

Inleiding

Dit document beschrijft de wijze waarop HTS haar ambities en maatregelen op het gebied van CO₂-reductie zowel intern als extern kenbaar maakt. Conform de *Plan-Do-Check-Act stuurcyclus* zal dit plan halfjaarlijks geactualiseerd worden.

Het plan is als volgt opgebouwd: als eerste zijn de interne en externe belanghebbenden en de doelgroepen waaruit ze bestaan bepaald. Vervolgens komen de inhoud van de boodschap, de communicatiemiddelen waarmee HTS haar doelgroep wil bereiken en de het communicatieplan aan bod.

Identificatie belanghebbenden

HTS onderscheidt de volgende belanghebbenden:

Externe belanghebbenden

- Klanten en overige geïnteresseerden

Interne belanghebbenden

- Medewerkers
- Medewerkers projecten met CO₂ gerelateerd gunningsvoordeel
- Managementteam

Inhoud van de communicatie uiting – de boodschap

De inhoud kan bestaan uit de volgende onderdelen:

- A. Periodieke rapportage met de CO₂ emissie inventaris (3.A.1.)
- B. HTS CO₂ reductieplan met kwantitatieve reductiedoelstellingen (3.B.1.)
- C. De individuele bijdrage van medewerkers aan specifieke maatregelen (onderdeel van HTS CO₂ reductieplan)
- D. CO₂-Bewust Certificaat
- E. Deelname initiatief (3.D.1)

Communicatie middelen

De volgende middelen worden gebruikt en conform onderstaand communicatieplan van een boodschap voorzien en gepubliceerd:

- **HIG website**
HTS heeft voor haar bezoekers een pagina ingericht op internet met CO₂ informatie volgens de CO₂ prestatieladder eis.
- **VDKconnect: intern intranet via een app.** Hier worden interne nieuwsberichten, zoals bijvoorbeeld de factsheet, gedeeld
- **Mail - <https://hig.nl/traffic-systems/ons-verhaal-1/co2-prestatieladder>.**
Wordt gebruikt om externe belanghebbenden naar de publicatie van actuele CO₂ informatie op de HIG website te wijzen.
- **TV Schermen**
Het HTS personeel wordt via de tv-schermen op de hoogte gehouden. Nieuwe publicaties worden via een de slide onder de aandacht gebracht.
- **Factsheet;**
De factsheet kan gebruikt worden om op bovenstaande media alle informatie gebundeld te publiceren.
- **Sociale media zoals LinkedIn;**
Wordt gebruikt voor adhoc communicatie.

Communicatieplan

In onderstaande tabel is de planning van de communicatie per interne of externe doelgroep opgesteld.

Doelgroep	Bood- schap	Middel	Moment / frequentie	Verantwoordelijke
Klanten HTS / Derden	ABCDE	Website HIG	Halfjaarlijks	Manager SSC
Opdrachtgever met CO₂ ambitie	ABCDE	Mail met verwijzing naar Website HIG	Halfjaarlijks	Manager SSC
Managementteam	ABC	Factsheet	Halfjaarlijks	Manager SSC
Directie	ABCE	Directie beoordeling	1 * / jaar	Directie
HTS medewerkers	ABCDE	Factsheet op de TV + verwijzing naar Website HIG + VCKonnect app	Halfjaarlijks	HRM medewerk(st)er
Project medewerkers	AB	Overzicht per mail	Per project te bepalen	Manager SSC
SKAO	DE	Website SKAO	Jaarlijks	Manager SSC

Publicatie op HIG Traffic Systems website

Na het opstellen van de bijgewerkte documenten publiceert de KAM coördinator elk (half) jaar van het lopende jaar de bijgewerkte documenten op de HIG website, zodat de op de website getoonde documenten de meest recente inhoud weergeven (van de afgelopen 3 jaar):

- CO₂-Bewust Certificaat – certificaat
- Link naar de bedrijfspagina op de SKAO website
- Plan van Aanpak (reductieplan)
- Factsheet, wat een samenvatting is van:
 - a. Periodieke rapportage met de CO₂ emissieinventaris (3.A.1.) – “HTS CO₂ emissieinventaris”,
 - b. HTS CO₂ reductie plan met kwantitatieve reductiedoelstellingen voor scope 1 en 2 (3.B.1.) – “HTS CO₂ reductie plan” en “HTS Energiebeoordeling ”
 - c. Communicatie uitingen (3.C.1.) – “HTS CO₂ Communicatieplan”
 - d. Deelname initiatief (3.D.1.) – “HTS CO₂ participaties”

Communicatieplan project waarop gunningsvoordeel is verleend

Nog niet van toepassing, zodra dat wel het geval is zal per project een apart communicatieplan opgesteld worden.

Inhoud omvat in ieder geval de maatregelen die op het project van toepassing zijn.