

den hartog b.v.

Communicatieplan

CO₂ Prestatieladder - Niveau 3



Datum: 24 maart 2025
Versie: 5

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	1
Inleiding	1
1. Doelstelling van het communicatieplan	1
2. Doelgroepen	1
2.1 Belanghebbenden	1
3. Boodschap en communicatiemiddelen	2
3.1 Interne belanghebbenden	2
3.2 Externe belanghebbenden	2
4. Planning en verantwoordelijken	3

Inleiding

Den Hartog B.V neemt haar verantwoordelijkheid op het gebied van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO). Dit blijkt uit haar MVO zelfverklaring en uit het actief reduceren van de CO₂-uitstoot van het bedrijf.

Hiertoe heeft Den Hartog zichzelf reductiedoelstellingen met bijbehorende reductiemaatregelen ten doel gesteld. Den Hartog wil transparant communiceren over de voortgang van de CO₂ reductie.

Daartoe is dit communicatieplan opgesteld om vast te leggen hoe en waarover er minimaal gecommuniceerd zal worden.

1. Doelstelling van het communicatieplan

De doelstelling van de communicatie over de CO₂ prestatieladder is om zowel de interne als externe belanghebbenden (stakeholders) van Den Hartog op een begrijpelijke, feitelijk juiste, eerlijke, voor alle stakeholders toegankelijke, en transparante wijze te informeren over:

- de doelstellingen in het kader van de reductie van de CO₂ uitstoot
- voortgang bij het behalen van de doelstellingen,
- getroffen maatregelen om de doelstellingen te behalen,

De hiertoe opgestelde voortgang rapportages zullen steeds betrekking hebben op een duidelijk aangegeven periode.

2. Doelgroepen

2.1 Belanghebbenden

Belanghebbenden (stakeholders) zijn groepen of individuen die belang hebben bij of invloed hebben op de MVO prestaties en/of de CO₂-footprint of -reductie. Deze zijn in te delen in twee groepen, te weten interne- en externe belanghebbenden.

Externe belanghebbenden:

- Opdrachtgevers
- Leveranciers
- Onderaannemers
- Branchegeenoten
- Energieleveranciers
- Omwonenden
- Overheden

Interne belanghebbenden:

- * Medewerkers van Den Hartog B.V.

De belanghebbenden zijn in een separate stakeholderlijst nader gespecificeerd.

3. Boodschap en communicatiemiddelen

3.1 Interne belanghebbenden

Het doel van de interne communicatie is om alle medewerkers van Den Hartog bewust te maken van, en betrokken te houden bij het Energiebeleid en de reductie van de CO₂ uitstoot.

De medewerking van de medewerkers van Den Hartog is nodig om op een maatschappelijk verantwoorde wijze te kunnen ondernemen en om de reductiedoelstellingen te kunnen realiseren.

Over de onderstaande punten zal in het kader van de CO₂ reductie gecommuniceerd worden:

- Energiebeleid;
- Ambitie tot het reduceren van de CO₂-uitstoot, de CO₂-reductiedoelstellingen;
- Reductiemaatregelen en aanpak;
- Voortgang en resultaten van het energiemanagementprogramma;
- CO₂ initiatieven
- Wat er van de medewerkers in dit kader verwacht wordt.

Communicatiemiddelen

De volgende communicatiemiddelen kunnen worden gebruikt om de medewerkers te informeren:

- Via mailing en/of personeelsbijeenkomst
- Via de website www.denhartogbv.com

3.2 Externe belanghebbenden

De boodschap

- Energiebeleid;
- De CO₂-reductiedoelstellingen; en
- CO₂ initiatieven.

Communicatiemiddelen

De volgende communicatiemiddelen zullen worden gebruikt om de externe belanghebbenden te informeren:

- Via de websites www.denhartogbv.com

4. Planning en verantwoordelijken

Middelen	Frequentie	Doelgroep	Inhoud	Verantwoordelijke
Mailing en/of personeelsbijeenkomst	Minimaal 1 x per jaar	Interne belanghebbenden	Info over ambitie en voortgang met eventuele verwijzing naar de website. En de bijdrage van de medewerkers die nodig is om de doelstellingen te behalen.	KAM en directie
Website	2x per jaar	Interne- en externe belanghebbenden	Energiemanagement-programma en voortgangsrapportages (incl. CO ₂ -footprints).	KAM en directie