



fudura



Kantorenpark in Weert-Noord dat 100% elektrisch laadt met het Prik & Go laadplein, geleverd door Fudura.

Communicatieplan CO₂-Prestatieladder

Fudura B.V. 2019

Inhoud

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

1. Managementsamenvatting

In dit communicatieplan wordt beschreven hoe Fudura 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 vanuit de CO₂-Prestatieladder

Vanuit de invalshoek 'transparantie' van de CO₂-prestatieladder worden eisen gesteld aan de in- en externe communicatie van Fudura. 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. Fudura is gecertificeerd op trede 3 van deze CO₂-prestatieladder.

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 Fudura.

2. Communicatiedoelstellingen

Fudura zorgt voor een betrouwbare, duurzame en betaalbare energievoorziening voor haar klanten. Met 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 Fudura ook haar eigen directe en indirecte CO₂-uitstoot in kaart brengt en stuurt op het reduceren hiervan.

Om ons energiebeleid te borgen en meetbaar te maken zij wij sinds 2014 gecertificeerd op de CO₂-prestatieladder. Deze visie wil Fudura zowel intern (bij management en medewerkers) als extern bij haar stakeholders uitdragen.

2.1. Interne communicatiedoelstellingen

De interne communicatiedoelstellingen van Fudura zijn:

- Het bewustmaken en enthousiasmeren van management en medewerkers over de visie van Fudura met betrekking tot duurzaamheid;
- Ervoor zorgen dat medewerkers inzicht krijgen in het onderwerp duurzaamheid. Door toe te lichten wat duurzaamheid is, wat Fudura 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*

**) Medewerkers van Fudura in de buitendienst, zoals meettechnici, beschikken niet over een eigen werkplek, maar werken vanuit huis. En kunnen daarom minder makkelijk met digitale communicatieuitingen en in-kantoor uitingen zoals posters, worden bereikt. Dit is een aspect waarmee rekening moet worden gehouden.*

2.3. Externe communicatiedoelstellingen

De externe communicatiedoelstellingen van Fudura zijn:

- Het betrekken en informeren van externe stakeholders over de duurzaamheidsvisie, het energiebeleid -en doelstellingen de CO₂-reductiedoelstellingen en de daaruit voortvloeiende acties;
- Informeren van belanghebbenden over de CO₂-footprint van Fudura;
- Het betrekken en informeren van belanghebbenden over de voortgang van de CO₂ reductiedoelstellingen; en maatregelen die genomen zijn;
- Belanghebbenden informeren over de activiteiten in het kader van de CO₂-prestatieladder;
- Belanghebbenden informeren over en betrekken bij de ontwikkelingen binnen Fudura op het gebied van duurzaamheid;

2.4. Externe doelgroepen

Externe doelgroepen worden onderverdeeld in: opdrachtgevers (klanten), leveranciers, onderaannemers en zakelijke markt (niet-klanten).

Opdrachtgevers

De belangrijkste sectoren voor Fudura zijn:

- Industrie
- Energie & Utiliteit
- Zakelijke dienstverlening
- Handel en logistiek
- Publiek & semi-publiek

Leveranciers en onderaannemers

Leveranciers en onderaannemers kunnen een bijdrage leveren om de CO₂ uitstoot in de keten te reduceren. Om de leveranciers en onderaannemers te betrekken, te informeren en aan te geven hoe zij kunnen participeren,

is het van groot belang een goede relatie te hebben en onderhouden met de leveranciers. Leveranciers en onderaannemers dienen mede geselecteerd te worden op hun bereidheid zich aan te sluiten bij de reductiedoelstellingen die Fudura zich heeft gesteld.

Particulieren en bedrijven

Via (vak)media kan de rest van de zakelijke markt (niet-klanten) bereikt worden. Dit leidt tot het vergroten van de naamsbekendheid van Fudura als Maatschappelijk Verantwoorde Organisatie.

3. Communicatiemiddelen

3.1. Interne communicatiemiddelen

Voor de interne communicatie worden de volgende communicatiemiddelen ingezet:

• **Balanced Scorecard**

Het management wordt maandelijks op de hoogte gehouden van de status van de CO₂-reductiedoelstellingen als onderdeel van de overall Balanced Scorecard rapportage.

• **Nieuwsbrief**

In de Fudura Nieuwsbrief wordt minimaal 2 keer per jaar een artikel geplaatst met betrekking tot reductiedoelstellingen.

• **Intranet**

Op de intranetsite van Fudura wordt minimaal 2 keer per jaar een artikel geplaatst over met betrekking tot reductiedoelstellingen.

• **Werkoverleg**

Tijdens de verschillende afdelingsoverleggen wordt aandacht besteed aan de CO₂-reductiedoelstellingen en aan manieren om hier een bijdrage aan te leveren. Initiatieven kunnen vervolgens weer middels intranet en/of nieuwsbrief worden gedeeld met de gehele organisatie.

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 wordt hierover informatie opgenomen op de website van Fudura (www.fudura.nl/wij-zijn-fudura/mvo). De informatie voldoet aan de eisen van de CO₂-prestatieladder.
- Nieuws met betrekking tot MVO-acties van Fudura wordt gedeeld via de website, www.fudura.nl/nieuws.

• Socialmedia

Op socialmedia, zoals Twitter en LinkedIn, worden berichten gedeeld die betrekking hebben op MVO-acties van Fudura.

• Artikelen in (vak)bladen

Persberichten met betrekking tot MVO-acties van Fudura.

4. Taken en verantwoordelijkheden

- Het Managementteam van Fudura is eindverantwoordelijk voor de communicatie zoals beschreven in dit communicatieplan.
- De afdeling Marketing & Sales van Fudura verzorgt alle communicatie betreffende het energie en CO₂-beleid. Dit gebeurt in samenwerking met andere betrokken afdelingen en externe communicatiepartners.
- De QHSE-coördinator zorgt ervoor dat de afdeling Communicatie alle relevante informatie ontvangt voor de interne en externe communicatie.

5. Planning

• Maandelijks:

- Intern: rapportage voortgang via Balanced Scorecard rapportage, updates op intranet en via de nieuwsbrief.
- Extern: artikelen op de website van Fudura en via Social Media.

• Halfjaarlijks:

- Intern: tussentijdse update in Nieuwsbrief Fudura, inrichting intranet, agenda werkoverleg, kwartaalbijeenkomsten.
- Extern: tussentijdse update op website Fudura.
- Afspraak QHSE-coördinator en afdeling Communicatie over voortgang communicatie.

• Jaarlijks:

- Intern: eindevaluatie en oordeel in Nieuwsbrief Fudura en intranet.
- Extern: eindevaluatie en oordeel op website Fudura.