



CO₂-communicatieplan

Versie: november 2023

Inhoud

1 Inleiding

1.1 Eisen vanuit de CO₂-Prestatieladder

2 Communicatiedoelstellingen

2.1 Interne communicatiedoelstellingen

2.2 Interne doelgroepen

2.3 Externe communicatiedoelstellingen

2.4 Externe doelgroepen

3 Communicatiemiddelen

3.1 Interne communicatiemiddelen

3.2 Externe communicatiemiddelen

4 Taken en verantwoordelijkheden

5 Planning

1 Inleiding

In dit communicatieplan wordt beschreven hoe Friesland Lease 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 van de CO₂-prestatieladder

Vanuit de invalshoek 'transparantie' van de CO₂-prestatieladder worden eisen gesteld aan de in- en externe communicatie van Friesland Lease. Met name vanaf niveau 3.1 is het extern communiceren een vereiste en bovendien nodig voor een doeltreffende werking van de CO₂-prestatieladder binnen de branche en daarbuiten. In de CO₂-prestatie-ladder 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 Friesland Lease door middel van periodieke publicaties.

2 **Communicatiedoelstellingen**

Friesland Lease zorgt voor persoonlijke, duurzame en betaalbare mobiliteit voor haar klanten. Friesland Lease werkt op een maatschappelijk verantwoorde manier, in samenwerking met haar klanten en stakeholders, met als doel een duurzaam en economisch gezonde onderneming te zijn met een goed toekomstperspectief. De organisatie beseft dat het vinden van een balans tussen een economisch gezonde bedrijfsvoering en het ondernemen met het oog voor het milieu, toekomstige generaties en ethische en sociale aspecten een positief effect heeft op alle betrokken partijen. Met en door 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 Friesland Lease ook haar eigen directe en indirecte CO₂-uitstoot in kaart brengt en stuurt op het reduceren hiervan. Deze visie wil Friesland Lease zowel intern (bij management en medewerkers) als extern bij haar stakeholders uitdragen.

2.1 **Interne communicatiedoelstellingen**

De interne communicatiedoelstellingen van Friesland Lease zijn:

- Het bewustmaken en enthousiasmeren van management en medewerkers over de visie van Friesland Lease met betrekking tot duurzaamheid;
- Ervoor zorgen dat medewerkers inzicht krijgen in het onderwerp duurzaamheid. Door toe te lichten wat duurzaamheid is, wat Friesland Lease eraan doet en wat de doelstellingen zijn;
- Het informeren en betrekken van medewerkers over de voortgang van de MVO-doelstellingen en de CO₂-reductie-doelstellingen 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.

2.3 **Externe communicatiedoelstellingen**

De externe communicatiedoelstellingen van Friesland Lease zijn:

- Het betrekken en informeren van externe stakeholders over de het energiebeleid, de energiedoelstellingen, de CO₂-reductiedoelstellingen en de daaruit voortvloeiende acties;
- Informeren van belanghebbenden over de CO₂-footprint van Friesland Lease;
- Het betrekken en informeren van belanghebbenden over de voortgang van de CO₂-reductiedoelstellingen en over genomen maatregelen;
- Belanghebbenden informeren over de activiteiten in het kader van de CO₂-prestatieladder.

2.4 **Externe doelgroepen**

De externe doelgroepen worden onderverdeeld in:

- Klanten
- Berijders
- Aandeelhouders
- Branchegeenoten
- Media
- Omgeving

3 Communicatiemiddelen

3.1 Interne communicatiemiddelen

Voor de interne communicatie worden de volgende communicatiemiddelen ingezet:

- Intranet. Dit wordt gebruikt om de medewerkers twee maal per jaar op de hoogte te brengen van de CO₂-uitstoot en de voortgang met betrekking tot de reductiedoelstellingen;
- Medewerkersbijeenkomsten. Deze worden gebruikt om een maal per jaar de medewerkers op de hoogte te brengen van alle MVO-ontwikkelingen, hier vallen ook de ontwikkelingen omtrent de CO₂-prestatieladder onder.

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 Friesland Lease (<https://www.frieslandlease.nl/over-ons/mvo/>). De informatie voldoet aan de eisen van de CO₂-prestatieladder. Nieuws met betrekking tot MVO-acties van Friesland Lease wordt gedeeld via de website, www.frieslandlease.nl.

Social media

Op social media, zoals Facebook en LinkedIn, worden berichten gedeeld die betrekking hebben op MVO-acties van Friesland Lease.

Artikelen in (vak)bladen

Persberichten met betrekking tot duurzame acties en initiatieven die Friesland Lease organiseert, ondersteund of aanmoedigd.

4 **Taken en verantwoordelijkheden**

- Het Managementteam van Friesland Lease is eindverantwoordelijk voor de communicatie zoals beschreven in dit communicatieplan.
- De Kwaliteitsmanager verzorgt alle communicatie betreffende het energie en CO₂-beleid. Dit gebeurt in samenwerking met andere betrokken afdelingen en externe communicatiepartners.
- De Kwaliteitsmanager zorgt ervoor dat hij alle relevante informatie verzamelt voor de interne en externe communicatie.

5 **Planning**

Maandelijks:

Intern: MVO actiepunten worden gezamenlijk besproken volgens ons management of change proces.

Extern: waar mogelijk stimuleren de accountmanagers klanten om over te stappen op een fossielvrij wagenpark.

Half Jaarlijks:

Intern: Intranet om werknemers op de hoogte te houden.

Extern: Publicatie op website Friesland Lease, conform de eisen in paragraaf 6.1.3 in de Handleiding CO₂-Prestatieladder 3.1.

Jaarlijks:

Intern: Medewerkersbijeenkomst met updates rondom de CO₂-uitstoot.

Intern: Directiebeoordeling over MVO, Milieubarometer en voortgang CO₂-reductie.

Extern: Publicatie van onze CO₂-rapportage op de website van SKAO, conform de eisen in paragraaf 6.1.3 in de Hand-leiding CO₂-Prestatieladder 3.1.