

## 1. Communicatie interne doelgroep

Onze interne doelgroep bestaat uit:

- Directie;
- Medewerkers;
- Uitzendkrachten.

Ook partners van collega's informeren wij graag over onze ontwikkelingen op het gebied van milieu.

### 1.1 Communicatie doelen

1. Onze medewerkers kennen onze CO<sub>2</sub> reductiedoelstelling en weten hoe ze zelf kunnen bijdragen aan CO<sub>2</sub>-reductie (kennis).
2. Onze medewerkers voelen zich betrokken bij het CO<sub>2</sub> reductiebeleid (houding).
3. Onze medewerkers dragen concreet bij aan CO<sub>2</sub>-reductie (gedrag).
4. De directie kennen en onderschrijven de CO<sub>2</sub> reductiedoelstelling (kennis/houding) en geven ruimte om deze ambitie te realiseren (gedrag).

### 1.2 Communicatie boodschappen

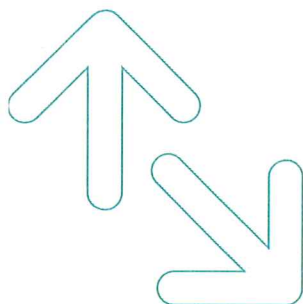
Communicatie boodschappen voor de interne doelgroep:

- CO<sub>2</sub>-reductie en maatregelen;
- Inzicht in prestaties op het gebied van energieverbruik en emissies;
- Belang van energimanagement voor de organisatie (informeren en draagvlak creëren).

### 1.3 Communicatie middelen en planning

Doelgroep	Doel*	Middel	Inhoud/boodschap	Planning	Verantwoordelijke
Directie en Management	4	Directieoverleg	Voortgang CO <sub>2</sub> -reductie	2x per jaar	Directie en KAM
Directie en Management	4	Rapportage CO <sub>2</sub> -footprint	Resultaten metingen energimanagement en CO <sub>2</sub> -emissies	2x per jaar	KAM
Nieuwe medewerkers	1,2	Bedrijfspresentatie	Aandacht voor energiebeleid en CO <sub>2</sub> -reductie	Tijdens introductie	Directie, HRM en KAM
Medewerkers	1,2,3	Bordes-sessies	Toelichting duurzame ambities en resultaten. Interactie	4x per jaar	Directie/KAM
Allen	1,2	Memo via email	Bewustwording, acties, maatregelen CO <sub>2</sub> -uitstoot.	2x per jaar	Marketing & Communicatie
Allen	2	InterVisie en Digivisie	Succesvol geïmplementeerde maatregelen en resultaten	2x per jaar	Marketing & Communicatie

\* zie de 3 beschreven communicatiedoelstellingen in paragraaf 1.1.



## 2. Communicatie externe doelgroep

Onze externe doelgroep bestaat uit:

- Klanten;
- Leveranciers;
- Partners
- Brancheorganisaties;
- Kenniscentra.

Ook de Nederlandse samenleving en in het bijzonder mensen en bedrijven in regio Venlo informeren wij graag over onze ontwikkelingen op het gebied van milieu.

### 2.1 Communicatie doelen

1. Opdrachtgevers kennen de CO<sub>2</sub> reductiedoelstelling van Agmi en zien ons als duurzame organisatie (kennis).
2. Externe belanghebbenden kennen onze CO<sub>2</sub> reductiedoelstelling, zijn geïnformeerd over hoe deze wordt gerealiseerd (CO<sub>2</sub> footprint & reductie rapportage) en zien Agmi als duurzame organisatie (kennis).
3. Media kennen de CO<sub>2</sub> reductiedoelstelling van Agmi (kennis).

### 2.2 Communicatie boodschappen

Communicatieboodschap voor de externe doelgroep:

- Agmi is bewust bezig met energiebesparing;
- Formele stukken: CO<sub>2</sub> footprint & reductie rapportage.

### 2.3 Communicatie middelen planning

Doelgroep	Doel*	Middel	Inhoud/boodschap	Planning	Verantwoordelijke
Allen	1,2	Internet, eigen website	- CO <sub>2</sub> - footprint - Samenvatting EMP - Reductieprestaties - Maatregelen	Continu	Marketing & Communicatie
Allen	1,2,3	DigiVisie	- CO <sub>2</sub> - footprint - Samenvatting EMP - Reductieprestaties - Maatregelen	Minimaal 2x per jaar.	Marketing & Communicatie
Allen	1,2,3	Social media	- Aandacht voor mvo - Reductieprestaties - Maatregelen	Continu	Marketing & Communicatie
Klanten en leveranciers	1,2	DigiVisie	- CO <sub>2</sub> - footprint - Samenvatting EMP - Reductieprestaties - Maatregelen	Minimaal 2x per jaar.	Marketing & Communicatie

\* zie de 3 beschreven communicatiedoelstellingen in paragraaf 2.1.