groot Holding B.V. heeft in haar beleidsverklaring vastgelegd dat Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen een voorwaarde is om in de toekomst succesvol te kunnen ondernemen.

Om deze reden is ervoor gekozen om onder meer duurzaamheid verder te integreren in haar bedrijfsvoering. Een van stappen hierin is de organisatie laten certificeren voor de CO₂-prestatieladder van de Stichting Klimaatvriendelijk Aanbesteden en Ondernemen (SKAO)

Dit communicatieplan heeft als doel om inzicht te geven in de wijze waarop C.A. de Groot richting haar interne- en externe doelgroepen communiceert over haar Carbon Footprint, reductiedoelstellingen, maatregelen en resultaten.

2 Doelgroepen en doelstellingen

2.1 Doelgroepen

In het communicatieplan wordt onderscheid gemaakt tussen interne en externe doelgroepen. Deze doelgroepen worden met behulp van verschillende communicatiemiddelen periodiek geïnformeerd over het beleid op het gebied van energiemangement, doelstellingen, maatregelen en de behaalde resultaten.

Interne doelgroepen:

- Directie
- Medewerkers
- Ingehuurd personeel

Externe doelgroepen:

- (Potentiële) klanten
- Leveranciers
- Brancheorganisaties en collega-bedrijven
- Overheidsinstellingen

2.2 Communicatiedoelstelling

Het doel van de communicatie is het op een heldere wijze overbrengen van het Energie Management Programma van C.A. de Groot en de bijbehorende doelstellingen, maatregelen en resultaten aan de interne en externe doelgroepen. Daarnaast zal er worden gecommuniceerd over de projecten waarop CO₂ gerelateerd gunningvoordeel is verkregen.

Het communicatieplan moet een bijdrage leveren aan de bewustwording van de betrokkenen (kennis), de bereidheid om te veranderen (houding) en de CO₂-uitstoot te verminderen (gedrag).

De communicatie uitingen moeten onafhankelijk van de doelgroep de boodschap uitdragen dat C.A. de Groot een professionele organisatie is waar maatschappelijk verantwoord ondernemen betekent ondernemen met aandacht voor de drie p's: People, Planet en Profit.

3 Middelen en Planning

Met behulp van de communicatiemiddelen zullen de doelgroepen periodiek geïnformeerd worden over het beleid op het gebied van energiemangement, doelstellingen, maatregelen en de behaalde resultaten. Hiervoor is voor de verschillende doelgroepen een planning opgesteld.

3.1 Planning interne communicatie

Communicatiemiddel	Frequentie	Verantwoordelijke
Plaatsing nieuwsitem website	2 x per jaar	Directie / marketing en comm.
Sociale media posts van items	4 x per jaar	Marketing en communicatie
Personeelsvergadering	2 x per jaar	Directie

3.2 Planning externe communicatie

Communicatiemiddel	Frequentie	Verantwoordelijke
Website	Halfjaarlijks na gereedkomen footprint (of bij tussentijdse update)	Directie / Hoofd KAM/HR/IT
Leveranciers	Halfjaarlijks na gereedkomen footprint (of bij tussentijdse update)	Secretarieel medewerker / Calculator
Opdrachtgevers	Halfjaarlijks na gereedkomen footprint (of bij tussentijdse update)	Directie

Voor de interne en externe communicatie zal dit verder worden geconcretiseerd in de vorm van een communicatiekalender binnen de organisatie in Q3 2023.

4 Communicatie inzake projecten met gunningsvoordeel

C.A. de Groot Holding B.V. maakt gebruik van de verschillende communicatiemiddelen om de doelgroepen te informeren over nieuwe contracten en projecten die zijn gegund. Indien het om projecten gaat waarbij sprake is van gunningsvoordeel op basis van de CO2-prestatieladder zal er naast de standaardinformatie zoals projectinhoud en looptijd ook worden gecommuniceerd over de specifieke CO2-maatregelen en –doelstellingen die betrekking hebben op het project.

Daarnaast zal er bij projecten waarbij sprake is van gunningsvoordeel, in overleg met de opdrachtgever, worden bepaald of er naast de bestaande communicatiemiddelen en de bijbehorende planning aanvullende communicatie nodig is om de bij het project betrokken doelgroepen te informeren en met welke frequentie dit moet plaatsvinden.

Indien gewenst zal er voor deze projecten ook een specifiek communicatieplan worden opgesteld

Wijzingenbeheer 3C2 Communicatieplan CO2 reductie

Wijziging naar:

Versie 3, d.d. 26-08-2019

Wijziging betreft:

Aanpassing doorgevoerd in de communicatiematrix. Jaarlijks na gereedkomen footprint zal extern worden gecommuniceerd zoals opgenomen in de matrix.