



Communicatieplan CO₂-prestatieladder gAvilar B.V.



Documentgegevens

Bedrijf : gAvilar B.V.
Adres : Kamerlingh Onnesweg 63, 3316 GK Dordrecht
Opgesteld : R. ten Hove
Functie : QHSE-coördinator

Gecontroleerd : P. Klijs
Functie : **Directeur**

Akkoord : A. Visser
Functie : **Directeur**

Datum : 07 september 2016
Versie : 2.0

Inhoudsopgave	Pag.
1. Inleiding	3
2. Doelstelling	3
3. Doelgroepen	3
3.1. Interne doelgroepen	3
3.1.1. Wie	3
3.1.2. Wat	3
3.1.3. Communicatiemiddelen	3
3.1.4. Frequentie / verantwoordelijken	4
3.2. Externe doelgroepen	4
3.2.1. Wie	4
3.2.2. Wat	4
3.2.3. Communicatiemiddelen	5
3.2.4. Frequentie / verantwoordelijken	5
4. Evaluatie	5

Bijlage: Voorbeeld afftekenlijst werkoverleg gAvilar B.V.

1. Inleiding

Naast het hebben van een CO₂-beleid en reductiedoelstellingen is het ook van belang om te communiceren over dit beleid. Omdat medewerkers invloed kunnen hebben op het behalen van de doelstellingen is het belangrijk iedere medewerker bewust te maken van deze doelstellingen en hun aandeel hierin. Ook het rapporteren van de voortgang en resultaten van de acties ten aanzien van CO₂-reductie vormt een vast onderdeel van de communicatie

Om ons CO₂-beleid en daarmee onze maatschappelijke betrokkenheid uit te dragen is externe communicatie een belangrijk hulpmiddel. Hierbij is het van belang te weten wie onze zogenaamde "stakeholders" zijn.

Dit communicatieplan bevat zowel de interne als externe communicatie en vervult de eis van de CO₂-prestatieladder 3.C.2. van SKAO.

2. Doelstelling

De doelstelling van dit communicatieplan is inzicht te geven hoe de communicatie over het CO₂-beleid en de CO₂-reductiedoelstellingen binnen gAvilar is georganiseerd.

3. Doelgroepen

3.1. Interne doelgroepen

3.1.1. Wie

De interne doelgroep bestaat uit alle medewerkers werkzaam bij gAvilar. Dit betreft zowel de vaste medewerkers (fte's), medewerkers op contract basis als uitzendkrachten werkzaam in de binnen of buitendienst.

3.1.2. Wat

De interne communicatie zal vooral bestaan uit het uitdragen van het CO₂-beleid en de voortgang van de acties ten aanzien van het realiseren van de individuele energiereductie doelstellingen. Tevens zal waar mogelijk een beroep worden gedaan op de medewerkers om hun steentje bij te dragen aan het behalen van de doelstellingen.

3.1.3. Communicatiemiddelen

De communicatiemiddelen die voor interne communicatie ter beschikking staan zijn:

- QHSE-nieuwsbrief
- Publicatieborden (2x)
- Lichtkrant waarop korte boodschappen kunnen worden getoond die regelmatig worden herhaald

- Management review, vooral bedoeld voor het MT en de systeem-directievertegenwoordigers.
- Werkoverleg in een frequentie van minimaal 2x per jaar (zie aftekenlijst)
- QHSE-rapportage, waarin informatie wordt vermeld over o.a. energieverbruik, afvalstromen, resultaten van doelstellingen en de CO2-footprint

3.1.4. Frequentie / Verantwoordelijkheden

Hieronder wordt in tabelvorm aangegeven hoe vaak een bepaald communicatiemiddel wordt toegepast en wie de initiator is;

Communicatiemiddel	Doelgroep	Frequentie (minimaal)	Verantwoordelijk
<i>QHSE-Nieuwsbrief</i>	Interne medewerkers	3x per jaar	QHSE, Operations
<i>Publicatieborden</i>	Interne medewerkers	Zoveel als nodig is	QHSE
<i>Lichtkrant</i>	Interne medewerkers	Zoveel als nodig is	QHSE
<i>Management review</i>	MT, directievertegenwoordigers	3x per jaar	MT
<i>Werkoverleg</i>	Interne medewerkers	2x per jaar	Operations
<i>QHSE-rapportage</i>	Interne medewerkers	1x per jaar	QHSE

3.2. Externe doelgroepen

3.2.1. Wie

De externe doelgroepen kunnen worden onderverdeeld in

- Klanten
- De aandeelhouders
- De bevoegde instanties (milieudienst, gemeente, provincie)
- Leveranciers
- Certificerende instanties (o.a. Dekra)

3.2.2. Wat

De externe communicatie zal vooral bestaan uit informatievoorziening over de CO2-emissie inventaris, en de voortgang van reductiedoelstellingen en keteninitiatieven.

3.2.3. Communicatiemiddelen

De communicatiemiddelen die voor externe communicatie ter beschikking staan zijn:

- De gAvilar website
- De SKAO website
- De gAvilar nieuwsbrief
- Persoonlijk contact tijdens klantbezoeken / externe audits

3.2.4. Frequentie / verantwoordelijkheden

Hieronder wordt in tabelvorm aangegeven hoe vaak een bepaald communicatiemiddel wordt toegepast en wie de initiator is;

Communicatiemiddel	Doelgroep	Frequentie (minimaal)	Verantwoordelijk
<i>gAvilar website</i>	Klanten, leveranciers, bevoegde instanties, certificerende instanties	Continu bijhouden relevante informatie, halfjaarlijks voortgangsrapportage	QHSE-Directie
<i>SKAO website</i>	Algemeen	1x per jaar	Directie
<i>gAvilar nieuwsbrief</i>	Klanten	1x per jaar	Sales & Marketing
<i>Persoonlijk contact</i>	Klanten, aandeelhouders	Tijdens (klant)bezoeken en klantaudits	Sales & Marketing, Operations

4. Evaluatie

De evaluatie van het communicatieplan op doeltreffendheid is een vast item op de agenda van de management review en zal zodoende 3x per jaar worden uitgevoerd. Eventuele verbetervoorstellen kunnen hiervan het gevolg zijn.