



## Communicatieplan

Facto BV

1 januari 2024 t/m 31 december 2024

# Inhoudsopgave

1. Inleiding	3
1.1. Organisatiestructuur	3
1.2. Verantwoordelijken	3
2. Doelstellingen en doelgroepen	4
2.1. CO2 grafiek	4
2.2. Communicatiedoelstellingen	4
2.3. Doelgroepen	5
2.4. Relevante maatregelen	6
2.5. Strategie	7
2.6. Middelen	7
3. Communicatie	8
3.1. Intern communicatie-overzicht	8
3.2. Externe communicatieoverzicht	8

# 1. Inleiding

U vindt in dit document de communicatiedoelstellingen, de interne en externe doelgroepen, de interne en externe communicatiemiddelen en taken en verantwoordelijkheden m.b.t. CO<sub>2</sub>-reductie.

Dit document is geschreven met als uitgangspunt om inzichtelijk te maken aan alle stakeholders hoe de CO<sub>2</sub>-reductiedoelen en de voortgang van het CO<sub>2</sub> reductieprogramma verloopt.

Dit communicatieplan heeft betrekking op de organisatiestructuur zoals getoond in paragraaf 1.1. De (eind)verantwoordelijken voor de uitvoering zijn vermeld in paragraaf 1.2.

## 1.1. Organisatiestructuur

Naam	Consolidatie percentage
<b>Geoservicebeheer</b> Rechtspersoon	100%
<b>Facto b.v.</b> Rechtspersoon	100%
<b>Bunschoten</b> Vestiging	100%
<b>Deventer</b> Vestiging	100%
<b>Eelde</b> Vestiging	100%
<b>Facto b.v.</b> Rechtspersoon	100%
<b>Sliedrecht</b> Vestiging	0%
<b>Geoservicebeheer BV</b> Rechtspersoon	100%

## 1.2. Verantwoordelijken

Naam	Personen
<b>Geoservicebeheer</b>	<i>Eindverantwoordelijke:</i> Dick van der Schee <i>Verantwoordelijke stuurcyclus (KAM):</i> Peter Mintjes
<b>Facto b.v.</b>	<i>Eindverantwoordelijke:</i> Dick van der Schee <i>Verantwoordelijke stuurcyclus (KAM):</i> Peter Mintjes
<b>Bunschoten</b>	
<b>Deventer</b>	
<b>Eelde</b>	
<b>Facto b.v.</b>	<i>Verantwoordelijke stuurcyclus (KAM):</i> Peter Mintjes
<b>Sliedrecht</b>	

Naam

Personen

**Geoservicebeheer BV**

*Eindverantwoordelijke:*

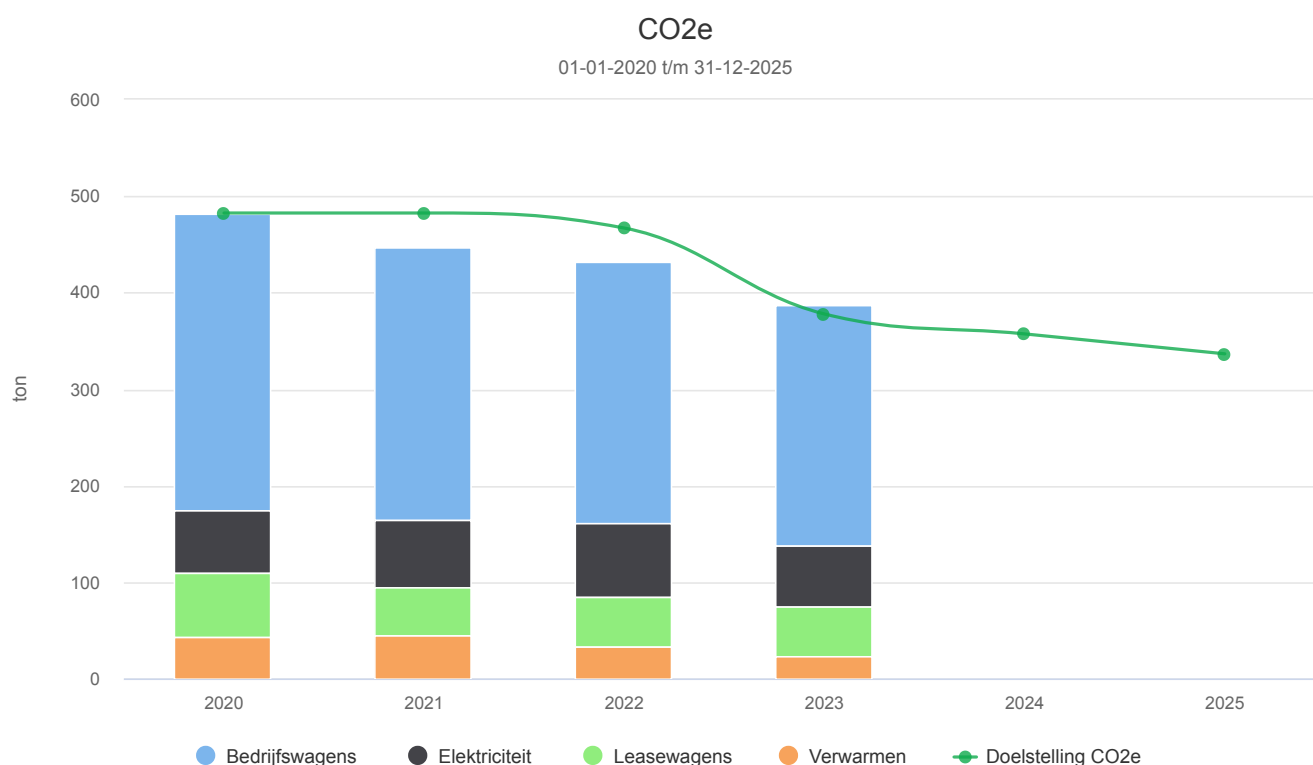
Dick van der Schee

*Verantwoordelijke stuurcyclus (KAM):*

Peter Mintjes

## 2. Doelstellingen en doelgroepen

### 2.1. CO2 grafiek



### 2.2. Communicatiedoelstellingen

De communicatiedoelstellingen voor het bedrijf m.b.t. de CO<sub>2</sub>-reductie zijn:

#### **Intern:**

- Medewerkers informeren over de CO<sub>2</sub>-footprint en de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen;
- Vergroten van het inzicht van medewerkers in het onderwerp CO<sub>2</sub>. Wat doet het bedrijf allemaal op dit gebied en waar willen we naar toe?
- Medewerkers informeren over de maatregelen en activiteiten die worden ondernomen om haar CO<sub>2</sub>-uitstoot te reduceren;
- Medewerkers informeren welke individuele en collectieve bijdrage men kan leveren aan het energiebeleid en de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen;
- Medewerkers informeren over de voortgang van de CO<sub>2</sub>-footprint en de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen.

#### **Extern:**

- Stakeholders informeren over de CO<sub>2</sub>-footprint en de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen;
- Stakeholders informeren over de maatregelen en activiteiten die ondernomen worden om de CO<sub>2</sub>-uitstoot te reduceren;
- Stakeholders informeren over de voortgang van de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen en de daaraan gelieerde acties;

- Stakeholders informeren over- en betrekken bij de bedrijfsontwikkelingen op het gebied van CO<sub>2</sub> en energie. Het kan dan ook gaan om duurzaam materiaalgebruik en het circulair inrichten van grondstofketens;
- Stakeholders betrekken bij sectorinitiatieven.
- Het jaarlijks bijwerken maatregelenlijst SKAO-site (geldt voor deelnemers aan de CO<sub>2</sub> Prestatieladder)

## 2.3. Doelgroepen

De doelgroepen die worden onderscheiden zijn in te delen naar de interne- en externe doelgroepen.

Het managementteam en leidinggevenden zijn nauw betrokken bij de ontwikkelingen van de CO<sub>2</sub>-prestatieladder. Zij zijn op de eerste plaats verantwoordelijk voor het doorgeven van de boodschap vanuit de CO<sub>2</sub>-prestatieladder aan de verschillende doelgroepen.

### **Interne doelgroepen**

De interne doelgroepen kunnen worden onderverdeeld in:

- Managementteam
- Leidinggevenden
- Medewerkers

Bij FACTO GEO zijn de medewerkers verdeeld in twee hoofdgroepen: mensen die landmeetkundige werkzaamheden verrichten (in de buitendienst) en mensen die overige/administratieve werkzaamheden verrichten (in de binnendienst). Alle medewerkers hebben via hun computer en mobiele telefoon direct toegang tot het FACTO GEO Intranet; dit platform fungeert als digitale nieuwsbrief en wordt vrijwel dagelijks geüpdatet.

Er vinden (periodiek) meerdere typen overleggen plaats, afhankelijk van de doelgroep en/of het type werkzaamheden dat men verricht. Denk hierbij aan functionele werkoverleggen, themabijeenkomsten, management overleggen, personeelsbijeenkomsten etc. Op de hoofd locatie Deventer is een centraal scherm aanwezig in de ontvangstruimte waarop een bedrijfspresentatie wordt getoond.

### **Externe doelgroepen**

FACTO GEO werkt bij voorkeur samen met partners/leveranciers die ook hun verantwoordelijkheid nemen in de reductie van hun CO<sub>2</sub> footprint, zowel in de keten als in hun samenwerking met overige partijen. Zo wordt bijvoorbeeld de groenvoorziening op de locatie Deventer onderhouden door een externe partij die niet alleen mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt in dienst heeft, maar tevens beschikt over een volledig elektrisch wagenpark.

FACTO GEO hanteert een centraal inkoopbeleid en voorziet daarmee al haar vestigingen van de nodige bedrijfsmiddelen. Zowel de leverancier van het wagenpark, de leverancier van het kantoormeubilair als de leverancier van de overige kantoorbenodigdheden zijn uitgenodigd om inzicht te geven in hun CO<sub>2</sub> footprint.

Externe doelgroepen zijn partijen die belang hebben bij reductie van CO<sub>2</sub>-emissies en potentiële partners om mee samen te gaan werken aan CO<sub>2</sub>-reductie. Tevens zijn dit partijen welke baat hebben bij partners welke actief bezig zijn met CO<sub>2</sub>-reductie. Er hoeft geen onderscheid gemaakt te worden in de communicatieboodschap naar externe belanghebbenden. Logischerwijs kan een verfijning van de boodschap de specifieke doelgroepen beter inzicht verschaffen.

*Indien een stakeholder is toe te spitsen op bijvoorbeeld een concrete organisatie dan is het voor de beeldvorming beter om een dergelijke partij concreet te benoemen in de stakeholdersbeschrijving.*

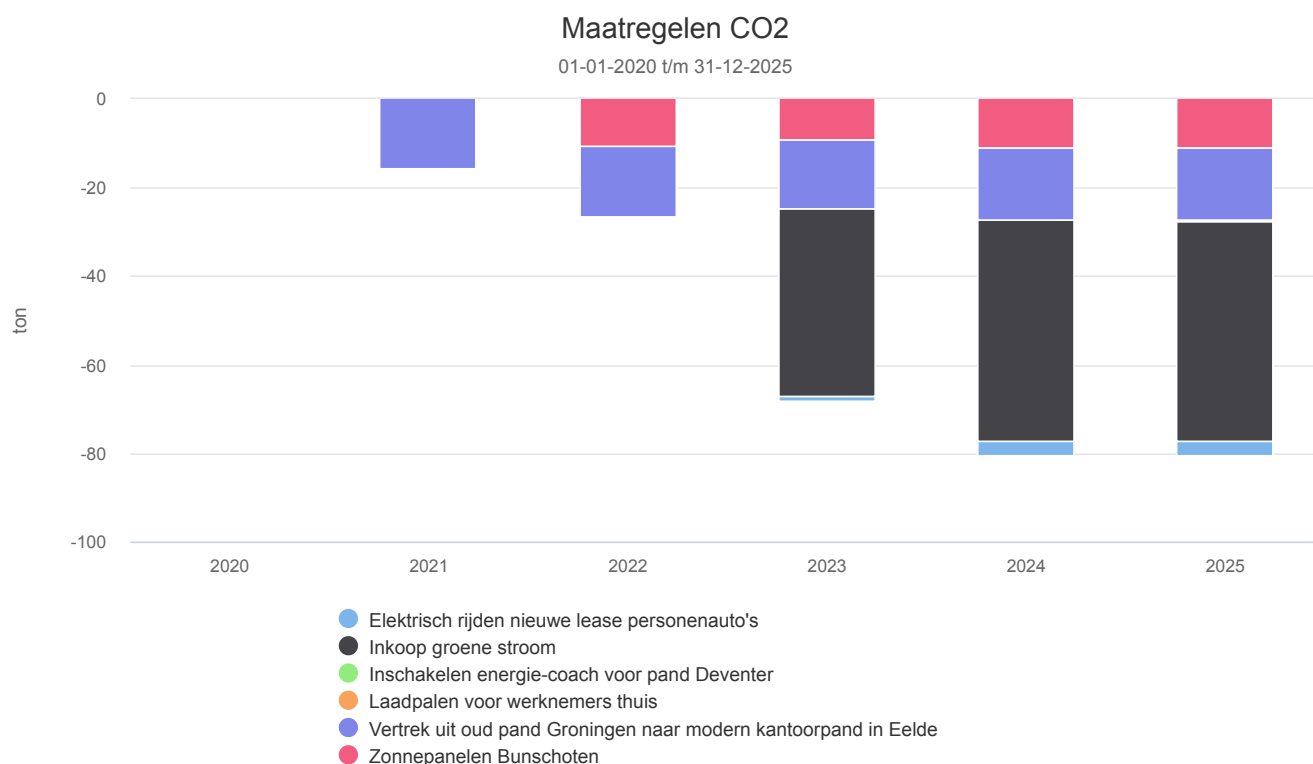
*Zo is bijvoorbeeld de samenwerking op het gebied van duurzaamheid met een strategische leverancier is beter te duiden als de betreffende organisatie concreet wordt benoemd.*

*[voor deelnemers aan de CO<sub>2</sub> prestatieladder geldt dat het communicatieplan niet verplicht op de website hoeft te worden gepubliceerd. Externe structurele communicatie vindt minimaal één keer per jaar plaats aan extern belanghebbenden door middel van een digitale nieuwsbrief en via de website.]*

Overzicht van externe doelgroepen:

- **Opdrachtgevers** (commerciële bedrijven en (semi)overheidsinstellingen)
  - Belang: Opdrachtgevers hechten belang aan het duurzaam realiseren van projecten. Het inzetten van een aannemer die extra maatregelen neemt ten aanzien van duurzaamheid en CO<sub>2</sub>-reductie biedt de opdrachtgever extra voordeel. Het is van belang opdrachtgevers te betrekken in de initiatieven, omdat de keuzes die zij maken van directe invloed kunnen zijn op de CO<sub>2</sub>- emissies.
- **Leveranciers**
  - Belang: Leveranciers kunnen bijdragen aan het verminderen van CO<sub>2</sub>-emissies. Dit kunnen zij doen door binnen de eigen organisatie te zoeken naar mogelijkheden tot CO<sub>2</sub>-reductie.
- **Onderaannemers**
  - Belang: Ook onderaannemers kunnen bijdragen aan het verminderen van CO<sub>2</sub>-emissies. Dit kunnen zij doen door binnen de eigen organisatie te zoeken naar mogelijkheden tot CO<sub>2</sub>-reductie. Tevens is het in het belang van zowel aannemers als onderaannemers om samen te zoeken naar initiatieven tot CO<sub>2</sub>-reductie.
- **Brancheorganisaties**
  - Belang: De brancheorganisaties zijn een belangrijke schakel in het reduceren van CO<sub>2</sub>-emissies. Zij kunnen de partijen binnen de branche verbinden en zorgen voor een meer gezamenlijke inspanning. Daarnaast zijn zij gesprekspartners voor overheden en belangenorganisaties van opdrachtgevers.
- **Collega-bedrijven**
  - Belang: Collega-bedrijven hebben belang bij het innoveren van de eigen markt en branche. Collega-bedrijven welke samen initiatieven ontwikkelen kunnen samen opdrachtgevers prikkelen om ook te zoeken naar mogelijkheden tot CO<sub>2</sub>-reductie en ervoor zorgen dat de branche zichzelf blijft ontwikkelen.
- **SKAO**
  - Belang: eigenaar en beheerder van de CO<sub>2</sub> Prestatieladder.
- **Overheid, provincies en gemeentes**
  - Belang: Regelgeving met betrekking tot CO<sub>2</sub> uitstoot.

## 2.4. Relevante maatregelen



Maatregelen CO2 (ton)	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Elektrisch rijden nieuwe lease personenauto's				-1,15	-3,26	-3,25
Inkoop groene stroom				-42,33	-49,89	-49,75
Inschakelen energie-coach voor pand Deventer						-0,27
Laadpalen voor werknemers thuis				0,00	0,00	0,00

Maatregelen CO2 (ton)	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Vertrek uit oud pand Groningen naar modern kantoorpand in Eelde	-15,42	-16,14	-15,44	-16,57	-16,53	
Zonnepanelen Bunschoten			-10,46	-9,12	-10,75	-10,72
Totaal	-15,42	-26,60	-68,03	-80,47	-80,52	

## 2.5. Strategie

Periodieke berichtgeving op de interne bedrijfswebsite (Intranet) voorziet de medewerkers van de nodige informatie, tips, instructies etc. met betrekking tot de genomen maatregelen en de voortgang daarvan. Tevens worden de medewerkers middels interactieve vraagstelling gestimuleerd om zelf ideeën aan te dragen m.b.t het reduceren van de CO<sub>2</sub> footprint.

De doelgroep werknemers is van essentieel belang, omdat een groot aandeel van de CO<sub>2</sub>-emissie direct gerelateerd is aan het gedrag van de medewerkers (zoals efficiënt rijden, voertuigen stationair laten draaien, lampen laten branden, beeldschermen uitzetten etc.). Het doel van de interne communicatie is om de medewerkers bewust te maken van hun gedrag en de invloed daarvan op het energieverbruik.

Het managementteam draagt de doelstellingen uit en ziet er op toe dat er concreet wordt gewerkt aan CO<sub>2</sub>-reductie. Hoe dit zich uit in de doelstellingen wordt tijdens het semester gebonden meetpunten duidelijk. Uiteindelijk zullen ook de collega's elkaar onderling gaan aanspreken en stimuleren om de CO<sub>2</sub>-emissie te reduceren.

Zoals uit de doelstelling blijkt, moeten alle medewerkers van het bedrijf periodiek worden geïnformeerd over het CO<sub>2</sub>-beleid en de bijbehorende reductiedoelstellingen. Medewerkers moeten op de hoogte worden gebracht van het beleid in het algemeen, maar vooral ook van de onderdelen die voor hen van belang zijn - en daarmee dus tevens de concreet de genomen en/of te nemen maatregelen.

## 2.6. Middelen

De volgende communicatiemiddelen worden gebruikt bij het uitdragen van de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen en metingen. Er wordt o.a. gebruik gemaakt van:

- De Bedrijfswebsite: <https://www.facto-geo.nl/co2-prestatieladder/>
- Periodieke berichtgeving via de Intranet omgeving
- Managementrapportages voorzien van een CO<sub>2</sub> footprint
- Toolbox / Themabijeenkomsten
- MT/cKVGGM-overleg en KVGGM-kwartaalrapportage

## 3. Communicatie

Op de website is een dynamische pagina ingericht die informeert over het CO<sub>2</sub>-reductiesysteem van de organisatie. Op deze site zal zich informatie bevinden met betrekking tot:

- het CO<sub>2</sub>-reductiebeleid
- de CO<sub>2</sub>-footprint
- de CO<sub>2</sub>-reductiedoelstellingen en de voortgang hiervan
- de CO<sub>2</sub>-reductiemaatregelen en de voortgang hiervan
- het energiemangement actieplan.

Bovenstaande aspecten vormen de basis van de CO<sub>2</sub> voortgangsrapportage en het energie actieplan, die halfjaarlijks zullen worden opgesteld en worden gecommuniceerd.

- Alle externe communicatie (nieuwsbrieven, persberichten e.d.)
- Acties en initiatieven op het gebied van CO<sub>2</sub>-reductie waarin het bedrijf een deelnemer is.
- Een kopie van ons meest recente CO<sub>2</sub>-Bewust Certificaat.

Zie: <https://www.facto-geo.nl/co2-prestatieladder/>

### 3.1. Intern communicatie-overzicht

Doelgroep	Kanaal	Boodschap	Frequentie
Uitvoerend personeel	Intranet	Voortgang CO <sub>2</sub> reductieprogramma	2x per jaar
Uitvoerend personeel	Toolbox	Div. KVGM-onderwerpen, waaronder CO <sub>2</sub> -reductie	4x per jaar

### 3.2. Externe communicatieoverzicht

Doelgroep	Kanaal	Boodschap	Frequentie
Opdrachtgevers	Website	Voortgang CO <sub>2</sub> reductie	Doorlopend
Overige stakeholders	Website	Voortgang CO <sub>2</sub> reductie	Doorlopend
Club van 49 leden	Teams	Voortgang CO <sub>2</sub> reductie	2x per jaar