

COMMUNICATIEPLAN



Centercon B.V.

Versie	datum	Opgesteld door	Geaccordeerd door
2.0	Juli 2017	Kwaliteitscoördinator	Directie Centercon B.V.

Inhoudsopgave

INLEIDING	3
1. DOELGROEPEN, BOODSCHAP EN COMMUNICATIEMIDDELEN	4
1.1 INTERNE BELANGHEBBENDEN	4
1.2 EXTERNE BELANGHEBBENDEN	4
2. COMMUNICATIESCHEMA	6

Inleiding

Dit communicatieplan geeft een beschrijving van de manier waarop de communicatie in het kader van de CO₂-prestatieladder is geregeld binnen Centercon als bedoeld in het handboek van de CO₂-prestatieladder 2.2 d.d. 4 april 2014.

Informatie over de CO₂-footprint en de reductiedoelstellingen worden zowel intern als extern gecommuniceerd. Het energiebeleid, mogelijkheden tot individuele bijdrage tot reductie, huidig energieverbruik en trends in het bedrijf worden meegenomen in diverse communicatievormen.

In dit communicatieplan zijn de verantwoordelijkheden, de wijze van communicatie en de daarbij behorende taken omschreven.

1. Doelgroepen, boodschap en communicatiemiddelen

Centercon heeft voor haar communicatieplan gekeken naar wie de belangrijkste belanghebbenden zijn voor de organisatie en maakt daarbij onderscheid in 2 hoofddoelgroepen:

- Interne belanghebbenden;
- Externe belanghebbenden.

Tevens heeft Centercon gekeken naar wat zij wil bereiken met de communicatie en welke communicatiemiddelen hiervoor het beste kunnen worden ingezet.

1.1 Interne belanghebbenden

De interne belanghebbenden kunnen worden onderverdeeld in:

- Directie en management;
- Aandeelhouders;
- Werknemers.

De interne communicatie gaat met name over:

- Doelen en ambities in het kader van de CO₂-emissiereductie;
- Voortgang en resultaten;
- Deelname aan initiatieven;
- (indien van toepassing) doorwerking naar projecten.

Centercon wil met haar communicatie bereiken dat alle intern belanghebbenden bekend zijn met het bestaan van, het belang van en de eigen verantwoordelijkheid bij de CO₂-reductie binnen de organisatie.

Afhankelijk van de doelgroep worden verschillende media en middelen ingezet. Voor de interne communicatie over het energiebeleid en CO₂-reductie worden de volgende communicatiemiddelen ingezet:

- Personeelsbijeenkomsten; minimaal tweemaal per jaar vindt er een personeelsinformatiebijeenkomst plaats. Tijdens deze bijeenkomsten wordt o.a. het energiebeleid en de voortgang van de doelstellingen door de directie medegedeeld aan alle werknemers;
- Intranet; Informatie in het kader van duurzaamheid en de CO₂-prestatieladder worden middels een digitale nieuwsbrief minimaal tweemaal per jaar aan alle werknemers gecommuniceerd via het Intranet op Heliportal;
- Directieverslag; Maandelijks worden de medewerkers geïnformeerd over onderwerpen als duurzaamheid, de CO₂-prestatieladder, het energiebeleid en de reductiedoelstellingen;
- Directie- en management overleg; Het energiebeleid, de CO₂-footprint, de reductiedoelstellingen en trends en ontwikkelingen binnen de organisatie zijn onder het kopje MVO als vast agendapunt opgenomen;
- E-mail; de interne belanghebbenden worden via email geïnformeerd over gerelateerde onderwerpen.

1.2 Externe belanghebbenden

De (mogelijk) externe belanghebbenden kunnen worden onderverdeeld in:

- Groepsmaatschappijen;
- Klanten en opdrachtgevers;
- Leveranciers;
- Branche genoten die met CO₂-reductie bezig zijn;
- Arbeidsmarkt;

- Niet Gouvernementele Organisaties (NGO's) zoals;
 - o Branche organisatie WTG;
 - o Duurzame leverancier.nl;
 - o Duurzaam mkb;
 - o Natuur en Milieu;
 - o Cleaner Car Contracts (nog in overleg betreffende deelname).
- Gouvernementele Organisaties (GO's), overheden en overheidsinstellingen zoals;
 - o Landelijke overheden;
 - o Provincies; provincie waar Centercon is gevestigd;
 - o Gemeenten; gemeente waar Centercon is gevestigd;
 - o Overheidsinstellingen; instellingen zoals Politie en brandweer etc als instelling waar Centercon als bedrijf mee in aanraking komt.

De externe communicatie gaat met name over:

- Doelen en ambities in het kader van de CO₂-emissiereductie;
- Voortgang en resultaten;
- Deelname aan initiatieven;
- (indien van toepassing) doorwerking naar projecten.

Centercon wil met haar communicatie bereiken dat alle extern belanghebbenden bekend zijn met het bestaan van, het belang van en de eigen verantwoordelijkheid bij de CO₂-reductie binnen de organisatie.

Afhankelijk van de doelgroep worden verschillende media en middelen ingezet. Voor de externe communicatie over het energiebeleid en CO₂-reductie worden de volgende communicatiemiddelen ingezet:

- Internet: www.centercon.nl; Centercon heeft op internet een aparte pagina met informatie over MVO en duurzaamheid. Hier staat informatie over de CO₂-prestatieladder en alle onderliggende documenten. Deze wordt minimaals twee keer per jaar aangepast;
- Internet: www.duurzameleverancier.nl; Centercon houdt hier ieder kwartaal haar CO₂ emissie gegevens bij;
- Digitale nieuwsbrieven; Centercon brengt regelmatig een digitale nieuwsbrief uit. Deze nieuwsbrief wordt gestuurd aan de belangrijkste klanten en opdrachtgevers. Centercon communiceert via deze nieuwsbrief minimaal een keer per jaar haar inspanningen en behaalde resultaten op het gebied van duurzaamheid en de CO₂-prestatieladder.

2. Communicatieschema

Interne communicatie:

Actie	Frequentie	Datum	Inhoud	Verantwoordelijke
Personeelsbijeenkomst	2 a 3x per jaar	Gedurende het kalenderjaar	Reductiedoelstellingen , energiebeleid en voortgang	Directie
Intranet (Heliportal)	2x per jaar	Januari, juli	Reductiedoelstellingen , energiebeleid en voortgang	Kwaliteit coördinator
Directie en management overleg en directieverslag	Minimaal 2x per jaar	Gedurende het kalenderjaar	Duurzaamheid, CO2-prestatieladder, energiebeleid, reductiedoelstellingen en trends en ontwikkelingen	Directie
E-mail	Adhoc		Gerelateerde onderwerpen	Kwaliteit coördinator

Externe communicatie:

Actie	Frequentie	Datum	Inhoud	Verantwoordelijke
Internet www.centercon.nl	2x per jaar	Januari, juli	CO ₂ -prestatieladder en onderliggende documenten	Kwaliteit coördinator
Internet www.duurzameleverancier.nl	2x per jaar	Januari, juli	CO ₂ -emissie inventarisatie	Kwaliteit coördinator