



Communicatieplan 2026

Facto BV

1 januari 2026 t/m 31 december 2026

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	5
2.3. Doelgroepen	6
2.4. Relevante maatregelen	8
2.5. Strategie	9
2.6. Middelen	9
3. Communicatie	10
3.1. Intern communicatie-overzicht	10
3.2. Externe communicatieoverzicht	10

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. CO₂-reductie.

Dit document is geschreven met als uitgangspunt om inzichtelijk te maken aan alle stakeholders hoe de CO₂-reductiedoelen en de voortgang van het CO₂ 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

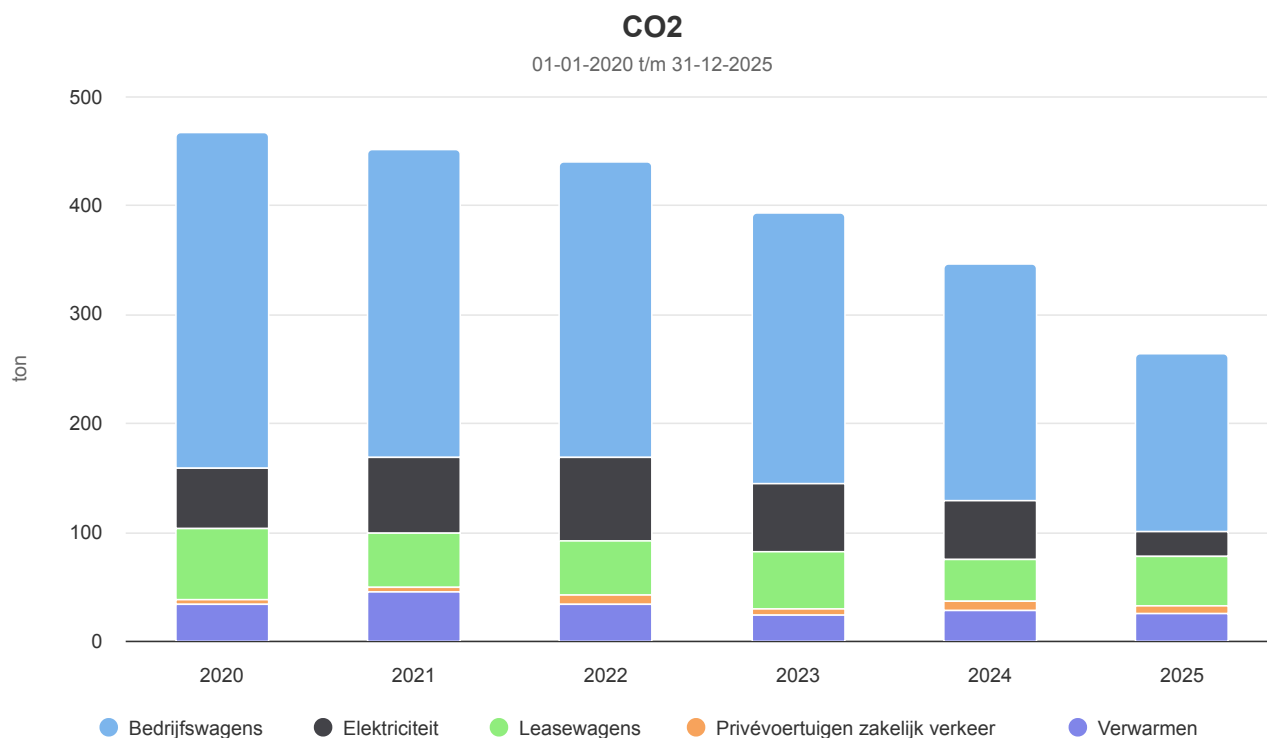
Naam	Consolidatie percentage
Facto b.v. Rechtspersoon	100%
Bunschoten Vestiging	100%
Deventer Vestiging	100%
Eelde Vestiging	100%
Geoservicebeheer BV Rechtspersoon	100%

1.2. Verantwoordelijken

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

2. Doelstellingen en doelgroepen

2.1. CO2 grafiek



Bedrijfswagens: bedrijfsbusjes voor de buitendienst (diesel).

Leasewagens: geel kenteken elektrische bedrijfswagens voor het management en de elektrische bedrijfsbusjes voor de buitendienst. (exclusief opladen bij kantoor).

Verwarmen: verwarming van de kantoorpanden (aardgas)

Elektriciteit: elektraverbruik van de kantoorpanden (incl. opladen elektrische voertuigen).

Privévoertuigen: Betreft gereden kilometers met privé vervoer (brandstof onbekend).

2.2. Communicatiedoelstellingen

De communicatiedoelstellingen voor het bedrijf m.b.t. de CO₂-reductie zijn:

Intern:

- Medewerkers informeren over de CO₂-footprint en de CO₂-reductiedoelstellingen;
- Vergroten van het inzicht van medewerkers in het onderwerp CO₂. 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 CO₂-uitstoot te reduceren;
- Medewerkers informeren welke individuele en collectieve bijdrage men kan leveren aan het energiebeleid en de CO₂-reductiedoelstellingen;
- Medewerkers informeren over de voortgang van de CO₂-footprint en de CO₂-reductiedoelstellingen.

Extern:

- Stakeholders informeren over de CO₂-footprint en de CO₂-reductiedoelstellingen;
- Stakeholders informeren over de maatregelen en activiteiten die ondernomen worden om de CO₂-uitstoot te reduceren;
- Stakeholders informeren over de voortgang van de CO₂-reductiedoelstellingen en de daaraan gelieerde acties;
- Stakeholders informeren over- en betrekken bij de bedrijfsontwikkelingen op het gebied van CO₂ 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 CO₂ 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 CO₂-prestatieladder. Zij zijn op de eerste plaats verantwoordelijk voor het doorgeven van de boodschap vanuit de CO₂-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.

Externe doelgroepen

FACTO GEO werkt bij voorkeur samen met partners/leveranciers die ook hun verantwoordelijkheid nemen in de reductie van hun CO₂ 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 CO₂ footprint.

Externe doelgroepen zijn partijen die belang hebben bij reductie van CO₂-emissies en potentiële partners om mee samen te gaan werken aan CO₂-reductie. Tevens zijn dit partijen welke baat hebben bij partners welke actief bezig zijn met CO₂-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.

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 CO₂-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 CO₂-emissies.
- **Opdrachtgevers met gunningsvoordeel**
 - Belang: Opdrachtgevers, waarbij tijdens het gunningstraject (de aanbesteding) het CO₂-prestatieladder-certificaat een rol speelt, zijn partijen die belang hebben bij reductie van CO₂-emissies, en dragen hiermee direct bij aan het behouden van ons certificaat en indirect aan het verminderen van CO₂-reductie.
- **Leveranciers**
 - Belang: Leveranciers kunnen bijdragen aan het verminderen van CO₂-emissies. Dit kunnen zij doen door binnen de eigen organisatie te zoeken naar mogelijkheden tot CO₂-reductie.
- **Onderaannemers**
 - Belang: Ook onderaannemers kunnen bijdragen aan het verminderen van CO₂-emissies. Dit kunnen zij doen door binnen de eigen organisatie te zoeken naar mogelijkheden tot CO₂-reductie. Tevens is het in het belang

van zowel aannemers als onderaannemers om samen te zoeken naar initiatieven tot CO₂-reductie.

- **Brancheorganisaties**

- Belang: De brancheorganisaties zijn een belangrijke schakel in het reduceren van CO₂-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 CO₂-reductie en ervoor zorgen dat de branche zichzelf blijft ontwikkelen.

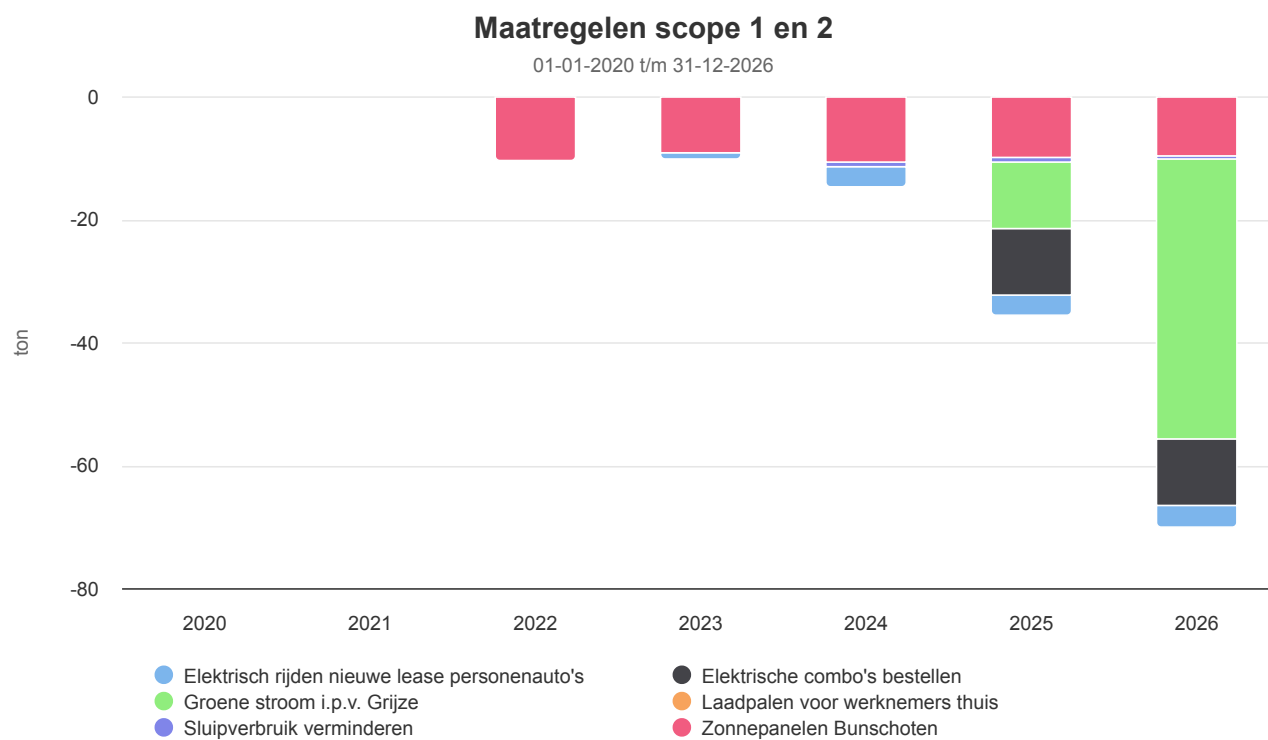
- **SKAO**

- Belang: eigenaar en beheerder van de CO₂ Prestatieladder.

- **Overheid, provincies en gemeentes**

- Belang: Regelgeving met betrekking tot CO₂ uitstoot.

2.4. Relevante maatregelen



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 (waar mogelijk) middels interactieve vraagstelling gestimuleerd om zelf ideeën aan te dragen m.b.t het reduceren van de CO₂ footprint.

De doelgroep werknemers is van essentieel belang, omdat een groot aandeel van de CO₂-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 CO₂-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 CO₂-emissie te reduceren.

Zoals uit de doelstelling blijkt, moeten alle medewerkers van het bedrijf periodiek worden geïnformeerd over het CO₂-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 CO₂-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
- Toolbox / Kwartaalbijeenkomsten
- MT/cKVGGM-overleg

3. Communicatie

Op de website is een dynamische pagina ingericht die informeert over het CO₂-reductiesysteem van de organisatie. Op deze site zal zich informatie bevinden met betrekking tot:

- het CO₂-reductiebeleid
- de CO₂-footprint
- de CO₂-reductiedoelstellingen en de voortgang hiervan
- de CO₂-reductiemaatregelen en de voortgang hiervan
- het energiemangement actieplan.

Bovenstaande aspecten vormen de basis van de CO₂ 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 CO₂-reductie waarin het bedrijf een deelnemer is.
- Een kopie van ons meest recente CO₂-Bewust Certificaat.

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

3.1. Intern communicatie-overzicht

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

3.2. Externe communicatieoverzicht

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