

Fé.

soul communication & research

FÉ. & DUURZAME COMMUNICATIE



INLEIDING

Duurzame marketing en communicatie zijn voor Fé. een evidentie, Corporate Social Responsibility de essentie. Daarin zijn we altijd heel nadrukkelijk en consequent geweest. Al van bij het ontstaan, in 1999 vormden sociale en maatschappelijke betrokkenheid onze motor. Een extract uit het boek 'Fé.nomenaal – Fé.losofie', over het ontstaan van Fé., illustreert hoezeer waarden als respect, authenticiteit, transparantie en verantwoordelijkheid ingebakken zitten in het DNA van onze organisatie:



Dettie en ik willen een ander bureau. We willen niet slechts mooie plaatjes maken, ons ideaal is een sociaal en maatschappelijk geëngageerd communicatiebureau dat campagnes maakt met een duidelijke

doelstelling. Ik wil de consument respecteren en niet als een cijfertje zien. Reclamebureaus moeten klantgericht denken, transparanter zijn. En daar wil ik met ons communicatiebureau aan bijdragen. Echt en eerlijk communiceren. Respect hebben, niet alleen praten maar ook luisteren, interactie nastreven en een duurzame relatie opbouwen. Op zoek gaan naar de ware beweegredenen, van de consument uitgaan.
– Katja van Putten

Wij zijn altijd met Corporate Social Responsibility begaan geweest. Over de jaren heen is dat alleen maar meer gegroeid. Dat uit zich in de klanten die we aantrekken, het werk dat we leveren en onze visie daarop, de mensen die bij ons werken en het verschil dat we in alles willen maken. Met veel plezier lichten wij jullie onze visie over CSR toe.

Katja van Putten
Managing Director
Strategie en Visie

Dettie Luyten
Managing Director
Algemeen beleid



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: WAT IS DAT?

De Vlaamse overheid is op zoek naar het eeuwige leven!

www.grenzeloosgebruik.be



Corporate Social Responsibility gaat veel verder dan enkel milieuvriendelijk of duurzaam handelen. Helaas misbruiken velen de term vaak in functie van 'value dressing'.

Duurzame marketing en communicatie is NIET:

- **green washing** (vb. folder voor vervuillende wagen op gerecycleerd papier, beelden voor een advertentie die geshoot worden op een ver Braziliaans strand)
- **louter communiceren over duurzame initiatieven** zonder dat deze doorleefd zijn en gedragen worden door de totale organisatie

De communicatie zelf moet ook duurzaam zijn, en daarvoor moet de intentie van de opdrachtgever en de opdrachtnemer ethisch correct zijn.

Op de vraag van klanten 'kunnen we geen campagne doen rond duurzaamheid?' is het antwoord van Fé. steevast: eerst moet de duurzame basis doorleefd en grondig uitgewerkt zijn en moet er ook naar gehandeld worden, dan pas kan er over gecommuniceerd worden!

Maatschappelijk verantwoord ondernemen in communicatie

Zoals eerder aangegeven staat Corporate Social Responsibility of Maatschappelijk Sociaal Verantwoord Ondernemen centraal binnen de visie van Fé. Zowel intern, bij de eigen werknemers en de werking van onze organisatie, als in de opdrachten die we uitvoeren, is dat onze toetssteen. Méér dan alleen om ecologie, draait CSR ook om respect en geloofwaardigheid, om authenticiteit en denken en handelen vanuit een verantwoordelijkheid naar de toekomst toe.

Wat Maatschappelijk Sociaal Verantwoord Ondernemen betreft, houdt Fé. rekening met de drie kernelementen:

PEOPLE PLANET PROFIT

en voegen we er nog een vierde aan toe:

PROSPERITY

Is er leven op Pluto?
Kun je **dansen** op de maan?
Is er een plaats
tussen **de sterren**
waar ik heen kan gaan?



In alles wat we doen houden we rekening met De Mens en De Planeet en zorgen we ervoor dat onze boodschap een Impact heeft – de Winst. Fé. streeft naar samenwerkingen die een win-winsituatie zijn voor alle betrokkenen en bijdragen tot de continuïteit en het voortbestaan van de organisaties. Naast de gezondheid van het bedrijf is ook die van de werknemers en hun familie belangrijk.

Maar, om het met de woorden van Tim Jackson te zeggen “the difference between Prosperity and Profit is that Prosperity is a condition that includes obligations and responsibilities to others”. Omdat we van mening zijn dat wat wij doen niet vrijblijvend is en ook een bijdrage kan en moet leveren aan de ‘voorspoed’ van anderen hebben we Prosperity als maatstaf toegevoegd. Het is soms balanceren op een dunne lijn met deze vier elementen en de realiteit stelt ons regelmatig voor keuzes.



HET CREDO VAN FÉ.

**Luister oprecht naar onze samenleving
Zorg dat je maatschappelijk en sociaal relevant bent
Communiceer dit op een eerlijke manier**

CSR, People en strategie:

Voor Fé. betekent élke opdracht:

Een **kritische reflectie op de briefing**: Wie zijn de doelgroepen? Zijn er andere stakeholders? Wat zijn de doelstellingen? Welke impact willen we maken? Hoe zit het met de haalbaarheid? De geloofwaardigheid? En de doorleefdheid van de opdracht?

Aandacht & analyse van de impact van de voorgestelde communicatiestrategie op alle stakeholders en advies aan Triodos.

Authenticiteit en herkenbaarheid staan centraal:

- **Fé. streeft steeds opnieuw naar interactieve 360°-communicatie** met veel aandacht voor het luisteren en betrekken van de doelgroep(en) en geen communicatieconcepten of beelden die stereotiepen versterken.
- Fé. werkt met **kritische klankborden**. Wij zijn een bureau “dat echt met de mensen kan klappen,” zoals iemand ons onlangs mooi omschreef. Wij vertrekken vanuit de leefwereld van de doelgroep, hun noden en wensen. Om de vinger aan de pols te houden en te weten wat écht leeft bij de mensen, omringt Fé. zich met een **board of directors**. Aan hen kunnen we altijd en zeer snel een aantal concrete vragen stellen. Daarnaast halen we de doelgroep letterlijk mee aan tafel om samen na te denken over de te volgen strategie.





CSR, Planet en tactiek en uitvoering:

Duurzame communicatie is voor Fé. onder meer communicatie die de **ecologische voetafdruk** zoveel mogelijk beperkt, onder meer door **een grondige analyse van de beschikbare en/of geselecteerde campagnetools**:

- Print wordt enkel voorgesteld indien het echt noodzakelijk is voor het welslagen van de campagne, een combinatie van on- en offline is belangrijk.
- Alle middelen worden op een doelgerichte manier ingezet, zowel kwalitatief als kwantitatief. En indien mogelijk streven we naar een extra leven. Zo kan een flyer bijv. ook perfect tegelijkertijd een bladwijzer zijn.
- Locaties voor fotoshoots worden zorgvuldig uitgekozen om de ecologische voetafdruk te beperken. Daarnaast streven we altijd naar een authentieke, eerlijke communicatie met échte mensen. **Geen modellencultuur**, maar mensen met uitstraling die aansluiten bij de doelgroep.
- Fé. draagt met trots het **FSC-label**, het maakt deel uit van wie wij zijn en waar we voor staan. “Wereldwijd duurzaam bosbeheer” zijn immers geen loze woorden. Gedrukte communicatiematerialen bestaan uit gerecycleerd papier of papier met het FSC-label en worden waar mogelijk gedrukt met inktten op plantaardige basis.
- Bij het voorstellen van gadgets is er steeds een grote aandacht voor de oorsprong en het productieproces, waar mogelijk en indien beschikbaar kiezen we voor **fairtrade**-producten. Voor kunststof wordt er gezocht naar de meest ecologische varianten. Voor textiel werken we indien mogelijk met biokatoen.



CSR en prosperity:

Maar CSR gaat verder dan enkel gerecycleerd papier en plantaardige inkt. Het gaat ook om **producenten die duurzaam ondernemen**. En dat betekent ook dat de onderaannemers waar Fé. mee werkt oog hebben voor duurzaamheid en een sociaal beleid in hun organisatie.

Fé. streeft naar **langetermijn**relaties met klanten en leveranciers. En zo hopen wij ook een bijzonder fijne langetermijnrelatie met Triodos uit te bouwen.

Doelstellingen worden steeds in onderling overleg met de klant bepaald en campagnes worden steeds samen geëvalueerd om er uit te leren, om samen steeds beter te doen. Op alle vlakken: PEOPLE, PLANET, PROFIT en POSPERITY

CSR en Fé. als bedrijf:

Als communicatie- en onderzoeksbureau dat sociaal-maatschappelijke relevantie nastreeft, vinden we dat wij zelf ook een voorbeeldfunctie te vervullen hebben en dat we een verantwoordelijkheid dragen ten opzichte van de samenleving. Wij willen zelf ook handelen naar waar we voor staan en woorden omzetten in daden. Op de bedrijfsvloer en daarbuiten.

Daarom zal je bij ons binnenwandelen in een gezellig kantoor dat grotendeels ingericht is met Kringwinkelspulletjes en -materialen. We drinken fairtradekoffie en biothee en verpakken onze boterhammen in brooddozen in plaats van in zilverpapier. Printen doen we alleen als het echt nodig is en Fé.-werknemers krijgen een bedrijfsfiets en fietsvergoeding. Openbaar vervoer wordt 100% terugbetaald. Fé. heeft een spaarrekening bij Triodos en steunt regelmatig goede doelen. En zo kunnen we nog wel even doorgaan ... voor een volledig overzicht van onze duurzame acties en werking verwijzen wij u graag door naar de bijlage.



BIJLAGEN

DUURZAAMHEID OP KANTOOR

ENERGIE:

- groene stroom
- energiezuinige computers
- sluimerstand i.p.v. continu draaien
- computers afzetten, bij afwezigheden
- licht uitschakelen bij afwezigheden
- spaarlampen
- niet meer verlichting dan noodzakelijk (in blokken)

KEUKEN EN REINIGING:

- enkel volle vaatwassers
- ecover-producten voor afwas en reiniging
- geen chemicaliën (vb. wc-blokjes, ...)
- glazen literflessen water , geen kleine flesjes
- grote potten (bio)thee en fairetradekoffie i.p.v. tas per tas (geen koffie pads)
- geen individueel verpakte suikertjes, koekjes, ...
- scheiding afval: papier, pmd, glas, groen – bureau: papier/rest

VERWARMING:

- de site waarop Fé. kantoor houdt, was vroeger een ijsfabriek = goede isolatie: weinig verwarming/koeling nodig
- zorgen voor voldoende verluchting/ventilatie
- GEEN AIRCO, zelfs niet meer voor de technische ruimte
- Dikkere trui i.p.v. verwarming hoger (vb. dikke truiendag)

TRANSPORT:

- Zoveel mogelijk beperken, maar mag geen belemmering zijn van de bewegingsvrijheid
- zo weinig mogelijk bedrijfswagens
- bedrijfswagens worden niet automatisch vervangen
- systeem poolwagens
- carpooling
- openbaar vervoer wordt 100% terugbetaald
- fiets wordt aangemoedigd (vb. fietsvergoeding, bedrijfsfietsen, parking op de site t.o.v. auto's parkeren op straat)
- afspraken buitenland per trein (indien mogelijk)

DUURZAAMHEID OP KANTOOR

PAPIER:

- zoveel mogelijk gerecycleerd papier
- indien niet gerecycleerd, dan wel FSC
- REGEL = ZO WEINIG MOGELIJK PRINTEN
- foutieve prints worden kladpapier
- voor klanten wordt standaard gerecycleerd of FSC-papier voorgesteld
- kunststof: zoveel mogelijk ecologische varianten, vb. polipropyleen
- textiel: indien mogelijk biokatoen

OFFICE:

- geen overbodige aankopen – geen overbodig verbruik (vb. zo weinig mogelijk CD's en DVD's)
- zo veel mogelijk fair trade en eco/bio
- indien mogelijk aankopen in de Kringwinkel (vb. heel het kantoor is ingericht met Kringwinkel-meubilair m.u.v. de wandrekken)

BEDRIJFSBELEID:

- transparantie: naar werknemers, klanten, leveranciers, aandeelhouders
- streven naar samenwerking als partners met alle stakeholders
- structuur met minimum aan hiërarchie, enkel om alle werknemers een duidelijke omkadering te geven
- werken vanuit respect en vertrouwen

- steun aan sociale projecten, hierover communiceren met de werknemers, hen erbij betrekken
- bankkeuze, vb. Triodos

- flexibele werkuren voor alle medewerkers
- aandacht voor persoonlijke ontwikkeling, streven naar hoogste potentieel van werknemers
- privé/werk moet mooi aansluiten en moet in evenwicht zijn
- als werkgever voldoende aandacht hebben voor persoonlijke problemen, zonder inmenging.



CONTACT:

Fé. soul communication & research NV

Katja van Putten
email: katja@fe-online.be

Lange Leemstraat 372 . 2018 Antwerpen
T +32(0)3/287 04 00 . F +32 (0)3/287 04 01