



## **COMMUNICATIE- PLAN**

Het vermenigvuldigen van deze documentatie en / of het verstrekken van gegevens aan derden in welke vorm dan ook is ten aller tijde verboden, tenzij hiervoor schriftelijk toestemming is verkregen van de directie van Revoort.

## 1. Inleiding

Revoort heeft in haar beleid 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. Eén van de stappen hierin is de organisatie laten certificeren voor de CO<sub>2</sub>-prestatieladder van de Stichting Klimaatvriendelijk Aanbesteden en Ondernemen.

Dit communicatieplan heeft als doel om inzicht te geven in de wijze waarop Revoort 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;
- Sleutelpersonen (KVGGM-manager en assistent controller)
- Ingehuurd personeel.

Externe doelgroepen:

- (Potentiële) klanten;
- Leveranciers;
- Gemeentes
- Provincie Groningen
- Provincie Drenthe
- SKAO

Bovengenoemde partijen kunnen eventueel belang of invloed hebben op de energiereductie binnen Revoort.

### 2.2. Communicatiedoelstelling

Het doel van de communicatie is het op een heldere wijze overbrengen van het Klimaattransitieplan van Revoort. 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 Revoort. 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	Betrokkenen	Onderwerpen o.a.	Frequentie
Werkoverleg	Iedereen binnen het bedrijf	Uitvoering werken, dagelijkse zaken (geen notulen)	Dagelijks
Projectmatig overleg	Voorman, alle medewerkers op het project, inclusief inhuur	Bespreking V&G-plan, risico's op het werk, uitvoering van het werk, CO2 prestatieladder	Voor aanvang van werk Alleen CO2 bij CO2 gegund werk
Introductie	KVGM-coördinator, nieuwe medewerker	Regels en instructies binnen het bedrijf	Nieuwe medewerker
Toolboxmeeting	Voorman/DTA, alle uitvoerende medewerkers inclusief inhuur	VGM onderwerpen, CO2 onderwerpen (2 maal per jaar)	Minimaal 10 maal per jaar, waarbij halfjaarlijks 2x CO2
Directiebeoordeling	Directeur + KVGM-coördinator	Agenda directiebeoordeling	Jaarlijks

**- De voortgang van de doelstellingen, emissie inventaris en beleid worden halfjaarlijks in een toolboxmeeting besproken zodra de gegevens bekend zijn.**

### 3.2. Planning externe communicatie

Overleg/ middel	Betrokkenen	Onderwerpen	Frequentie
Website	Belangstellenden intern en extern	Energiebeleid Footprint* Emissie inventaris* Verantwoording reductiedoelstellingen* WaardeKetenanalyse Deelname samenwerking	Jaarlijkse update of bij wijzigingen
Website SKAO	Belangstellenden extern	Scope 3 analyse WaardeKetenanalyse Deelname samenwerking	Jaarlijkse update of bij wijzigingen

## 4. Communicatie inzake projecten met gunningsvoordeel

Revoort maakt gebruik van verschillende communicatiemiddelen om de betrokken 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 opdrachtgevers en eventuele onderaannemers 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.

Betrokken doelgroepen/projectpartners kunnen zijn:

- Opdrachtgever(s)
- Onderaannemers
- Betrokken overheden

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