

Communicatieplan CO₂-reductie Nibag

Versie: 24 mei 2023 v.2.0

1. Inleiding

Dit communicatieplan beschrijft de wijze waarop Nibag haar doelstellingen en vorderingen op het gebied van CO₂-emissiereductie communiceert naar interne en externe belanghebbenden.

Nibag wil de organisatie zodanig inrichten dat de schade voor het milieu zoveel mogelijk wordt beperkt. Ook bij de medewerkers is er steeds meer bewustwording en verantwoordelijkheid waarneembaar om op een duurzame manier met het milieu om te gaan.

Het plan is opgesteld in het kader van de certificering van de CO₂-Prestatieladder.

2. Doelgroepen, communicatieboodschappen en -middelen

De belanghebbenden zijn in te delen in twee groepen: interne en externe belanghebbenden.

Nibag heeft de volgende belanghebbenden geïdentificeerd:

Interne belanghebbenden:

- Directie;
- MT;
- Medewerkers;
- Ondernemingsraad;
- Aandeelhouders.

Externe belanghebbenden:

- Klanten;
- Leveranciers;
- Partners;
- Onderwijsinstellingen;
- Studenten;
- ZZP'ers;
- Banken;
- Verzekeraars;
- Verhuurders.

Interne belanghebbenden:

De boodschap aan de interne belanghebbenden is dat Nibag bij wil dragen aan een reductie van CO₂-uitstoot en dat hierop waar mogelijk wordt ingespeeld in de bedrijfsvoering. Interne belanghebbenden worden daarbij uitgenodigd ideeën aan te dragen voor CO₂-reductie. Daarnaast worden doelen, ambities, voortgang en resultaten ten aanzien van de eigen CO₂-emissie gecommuniceerd.

Dit dient ertoe te leiden dat iedere werknemer van Nibag zich bewust is van het belang van CO₂-reductie, bekend is met het milieubeleid en waar mogelijk een eigen verantwoordelijkheid heeft hierbij.

Voor de interne communicatie worden de volgende communicatiemiddelen ingezet:

- Jaarlijks worden minimaal 1 keer de resultaten besproken met de directie;
- Interne overleggen met het MT, SDG-groep en milieufunctionaris volgens jaarplanning;

- 2x een presentatie tijdens de halfjaarlijkse bijeenkomst;
- E-mails vanuit de milieufunctionaris of marketing afdeling;
- Jaarboek 1x per jaar;
- Interne belanghebbenden zien ook de externe communicatie d.m.v. social media.

Extern belanghebbenden:

De boodschap aan extern belanghebbenden is dat Nibag wil laten zien CO₂-reductie hoog in het vaandel te hebben staan. Externe belangstellenden worden geïnformeerd over de doelen, ambities, voortgang en resultaten van de eigen CO₂-emissie.

Dit dient ertoe te leiden dat extern belanghebbenden zich op de hoogte kunnen stellen van het CO₂-reductiebeleid van Nibag en ermee bekend zijn dat CO₂-reductie onderdeel uitmaakt van de bedrijfsvoering van Nibag.

Voor de externe communicatie worden de volgende communicatiemiddelen ingezet:

- Website: hierop bevinden zich in ieder geval de CO₂-footprint met reductiedoelstellingen en het communicatieplan en de vermelding dat Nibag gecertificeerd is conform de CO₂-prestatieladder. Indien er hieromtrent nieuws te melden is dan wordt dit vermeld op de website.
- Omdat Nibag nog niet is gecertificeerd voor de CO₂-prestatieladder staat dit nog niet in offertes weergegeven.
- Relaties worden tijdens reguliere overleggen mondeling geïnformeerd over het feit dat Nibag gecertificeerd is conform bijvoorbeeld de ISO 14001 of de CO₂-prestatieladder.
- Er wordt via het Instagram account en LinkedIn account van Nibag informatie gedeeld over CO₂-reductie. Dit wordt gedaan volgens de contentplanning van Marketing.
- MVO-jaaroverzicht 1x per jaar.

Eindverantwoordelijk voor de communicatie ten aanzien van CO₂-reductie is de directie. Taken zijn gedelegeerd naar de milieufunctionaris en de medewerkers marketing en communicatie.