

Communicatieplan

Inhoud

1. Inleiding
 - 1.1. Eisen vanuit de CO₂-Prestatieladder
2. Communicatiedoelstellingen
 - 2.1. Interne communicatiedoelstellingen
 - 2.2. Interne doelgroepen
 - 2.3. Externe communicatiedoelstellingen
 - 2.4. Externe doelgroepen
3. Communicatiemiddelen
 - 3.1. Interne communicatiemiddelen
 - 3.2. Externe communicatiemiddelen
4. Taken en verantwoordelijkheden
5. Planning

1. Inleiding

In dit communicatieplan wordt beschreven hoe GMP Exploitatie B.V. en haar dochtermaatschappijen (hierna: GMP) in- en extern communiceert over haar doelstellingen rondom Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO). Hierbij ligt de focus op onder meer energiebeleid, de CO₂-footprint, reductiedoelstellingen en aanverwante zaken.

Effectieve in- en externe communicatie is essentieel voor een succesvolle implementatie van het energiemanagementsysteem en de CO₂-uitstoot reducerende maatregelen.

1.1 Eisen van de CO₂-prestatieladder

Vanuit de invalshoek “transparantie” van de CO₂-prestatieladder worden eisen gesteld aan de in- en externe communicatie van GMP. Met name vanaf niveau 3 is het extern communiceren een vereiste en bovendien nodig voor een doeltreffende werking van de CO₂-prestatieladder binnen de branche en daarbuiten. In de CO₂-prestatieladder wordt extern communiceren nader gespecificeerd. Onderdeel hiervan is het toegankelijk stellen van de activiteiten op het gebied van de CO₂-prestatieladder via de website van GMP doormiddel van periodieke publicaties.

2. Communicatiedoelstellingen

GMP werkt dagelijks aan de leefbaarheid van onze bebouwde leefomgeving. De rode draad in al onze activiteiten is dat wij nu bezig zijn voor een beter later.

GMP werkt op een maatschappelijk verantwoorde manier, in samenwerking met haar klanten en stakeholders, met als doel een duurzaam en economisch gezonde onderneming te zijn met een goed toekomstperspectief. De organisatie beseft dat het vinden van een balans tussen een economisch gezonde bedrijfsvoering en het ondernemen met het oog voor het milieu, toekomstige generaties en ethische en sociale aspecten een positief effect heeft op alle betrokken partijen. Met en door deze rol staan we midden in de maatschappij. We helpen daarom niet alleen onze klanten hun duurzame ambities te realiseren; vanuit MVO zorgen we er ook voor dat onze eigen organisatie steeds duurzamer wordt. We maken ons eigen energieverbruik inzichtelijk en sturen actief op reductie hiervan. Onderdeel hiervan is dat GMP ook haar eigen directe en indirecte CO₂-uitstoot in kaart brengt en stuurt op het reduceren hiervan. Deze visie wil GMP zowel intern (bij management en medewerkers) als extern bij haar stakeholders uitdragen.

2.1 Interne communicatiedoelstellingen

De interne communicatiedoelstellingen van GMP zijn:

- Het bewustmaken en enthousiasmeren van management en medewerkers over de visie van GMP met betrekking tot duurzaamheid;
- Ervoor zorgen dat medewerkers inzicht krijgen in het onderwerp duurzaamheid. Door toe te lichten wat duurzaamheid is, wat GMP eraan doet en wat de doelstellingen zijn;
- Het informeren en betrekken van medewerkers over de voortgang van de MVO doelstellingen en de CO₂-reductiedoelstellingen en maatregelen die genomen zijn;
- Medewerkers informeren over de activiteiten in het kader van de CO₂-prestatieladder.

2.2 Interne doelgroepen

De interne doelgroepen worden onderverdeeld in:

- Managementteam en overig management;
- Medewerkers op kantoor;
- Medewerkers in de buitendienst.

2.3 Externe communicatiedoelstellingen

De externe communicatiedoelstellingen van GMP zijn:

- Het betrekken en informeren van externe stakeholders over de het energiebeleid, de energiedoelstellingen, de CO₂-reductiedoelstellingen en de daaruit voortvloeiende acties;
- Informeren van belanghebbenden over de CO₂-footprint van GMP;
- Het betrekken en informeren van belanghebbenden over de voortgang van de CO₂-reductiedoelstellingen en over genomen maatregelen;
- Belanghebbenden informeren over de activiteiten in het kader van de CO₂-prestatieladder.
- Bewustmaken en enthousiasmeren van de ketenpartners met samenwerking als doel.

2.4 Externe doelgroepen

De externe doelgroepen worden onderverdeeld in:

- Klanten.
- Partijen en bedrijven gevestigd in het MRA gebied, waaronder Port of Amsterdam.
- Overheden en overheidsdiensten, waaronder de Omgevingsdienst Noordzeekanaalgebied.
- Keten- en innovatiepartners.
- Toeleveranciers.
- Financiers.
- Het overige maatschappelijke verkeer.

3. Communicatiemiddelen

3.1. Interne communicatiemiddelen

Voor de interne communicatie worden de volgende communicatiemiddelen ingezet:

- Ons kwartaalbericht. Vanaf het 1^e kwartaal 2021 zal dit medium worden gebruikt om de te informeren over de CO₂-uitstoot en de voortgang met betrekking tot de reductiedoelstellingen.
- In verschillende (periodieke) overleggen. Er wordt binnen GMP op verschillende niveaus regelmatig overleg gevoerd. Managementteam, commercieel-, operationeel- en werkoverleg. Tweemaal per jaar zal de voortgang in realisatie van onze duurzaamheidsagenda, waar CO₂ uitstoot en reductie een onderdeel van is, op alle agenda's staan, zodat iedereen daarover wordt geïnformeerd.

3.2. Externe communicatiemiddelen

Voor de externe communicatie worden de volgende communicatiemiddelen ingezet:

- Website
 - Om externe belanghebbenden te informeren over de duurzaamheidsdoelstellingen en CO₂-prestatieladder, certificering en het energiebeleid zal hierover informatie worden opgenomen op de website van PARO (<https://www.paro-bv.nl/over-paro/> maatschappelijk-verantwoord-ondernemen). De informatie zal voldoen aan de eisen van de CO₂-prestatieladder.
 - Onder nieuwsberichten.
- Social media, op LinkedIn en Instagram zullen berichten worden gedeeld die betrekking hebben op MVO gerelateerde aspecten.
- Artikelen in (vak)bladen. In voorkomende gevallen zullen we persberichten met betrekking tot MVO-acties van GMP opstellen en verspreiden.

4. Taken en verantwoordelijkheden

- Het directieteam van GMP is eindverantwoordelijk voor de communicatie zoals beschreven in dit communicatieplan.
- De beleidsmedewerker verzorgt alle communicatie betreffende het energie en CO₂- beleid. Dit gebeurt in samenwerking met andere betrokken afdelingen en externe communicatiepartners.
- De beleidsmedewerker zorgt ervoor dat hij alle relevante informatie ontvangt voor de interne en externe communicatie.

5. Planning

Maandelijks:

Intern: MVO als vast agendapunt van het DT.

Extern: publicaties op website en social media kanalen.

Kwartaal:

Intern: publicatie in ons kwartaalbericht.

Extern: publicaties op website en social media kanalen.

(Half)jaarlijks:

Intern: Medewerkersbijeenkomst met updates rondom de CO₂-uitstoot.

Intern: Directienotitie over MVO, Milieubarometer en voortgang CO₂-reductie.

Extern: Publicatie op website PARO, conform de eisen in paragraaf 6.1.3 in de

Handleiding CO₂-Prestatieladder 3.1. alsmede publicatie van onze CO₂-rapportage op de website van SKAO, conform de eisen in paragraaf 6.1.3 in de Handleiding CO₂-Prestatieladder 3.1.