Programma	PRM01h Communicatieplan CO_2-Prestatieladder				
Opgesteld	Gecontroleerd	Goedgekeurd	Revisie	Datum	Pagina
A. Dorenbosch	P. van Leent	J. Toes	03	31-10-2016	Pagina 1 van 10

1.0 Inleiding

Visser & Smit Hanab (V&SH) ontwikkelt, bouwt en onderhoudt verbindingen, netwerken en installaties voor water, energie en communicatie. In deze branche willen wij ons profileren als duurzame partner. Dit uit zich onder andere in onze keuze van projecten die we de afgelopen jaren hebben uitgevoerd. Zo hebben wij vele projecten gerealiseerd op het gebied van toepassing van restwarmte, geothermie, drinkwaterwinning, opslag van CO_2 en het hergebruik van CO_2 in kassen. Wij willen onze klanten de meerwaarde bieden van een duurzaam product, zonder concessies te doen op het gebied van kosten, kwaliteit of planning. Deze meerwaarde creëren wij niet alleen, maar realiseren wij in de keten.

Transparantie is van groot belang wanneer het gaat om onze emissies en behaalde reducties. Op projectbasis staat hierbij een terugkoppeling over de behaalde besparingen naar onze opdrachtgever centraal. Hierin stellen wij ons als doel de meerwaarde voor de opdrachtgever uit te drukken in concrete getallen. Ook voor overige stakeholders binnen en buiten het bedrijf zijn kennisgeving van onze strategie, doelstellingen en vooruitgang en innovaties van groot belang. Het identificeren van alle belanghebbenden is een belangrijk doel van dit plan. Een persoonlijke dialoog met direct belanghebbenden en het bijsturen van onze strategie op basis van de input van onze stakeholders zijn speerpunten van de organisatie.

Dit communicatieplan is opgesteld in overleg tussen de KAM-afdeling en de afdeling Communicatie van Visser & Smit Hanab (V&SH) en beschrijft de wijze waarop V&SH haar ambities en maatregelen op het gebied van CO_2-reductie zowel intern als extern kenbaar maakt. Uitgangspunt daarbij zijn de CO_2-footprint en de halfjaarlijkse rapportage van het bedrijf.

2.0 Strategie

Het CO_2-communicatieplan onderschrijft het belang van CO_2-reductie voor Visser & Smit Hanab en borgt de communicatie van onze prestaties naar de juiste stakeholders. Het CO_2-reductieprogramma van V&SH richt zich er op een meerwaarde te creëren voor onze opdrachtgevers en in samenwerking met de keten onze impact op het milieu te verkleinen. Zowel intern als extern geeft dit communicatieplan inzicht in het CO_2-beleid en de prestaties en innovaties. Allereerst moet de noodzaak van CO_2-reductie voor iedereen duidelijk zijn (kennisoverdracht). Naast kennis moet de communicatie bijdragen aan een positieve houding ten opzichte van CO_2-reductie die moet leiden tot een milieubewust gedrag.

Daarnaast is het van belang de meerwaarde die onze inzet levert aan onze producten en diensten op de juiste wijze te communiceren met externe stakeholders. In onze samenwerking in de keten, staan het halen en brengen van informatie centraal. Daarnaast wordt positief gestuurd op het implementeren van succesvol gebleken maatregelen bij leveranciers en onderaannemers.

De verantwoordelijke voor communicatie heeft als taak om aan de hand van de inhoudelijke input te bepalen welke communicatiemiddelen er ingezet moeten worden om de informatie zo effectief mogelijk aan de verschillende doelgroepen te communiceren. De communicatieadviseur is verantwoordelijk voor de uitvoering en het actueel houden van het plan.

7 november 2016
Aline Dorenbosch
Senior Communicatieadviseur

3.0 Communicatiedoelstellingen

In dit hoofdstuk worden de algemene doelstellingen benoemd. Doelstellingen over wat we als organisatie precies willen bereiken en wanneer we dat willen bereiken. Hierbij is er onderscheid tussen interne en externe doelstellingen. Ook is er onderscheid tussen de doelstellingen die gehaald moeten worden om certificering mogelijk te maken en de doelstellingen met een belang voor onze stakeholders en eigen medewerkers, die los staan van deze certificatie.

Voor certificering op de CO_2-prestatieladder (niveau 5) moet de structurele interne en externe communicatie minimaal omvatten: het energiebeleid en de reductiedoelstellingen van ons bedrijf voor scope 1, 2 en 3, mogelijkheden voor individuele bijdrage, informatie met betrekking tot het huidig energiegebruik en trends en ontwikkelingen binnen het bedrijf.

Algemeen: de CO_2-communicatie moet bijdragen aan bewustwording (kennis), veranderingsbereidheid (houding) en reductie van energieverbruik (gedrag). Daarnaast is het verzorgen van inzicht voor alle stakeholders en belanghebbenden een belangrijk speerpunt.

Bij de interne doelgroepen moet duidelijk zijn:

- wat de ambities van V&SH inhouden en hoe deze praktisch uitvoerbaar zijn;
- wat het belang en de noodzaak van deze ambities en reductiemaatregelen zijn en waar de aangekondigde reductiemaatregelen verplicht genomen dienen te worden;
- wat de voortgang is ten opzichte van deze ambities in relatie tot de genomen maatregelen.

Visser & Smit Hanab communiceert minimaal twee maal per jaar over:

- het energiebeleid en de reductiedoelstellingen van het bedrijf;
- het huidig energiegebruik en trends en ontwikkelingen binnen het bedrijf;
- de behaalde CO_2-reductie in scopes 1, 2 en 3;
- initiatieven waarbij het bedrijf betrokken is;
- het communicatieplan;
- de mogelijkheden voor individuele bijdrage door medewerkers (bijvoorbeeld in de vorm van een ideeënbus).

4.0 Toepassing

Dit plan is van toepassing op de organisatorische grens (organizational boundary) van Visser & Smit Hanab, zoals vastgelegd in de CO_2-management software.

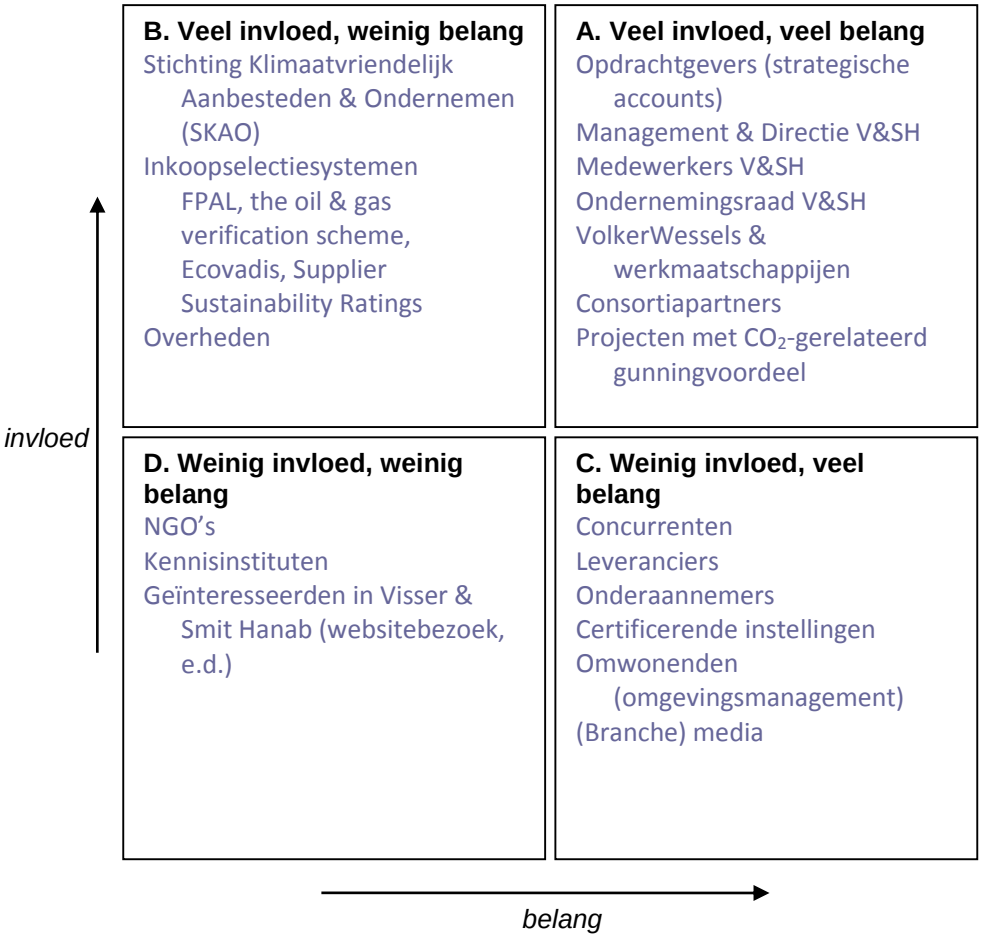
5.0 Wijziging ten opzichte van vorige revisie

Jaarlijks revisie op basis van effectiviteit met extra aandacht voor communicatie aangaande projecten/contracten en projecten met CO_2-gerelateerd gunningvoordeel.

6.0 Doelgroepen

6.1 Stakeholderanalyse

In onderstaand schema komen partijen die in enige mate belang hebben bij Visser & Smit Hanab. Het schema is verdeeld in kwadranten naar belang en invloed. De communicatieaanpak kan per kwadrant verschillen.



Groep A

Deze groep heeft veel invloed op en veel belang bij het beleid dat gevoerd wordt, en is dan ook de belangrijkste groep stakeholders. Zij dienen overal van op de hoogte gehouden te worden en indien noodzakelijk vooraf geraadpleegd.

- Opdrachtgevers hebben veel belang bij de CO_2-reductie-ambities en voortgang, aangezien dit een meerwaarde is voor de producten en diensten die V&SH levert. De invloed is ook hoog aangezien zij eisen kunnen stellen in contracten en inkoopvoorwaarden. Daarnaast kunnen nieuwe samenwerkingsverbanden en opdrachten worden gegenereerd door de meerwaarde die V&SH levert op het gebied van duurzaamheid.
- Het management & de directie zijn beleidsbepalend en richtinggevend. Zij zijn verantwoordelijk voor capaciteit/inzet van de medewerkers en voor het uitvoeren van de maatregelen en behalen van de doelstellingen. Daarom wordt maandelijks een managementrapportage (MARAP) uitgebracht met de voortgang van het bedrijf ten opzichte van de doelstellingen op het gebied van KAM.
- De medewerkers van V&SH behoren tot de belangrijkste groep stakeholders. Zij zijn verantwoordelijk voor de dagelijkse uitvoering van de werkzaamheden van het bedrijf en voor Visser & Smit Hanab is de feedback vanaf het werk van onschatbare waarde als input voor onze maatregelen en het energiemanagementprogramma.

- De OR heeft veel invloed als vertegenwoordiger van de medewerkers en in haar rol als advies- en instemmingsorgaan. Dit is met name van belang wanneer regelingen of beleid aangepast dienen te worden om onze reductiedoelstellingen te behalen.
- VolkerWessels heeft veel invloed het Corporate Social Responsibility (CSR) programma en het stellen van het beleid, de ambities, doelstellingen en communicatie voor de werkmaatschappijen. Data over onze CO_2-uitstoot wordt op concernniveau geconsolideerd en jaarlijks geverifieerd door een accountants- en adviesorganisatie. Deze data wordt door het concern gepubliceerd in een duurzaamheidsverslag. V&SH heeft periodiek een overleg met VolkerWessels in het kader van CSR op directieniveau en middels een werkgroep waaraan KAM-adviseurs deelnemen. In deze overlegvormen is de CO_2-uitstoot van de werkmaatschappijen het voornaamste onderwerp. Het belang van deze cijfers wordt onderstreept door het gelijktijdig bespreken en publiceren met de financiële jaarcijfers.
- Consortiapartners zijn onder groep A gekwalificeerd, omdat bij een aanbieding met CO_2-gunningcriteria de laagste trede van de individuele bedrijven in het consortium maatgevend is voor de totale aanbieding. Daarnaast wordt nauw samengewerkt met andere werkmaatschappijen om onze doelstellingen op het gebied van CO_2-reductie te behalen. Er vinden zowel structurele vergaderingen plaats, als ad-hoc overleg met partners binnen de sector.
- Het correct informeren van projecten met gunningvoordeel en de betrokken partijen in deze projecten (met name de opdrachtgever) heeft uiteraard ook een groot belang. Dit kunnen incidenteel ook overheden zijn die in groep D staan. V&SH hecht grote waarde aan transparante communicatie over het inlossen van de beloftes die bij aanvang van het project zijn gemaakt.

Groep B

In algemene zin hebben de stakeholders in deze groep veel invloed maar weinig direct belang. Het is daarom van belang deze stakeholders periodiek op de hoogte te houden van specifieke vorderingen die voor hen van belang zijn. Wanneer er een goede relatie bestaat met de partijen uit deze groep kunnen zij hun invloed in positieve zin aanwenden.

- Stichting Klimaatvriendelijke Aanbesteden en Ondernemen (SKAO) heeft veel invloed op het CO_2-beleid van de organisatie middels de inhoud van de CO_2-prestatieladder, maatregelenlijsten, conversiefactoren, etc. Het belang in de individuele organisatie is klein, zij stellen meer belang in de groep bedrijven die een ladderbeoordeling ondergaat/heeft ondergaan.
- Voor inkoopselectiesystemen, zoals bijvoorbeeld FPAL of Ecovadis, is het van belang dat V&SH helder communiceert over de meerwaarde die onze inzet op het gebied van CO_2-reductie heeft voor potentiële opdrachtgevers.
- Naleven van wet- en regelgeving staat hoog op de managementagenda. In het kader van handhaving worden inspectiediensten waar mogelijk vooraf geïnformeerd over emissiebronnen en alternatieve werkwijzen als het bijvoorbeeld gaat om standaardmaatregelen ten behoeve van energiereductie. Een positief imago van Visser & Smit Hanab zal in de uitvoering het voordeel bieden dat wij een dialoog op positieve wijze kunnen starten.
- Inspectie ISZW is meestal vertegenwoordiger en behoeft in het kader van milieu vaak niet vooraf geïnformeerd te worden.

  Van groter belang voor V&SH is het overleg met overheden -die tevens opdrachtgevers kunnen zijn- over onze doelstellingen. Twee maal jaarlijks zal een dialoog plaatsvinden met een belanghebbende van een overheidsinstantie aangaande onze doelstellingen en strategie. Het doel is het aanscherpen van onze doelstellingen en sturen van onze maatregelen, zodat ze beter aansluiten bij de wens van onze opdrachtgevers en de overheid. Tevens wordt de energiebeoordeling van het bedrijf gedeeld met de overheid.

Groep C

Dit is de grootste groep stakeholders. Deze groep heeft weinig directe invloed maar het is in het belang van het energiebeleid van V&SH de reductiedoelstellingen en maatregelen te delen. Omdat deze partijen niet veel invloed hebben op de directe emissies, zijn zij zeker niet altijd betrokken bij het

nemen van beslissingen. Het belang van deze groep is echter sterk aan het stijgen, gezien de maatregelen en doelstellingen op het gebied van CO_2-reductie in de keten. Niet alleen wordt ad-hoc gecommuniceerd met deze partijen met het doel maatregelen te implementeren, of doelstellingen te overleggen. Ook raadplegen wij deze partijen regelmatig om op de hoogte te blijven van initiatieven in de sector (halen van informatie). V&SH communiceert ook structureel met deze partijen door middel van externe publicaties (brengen van informatie).

- Concurrenten zijn zeer geïnteresseerd in de positie en invulling van V&SH met betrekking tot de CO_2-prestatieladder. Dit kan voor hen een behoorlijk concurrentievoordeel of –nadeel opleveren. Daarnaast zijn concurrenten toenemend geïnteresseerd in de invulling die V&SH aan CO_2-reductie geeft bij aanbestedingen, gezien het onderscheidend vermogen van V&SH op dit gebied.
- Leveranciers en onderaannemers zijn betrokken in het energiebeleid omdat deze partijen diensten of materieel/materiaal leveren dat een directe impact heeft op onze uitstoot. Daarnaast wil V&SH de uitstoot in de keten ook verder reduceren. Dit betekent dat de zakelijke relatie onder druk komt te staan wanneer een leverancier niet wil meewerken om een reductie van uitstoot in de keten te bewerkstelligen. Een reductie van de CO_2-uitstoot is echter vaak voordelig voor beide partijen en V&SH weet dit vaak succesvol over te brengen op leveranciers en onderaannemers. Gezien V&SH wil gaan opschuiven naar een meer strategisch partnerschap, schuiven deze stakeholders steeds verder richting groep A. De partijen die op dit moment of structureel verantwoordelijk zijn voor de grootste inkoopomzet, zijn het primaire doel voor externe communicatie. Een voorbeeld van ad-hoc communicatie met deze partijen zijn twee zogenaamde leveranciersdagen die zijn georganiseerd in 2016, waarbij duurzaamheid en veiligheid voorname onderwerpen waren. Tevens is een structureel overleg opgezet met onze voornaamste materieelleverancier in het kader van duurzaamheid en kostenreductie.
- Certificerende instellingen controleren de werkwijze van V&SH op het gebied van duurzaamheid, milieu en CO_2-reductie. Bij de ene audit is het van belang dat wij onze CO_2-reductie doelstellingen behalen, bij andere audits is het van belang dat wij ons houden aan de huidige regelgeving op het gebied van milieu, of dat gewerkt wordt volgend de opgestelde procedures. Het is van belang dat V&SH de certificerende instellingen tijdig op de hoogte houdt van de juiste informatie.
- Omwonenden of passanten van projecten die worden uitgevoerd zijn van grote waarde voor het imago van V&SH. Het is belangrijk deze partijen correct te informeren over de zorg die V&SH heeft voor de uitvoering van het project in het heden en het duurzaam voortbestaan van onze omgeving in de toekomst. De tevredenheid van omwonenden en passanten over onze projecten is ook een belangrijke meerwaarde voor onze opdrachtgever.
- Media zijn geïnteresseerd in nieuwsvergaring en kunnen worden ingezet om imago van Visser & Smit Hanab positief te beïnvloeden.

N.B. Een relatie kan in verschillende vormen voorkomen. Zo kan de onderaannemer van het ene project, opdrachtgever op een ander project zijn en kan een opdrachtgever op één project, leverancier zijn op een ander werk.

Groep D

Deze groep heeft weinig invloed en weinig belang in de stuurcyclus en verdient daarmee minder aandacht dan de overige stakeholders. Wel is communicatie ingericht zodat ook deze groep geïnformeerd kan blijven via algemene middelen, zoals bijvoorbeeld de website van V&SH en SKAO.

- Voor non-gouvernementele organisaties en kennisinstituten geldt dat ze meer geïnteresseerd zijn in algemene trends of uitzonderlijke innovaties. Een uitzondering hierin zijn partijen met wie wij zelf een actieve samenwerking zijn aangegaan om onze CO_2-uitstoot (in de keten) te reduceren, zoals TNO of Natuur & Milieu. Een overleg met deze partijen heeft zelfs geleid door een landelijke ondertekening van de Green Deal het Nieuwe Draaien door verschillende ketenpartijen. V&SH is trots mede-initiatiefnemer te zijn van deze Green Deal.
  Tevens overleggen wij minimaal twee maal jaarlijks met een extern deskundige, al dan niet werkzaam bij een NGO, over onze doelstellingen en maatregelen, zodat wij deze periodiek kunnen aanscherpen.

- Geïnteresseerden in Visser & Smit Hanab, bijvoorbeeld website- of beursbezoekers, voor zover niet één van de eerder genoemde stakeholders.

6.2 Interne stakeholders

De belangrijkste interne belanghebbenden die uit de stakeholderanalyse naar voren komen, vormen de doelgroep van de interne communicatie:

- Management & directie V&SH
- Medewerkers V&SH
- Ondernemingsraad V&SH
- VolkerWessels & werkmaatschappijen

6.3 Externe stakeholders

De belangrijkste externe belanghebbenden die uit de stakeholderanalyse naar voren komen, vormen de doelgroep van de externe communicatie:

- Opdrachtgevers (strategische accounts)
- Consortiapartners
- Onderaannemers
- Leveranciers
- Inkoopselectiesystemen
- Concurrenten
- Certificerende instellingen
- Projecten met gunningsvoordeel
- Overheden
- NGO's
- Kennisinstituten
- SKAO
- (Branche) media
- Omwonenden en passanten (omgevingsmanagement)
- Geïnteresseerden en incidentele bezoekers van onze website

7.0 Communicatiemiddelen

Elke doelgroep wordt benaderd door middel van vooraf bepaalde communicatiemiddelen. Sommige doelgroepen kunnen de informatie krijgen via verschillende middelen en sommige middelen kunnen meerdere doelgroepen bereiken. Onderstaand schema geeft aan welke communicatiemiddelen er ingezet worden, welke voornaamste doelgroepen deze zullen bereiken en hoe vaak er een bericht geplaatst zal worden aangaande zaken omtrent de CO_2-Prestatieladder.
Er wordt gebruik gemaakt van onderstaande communicatiemiddelen:

Intern	**Doelgroep**	**Frequentie**
Score (= intranet)	Alle medewerkers Visser & Smit Hanab in NL met een login op het netwerk (vakmensen, staf & deel tijdelijke medewerkers)	Min. elke 3 maanden + bij nieuws
(Digitaal) Personeelsmagazine	Medewerkers NL en België	Elke 4 maanden
Personeelsbijeenkomsten	Intern Top 50 overleg	Elke 6 maanden
Directie-overleg	Directie	Elke 2 maanden
Managementrapportage	Directie & management (indirect alle medewerkers V&SH)	Elke maand
Flyer / update maatregelenlijst	Alle medewerkers V&SH	Minimaal jaarlijks
Toolbox	Vakmensen V&SH	Ad hoc
Social Media	Alle volgers #vshanab	Ad hoc

Extern	**Doelgroep**	**Frequentie min. 2x/jaar**
Website	Alle internetbezoekers	Minimaal elke 6 maanden
Vak- branchebladen	Alle stakeholders	Bij certificering & ad hoc.
CSR-report	VolkerWessels Raad van Bestuur	Elke 3 maanden
Dialoog ter aanscherping van doelstellingen/ strategie	Overheid en NGO of extern deskundige	Elke 6 maanden
Social Media	Alle volgers #vshanab	Ad hoc
Kennisdeling in het kader van Het Nieuwe Draaien	Natuur & milieu, consortiapartners en concurrenten	Minimaal elke 3 maanden intern en vanuit het initiatief ad hoc
Brancheverenigingen	Consortiapartners en concurrenten	Ad hoc
Periodieke rapportage en eventueel separate projectrapportage	Alle internetbezoekers en specifiek opdrachtgevers van projecten met CO_2-gerelateerd gunningvoordeel	Elke 6 maanden en op aanvraag / volgens contract

8.0 Planning

Communicatieplanning Q4 2016-Q1 2018

	Doelgroep	Boodschap	Middel	Moment	Verant-woordelijke
INTERN	Medewerkers	Resultaat audit	Score/ Blog directeur	December 2016	Hoofd KAM + Communicatie
	Management & directie	Uitstoot afgelopen kwartaal met toelichting	MARAP	2e maandag van de maand	Hoofd KAM
	Medewerkers	CO_2-reductie in projecten	(Digitaal) personeelsblad	Minimaal elke 6 maanden	Hoofd KAM + Communicatie
	Medewerkers	Initiatieven met betrekking tot CO_2-reductie	Internet /BMS	Q4 2016	Hoofd KAM + Communicatie
	Medewerkers	Energiemanagementprogramma – doelen CO_2-reductie	Internet /BMS	Q4 2016	Hoofd KAM + Communicatie
	Medewerkers	Checklist maatregelen PRM01-01	BMS	Q4 2016	Hoofd KAM + Communicatie
	Medewerkers	Meest materiële emissies scope 3 en ketenanalyses	BMS	Q4 2016	Hoofd KAM + Communicatie
	Medewerkers	Flyer CO_2-reductie & besparingsmogelijkheden	Folder / Score / e-mail	Vanaf Q4 2015	Hoofd KAM + Communicatie
	Productie-medewerkers	Toolbox CO_2-reductie	Toolbox / Score / e-mail	Vanaf Q4 2016	Hoofd KAM + Communicatie
	Medewerkers	Periodieke rapportage H2 2016	Score /BMS	Q1 2017	Hoofd KAM + Communicatie
	Medewerkers	Presentatie footprint 2016 inclusief besparingen	Score	Q1 2017	Hoofd KAM + Communicatie
	Medewerkers	Directiebeoordeling 2016	BMS	Q1 2017	Hoofd KAM
	Medewerkers	KAM-jaarplan 2017	BMS	Q1 2017	Hoofd KAM
	Medewerkers	Periodieke rapportage H1 2017	Score /BMS	Q3 2017	Hoofd KAM + Communicatie
	Medewerkers	Resultaat audit	Score/ Blog directeur	December 2017	Hoofd KAM + uitvoering Communicatie
	Medewerkers	Initiatieven met betrekking tot CO_2-reductie	BMS	Q4 2017	Hoofd KAM + Communicatie
	Medewerkers	Energiemanagementprogramma – doelen CO_2-reductie	BMS	Q4 2017	Hoofd KAM + Communicatie
	Medewerkers	Checklist maatregelen PRM01-01	BMS	Q4 2017	Hoofd KAM + Communicatie
	Medewerkers	Meest materiële emissies scope 3 en ketenanalyses	BMS	Q4 2017	Hoofd KAM + Communicatie

	Medewerkers	Periodieke rapportage H2 2017	Score /BMS	Q1 2018	Hoofd KAM + Communicatie
	Medewerkers	Footprint 2017	Score /BMS	Q1 2018	Hoofd KAM + Communicatie
	Medewerkers	Directiebeoordeling 2017	BMS	Q1 2018	Hoofd KAM
	Medewerkers	KAM-jaarplan 2018	BMS	Q1 2018	Hoofd KAM
EXTERN	Betrokkenen project met gunning	Opdrachtgever	Nader te bepalen	Periodieke rapportage	Hoofd KAM + uitvoering Communicatie
	CSR-report	Kwartaalcijfers	E-mail / CSR-software	Ieder kwartaal	Hoofd KAM
	Alle	Resultaat audit	Website V&SH / Social Media	December 2016	Hoofd KAM + Communicatie
	Leveranciers/ onderaannemers & consortia-partners	Flyer CO_2-reductie & besparingsmogelijkheden	Folder / evt. e-mail	Vanaf Q4 2015	Hoofd KAM + Communicatie
	Leveranciers/ onderaannemers & consortia-partners	Toolbox CO_2-reductie	Toolbox / evt. e-mail	Vanaf Q4 2016	Hoofd KAM + Communicatie
	Alle	Initiatieven met betrekking tot CO_2-reductie	Website V&SH/ Website SKAO	Q4 2016	Hoofd KAM + Communicatie
	Alle	Ontwikkelingsprojecten en sectorbreed reductieprogramma	Website V&SH/ Website SKAO	Q4 2016	Hoofd KAM + Communicatie
	Alle	Meest materiële emissies scope 3 en ketenanalyses	Website V&SH/ Website SKAO	Q4 2016	Hoofd KAM + Communicatie
	Alle	Periodieke rapportage H2 2016	Website V&SH/ Website SKAO	Q1 2017	Hoofd KAM + Communicatie
	Alle	Footprint 2016	Website V&SH	Q1 2017	Hoofd KAM + Communicatie
	Leveranciers/ onderaannemers & consortia-partners	Feedback reacties op flyer en toolbox	Nieuwsbrief / evt. e-mail	Q2 2017	Hoofd KAM + Communicatie

EXTERN	Overheid & NGO / extern deskundige	Dialoog voortgang doelstellingen & strategie V&SH	Overleg	Q2 & Q4 2017	Hoofd KAM + directie
	Alle	Periodieke rapportage H1 2017	Website V&SH/ Website SKAO	Q3 2017	Hoofd KAM + Communicatie
	Alle	Resultaat audit	Website V&SH / Social Media	December 2017	Hoofd KAM + Communicatie
	Alle	Initiatieven met betrekking tot CO_2-reductie	Website V&SH/ Website SKAO	Q4 2017	Hoofd KAM + Communicatie
	Alle	Ontwikkelingsprojecten en sectorbreed reductieprogramma	Website V&SH/ Website SKAO	Q4 2017	Hoofd KAM + Communicatie
	Alle	Meest materiële emissies scope 3 en ketenanalyses	Website V&SH/ Website SKAO	Q4 2017	Hoofd KAM + Communicatie
	Alle	Periodieke rapportage H2 2017	Website V&SH/ Website SKAO	Q1 2018	Hoofd KAM + Communicatie
	Alle	Footprint 2017	Website V&SH	Q1 2018	Hoofd KAM + Communicatie

9.0 Effectiviteit communicatieplan

In de directiebeoordeling over 2015 is vastgesteld dat het communicatieplan effectief is uitgevoerd en op dezelfde voet dient te worden gecontinueerd. Sinds die evaluatie is de wens ontstaan om effectiever te communiceren over onze emissies op projectniveau. Dit vanwege contractverplichtingen en mogelijke projecten met CO_2-gerelateerd gunningvoordeel.

10.0 Budget

Alle geplande communicatieactiviteiten vallen binnen het vastgestelde (lopende) communicatiebudget en het budget van de afdeling KAM.