

# Communicatieplan

CO<sub>2</sub> -prestatieladder

2026



## Inhoud

Inleiding .....	3
1. Doel van het communicatieplan .....	3
2. Kern van het verhaal: twee sporen .....	3
Spoor 1 – onze eigen bedrijfsvoering .....	3
Spoor 2 – CO <sub>2</sub> -reductie via onze producten .....	3
3. Positionering en samenhang .....	4
4. Doelgroepen.....	4
5. Kernboodschappen per doelgroep.....	4
6. Communicatiemiddelen .....	4
7. Frequentie.....	5
8. Evaluatie en bijsturing.....	5

## Inleiding

Future Fuels helpt organisaties om vandaag al hun CO<sub>2</sub>-uitstoot te verlagen met praktische, direct toepasbare brandstoffen. Tegelijkertijd nemen wij verantwoordelijkheid voor onze eigen CO<sub>2</sub>-voetafdruk. Dit communicatieplan beschrijft hoe wij beide onderwerpen – onze eigen CO<sub>2</sub>-prestatieladder én de CO<sub>2</sub>-reductie van onze producten – helder en praktisch communiceren.

## 1. Doel van het communicatieplan

Dit communicatieplan heeft als doel om:

- Transparant te communiceren over onze CO<sub>2</sub>-Prestatieladder (Trede 1)
- Duidelijk onderscheid te maken tussen eigen emissies en productimpact bij klanten
- Onze klanten te informeren én te begeleiden bij CO<sub>2</sub>-reductie
- Duurzaamheid praktisch en begrijpelijk te houden

## 2. Kern van het verhaal: twee sporen

### Spoor 1 – onze eigen bedrijfsvoering

Future Fuels is gecertificeerd op CO<sub>2</sub>-Prestatieladder versie 4.0 – Trede 1. Dit betekent dat wij:

- Onze eigen CO<sub>2</sub>-uitstoot (scope 1 en 2) in kaart brengen
- Structureel werken aan inzicht en verbetering
- Dit aantoonbaar en regelmatig communiceren

De CO<sub>2</sub>-Prestatieladder is daarmee het kader waarin wij laten zien hoe wij zelf verduurzamen.

### Spoor 2 – CO<sub>2</sub>-reductie via onze producten

Future Fuels levert aan eindklanten en dealers duurzame brandstoffen die in de dagelijkse praktijk direct bijdragen aan CO<sub>2</sub>-reductie, zoals:

- Blauwe Diesel 100 (HVO100)
- Blauwe Diesel 20 (HVO20)
- 

Met deze brandstoffen helpen wij klanten hun CO<sub>2</sub>-uitstoot substantieel te verlagen, zonder dat aanpassingen aan voertuigen of logistieke processen nodig zijn.

De CO<sub>2</sub>-reductie die wordt gerealiseerd door het gebruik van onze producten betreft de uitstoot bij onze klanten en valt buiten de eigen CO<sub>2</sub>-footprint van Future Fuels. Deze productimpact maakt geen onderdeel uit van onze CO<sub>2</sub>-Prestatieladder-footprint, maar vormt wel een belangrijk onderdeel van onze maatschappelijke rol.

## 3. Positionering en samenhang

In onze communicatie geldt:

- De CO<sub>2</sub>-Prestatieladder toont onze interne verantwoordelijkheid
- Blauwe Diesel 100 en Blauwe Diesel 20 tonen onze externe impact
- Beide versterken elkaar, maar worden duidelijk onderscheiden

Zo laten we zien dat verduurzaming bij Future Fuels geen los project is, maar de kern van wat we dagelijks doen.

## 4. Doelgroepen

Intern

- Medewerkers
- Directie

Extern

- Klanten en opdrachtgevers
- Partners en leveranciers
- Certificerende instanties en stakeholders

## 5. Kernboodschappen per doelgroep

- Klanten: Wij helpen je vandaag al CO<sub>2</sub> reduceren, met heldere uitleg en bewezen oplossingen
- Partners: Samen maken we verduurzaming praktisch en haalbaar
- Medewerkers: Ons productverhaal en onze eigen CO<sub>2</sub>-aanpak horen logisch bij elkaar
- Stakeholders: Future Fuels communiceert transparant en praktisch

## 6. Communicatiemiddelen

- Website Future Fuels
- Nieuwsbrief (voor klanten)
- Social media (LinkedIn)
- Klantpresentaties en adviesgesprekken

## 7. Frequentie

<b>Middel</b>	<b>Frequentie</b>
Website	Continu actueel
Nieuwsbrief	Minimaal 1x per jaar
Social media	Bij relevante updates
Klant- en prospectpresentaties	Doorlopend

## 8. Evaluatie en bijsturing

Het communicatieplan wordt jaarlijks geëvalueerd. Eventuele verbetervoorstellen kunnen hiervan het gevolg zijn.

Als de reductiedoelstellingen niet worden behaald, wordt de communicatieaanpak aangepast.