

Communicatieplan



Het vermenigvuldigen van deze documentatie en/of het vertrekken van gegevens aan derden in welke vorm dan ook is te allen tijde verboden, tenzij hiervoor schriftelijk toestemming is verkregen van de directie, directievertegenwoordiger of KVMG manager van BGA Harlingen B.V.



1. Inleiding

BGA Harlingen heeft in haar strategisch businessplan 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. Dit communicatieplan heeft als doel om inzicht te geven in de wijze waarop BGA Harlingen 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 BGA Harlingen 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 BGA Harlingen 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

Overleg / middel	Betrokkenen	Onderwerpen o.a.	Frequentie
Personeelsbijeenkomst of info via pers. blad	Iedereen binnen het bedrijf	Kwaliteits- en VGM beleid, CO2 ladder, suggesties personeel, Systeemevaluatie, schade's.	Min. eens per jaar
Management overleg	Directie, bedrijfsbureau, bedrijfsleider, projectleider	Projecten, kwaliteit & VGM, CO2 ladder, financiën, bedrijfsinterne zaken en verbetertrajecten.	2 wekelijks, CO2 indien van toepassing
Uitvoerdersoverleg	Bedrijfsleider, uitvoerders	Voortgang projecten, KVGM- en CO2 ladder aspecten.	2 wekelijks, CO2 indien van toepassing
Startwerkbespreking	Werkvoorbereider, projectleider en uitvoerder	KVGM-en energiebeleid en projectgegevens, overdracht gegevens/instructies	Bij begin project
Toolboxmeeting	Alle uitvoerende medewerkers, directie en uitvoerders	VGM, CO2 prestatieladder	CO2 minimaal 2 maal per jaar
Internet	Alle medewerkers	Actuele zaken	Minimaal 2 maal per jaar

3.2. Planning externe communicatie

Overleg / middel	Betrokkenen	Onderwerpen o.a.	Frequentie
Website	Belangstellenden intern en extern	CO2 reductie / MVO	Minimaal 2 maal per jaar
Bedrijven contactdagen	Klanten, overheden, overige relaties	Kennismaking met BGA Harlingen en dochterbedrijven	Minimaal 1 maal per jaar



4. Communicatie inzake projecten met gunningsvoordeel

BGA Harlingen maakt gebruik van 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/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 een specifiek communicatieplan worden opgesteld.