

Communicatieplan Huijbregts Infra

In dit communicatieplan is beschreven hoe Huijbregts communiceert met in- en externe stakeholders. Daarvoor wordt eerst een identificatie van de in- en externe stakeholders gemaakt waarna per doelgroep wordt vastgesteld wat de over te brengen boodschap is. Vervolgens wordt een strategie bepaald om deze boodschap over te brengen op een effectieve wijze en wordt bepaald welke middelen daarvoor nodig zijn.

1. Doelgroepen (identificatie in- en externe stakeholders)

In het communicatieplan wordt onderscheid gemaakt tussen in- en externe doelgroepen. Deze doelgroepen worden met behulp van verschillende communicatiemiddelen periodiek geïnformeerd over het beleid met betrekking tot het energiemangement, de doelstelling, maatregelen en behaalde resultaten op het gebied van CO₂-uitstoot reductie.

1.1.1 Interne doelgroep

Onder de interne doelgroep vallen de stakeholder die in de onderstaande tabel met de bijbehorende belangen.

Stakeholder	Belang
Aandeelhouders	Beleid
Directie	Beleid Budget beschikbaar stellen
UTA en cao medewerkers (incl. ingehuurd personeel)	Voortgang van reductie beleid/doelstellingen Invloed op de reductie Input

1.1.2 Externe doelgroep

Onder de externe doelgroep vallen de stakeholder die in de onderstaande tabel met de bijbehorende belangen.

Stakeholder	Belang
(potentiele) klanten/opdrachtgevers	Imago Inkoopvoorwaarden
Onderaannemers/leveranciers	Voldoen aan de inkoopvoorwaarden
Overheidsinstellingen	Voldoen aan wet- en regelgeving
Brancheorganisaties en collega bedrijven	Uitwisselen van kennis omtrent milieu- en energiemangement.

1.2 Boodschap per doelgroep en communicatie uitingen

Huijbregts Infra wil de in- en externe doelgroep informeren over het CO₂-reductieplan waar zij mee bezig is. Hiervoor worden de volgende onderdelen in- en extern gecommuniceerd:

- energiebeleid;
- informatie over het energieverbruik;
- reductiedoelstellingen en de voortgang hiervan;
- mogelijkheden voor individuele bijdragen*.

*De mogelijkheden voor individuele bijdragen wordt enkel gecommuniceerd met de interne doelgroep.

De communicatie moet een bijdrage leveren aan de bewustwording van de betrokkenen (kennis), de bereidheid om te veranderen (houding) en de CO₂- uitstoot reductie (gedrag). De communicatie uitingen moeten

Communicatieplan (versie 1, 2021)

onafhankelijk van de doelgroep de boodschap uitdragen dat Huijbregts Infra een professionele organisatie is waarbij rekening wordt gehouden met de drie P's: People, Planet en Profit.

1.3 Communicatie middelen

Om de diverse doelgroepen te bereiken wordt gebruikt gemaakt van de onderstaande communicatiemiddelen en verschijningsfrequenties.

Communicatiemiddel	Doelgroep	Frequentie	Verantwoordelijke
Website	Extern en intern	Continue toegankelijk 2x per jaar bijwerken	Martijn Huijbregts
Toolbox	Intern	2x per jaar	Martijn Huijbregts

1.3.1 Website

Op de website wordt gecommuniceerd over het CO₂-programma van Huijbregts Infra. Dit gebeurt aan de hand van de volgende informatie:

- energiebeleid;
- CO₂ footprint (samenvatting van emissies, kwantificatie en tonnage);
- reductiedoelstellingen (samenvatting van het energie managementactieplan);
- reductiemaatregelen;
- mogelijkheden voor een individuele bijdrage;
- keteninitiatieven;
- CO₂-prestatieladder niveau 3-certificaat.

1.3.2 Toolbox

Het personeel van Huijbregts Infra wordt doormiddel van een toolbox geïnformeerd over de doelstellingen en maatregelen met betrekking tot de CO₂-reductie. Wanneer personeelsleden vragen hebben of suggesties willen geven om CO₂ uitstoot te reduceren kunnen zij dit aangeven bij de KAM-coördinator. In de toolbox worden de volgende onderwerpen behandeld:

- energiebeleid;
- CO₂ footprint (samenvatting van emissies, kwantificatie en tonnage);
- reductiedoelstellingen (samenvatting van het energie managementactieplan);
- reductiemaatregelen;