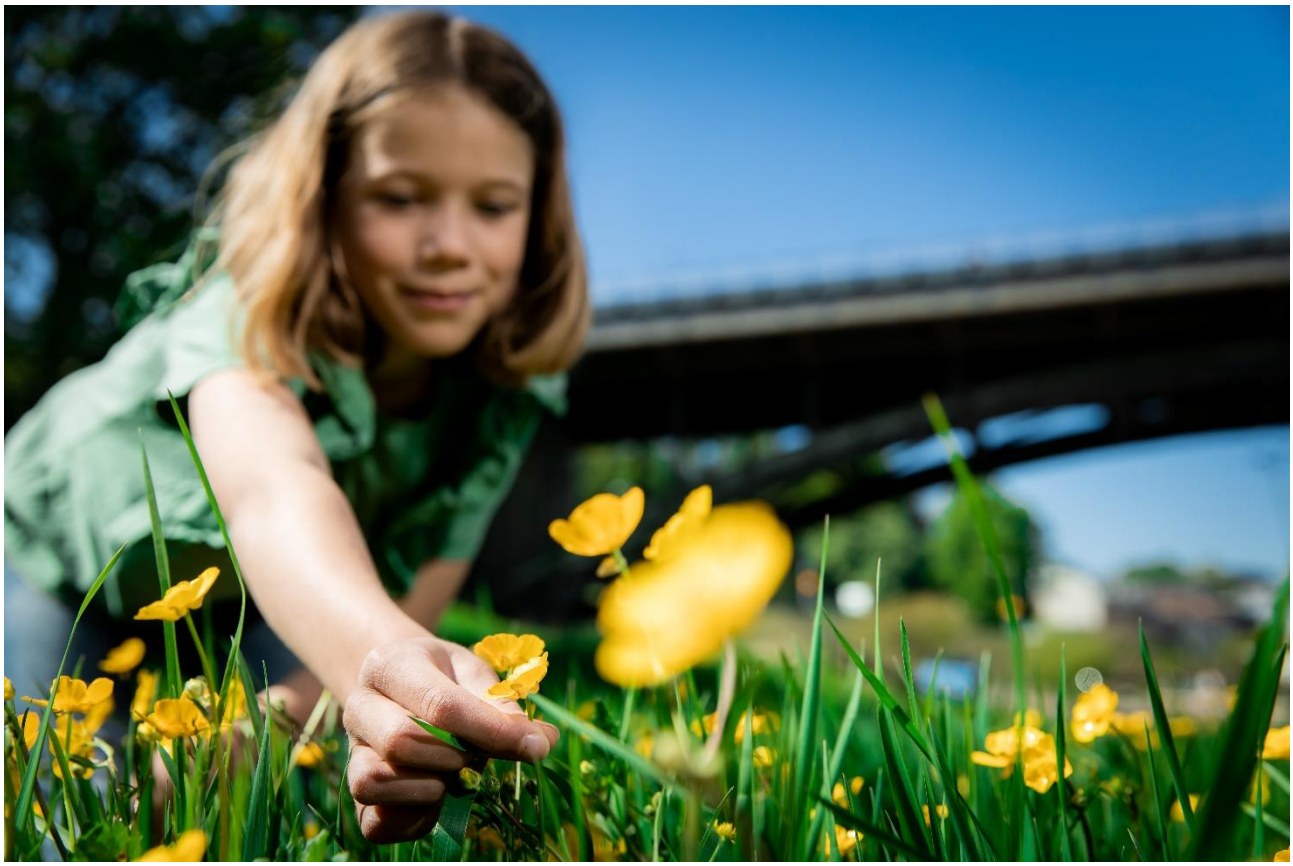
Communicatieplan CO_2-prestatieladder

Certificering CO_2-prestatieladder 2023 / 2024

Versie: April 2023



Inhoudsopgave

Inleiding	3
Introductie	3
Communicatiedoelstellingen en doelgroepen	4
Algemene boodschap PreZero t.a.v. CO_2- prestatieladder	7
Communicatiemiddelen	8
Planning	9
Tot slot	10

Inleiding
Dit communicatieplan gaat over de periode jan 2023 t/m mei 2024. Het plan bevat een omschrijving van de doelgroepen en de communicatiedoelstellingen die PreZero heeft voor deze periode. Naast dit plan hanteren we ook:

- Evaluatie CO_2-footprint en besparingsplan CO_2-prestatieladder 2022
- Emissie inventaris 2022
- Energiebeoordeling 2022

1. Introductie

We produceren dagelijks met z'n allen heel veel afval. En we weten allemaal dat dat niet zo kan doorgaan. We moeten minder consumeren en beter met ons afval omgaan. Want met slimme oplossingen kunnen we samen steeds meer afval recyclen. Van afval maken we nieuwe grondstoffen en materialen. Waarmee we steeds weer nieuwe producten kunnen maken. Zo sparen we de grondstoffen van de aarde voor de toekomst. En werken we samen aan een duurzaam morgen.

Minder CO_2 uitstoten is een belangrijk onderdeel binnen onze eigen duurzaamheidsdoelstellingen en die van onze klanten. We werken dan ook hard aan het verkleinen van onze eigen footprint en helpen klanten bij het inzichtelijk maken van hun footprint en het verkleinen daarvan.

PreZero in Nederland
Als full service afvalmanagementbedrijf in Nederland ontwikkelen we ons van afvalinzamelaar tot leverancier van grondstoffen en materialen. Hier werken al onze medewerkers hard aan mee. Sinds jaar en dag zijn we actief in de gehele keten van preventie, inzameling, recycling en (energetische) verwerking van veel verschillende afvalstromen. Zo werken we aan een duurzame ontwikkeling van de economie voor de huidige en toekomstige generatie.

Focus
Als het om CO_2 reductie gaat, zijn er drie hoofditems:

1. Verantwoorde bedrijfsvoering, waar CO_2-reductie onderdeel van uitmaakt
2. Van afvalinzamelaar naar grondstoffenleverancier, waardoor de ecologische footprint van grondstoffen van afnemers kan worden verkleind
3. Maatschappelijke betrokkenheid

2. Communicatie doelstellingen en doelgroepen

2.1. Doelstellingen

De focus van de communicatiedoelstellingen m.b.t. CO_2-reductie bij PreZero voor 2023/2024 zijn:

Algemeen

1. Blijven informeren van doelgroepen over de CO_2-reductiedoelstellingen en vergroening en de daaruit voortvloeiende acties
2. Heldere communicatie richting MT's

Intern

3. Medewerkers zijn geïnformeerd over onze CO_2-footprint, de CO_2-reductiedoelstellingen en de maatregelen die we nemen
4. Medewerkers is verteld wat PreZero allemaal doet op dit gebied
5. Medewerkers is verteld hoe zij kunnen bijdragen aan het energiebeleid en de CO_2-reductiedoelstellingen
6. Medewerkers zijn geïnformeerd over de voortgang van de CO_2-footprint en de CO_2-reductiedoelstellingen

Extern

7. Stakeholders zijn geïnformeerd over de PreZero CO_2-footprint, de CO_2-reductiedoelstellingen en de maatregelen die we nemen
8. Stakeholders zijn geïnformeerd over de voortgang van de CO_2-reductiedoelstellingen en de daaraan gelieerde acties

2.2. Doelgroepen

De doelgroepen die worden onderscheiden, delen we in naar de interne organisatie en externe organisatie.

Interne doelgroepen

Binnen PreZero zijn diverse doelgroepen te onderscheiden. De manier van communiceren is afhankelijk van functie, drijfveren, verwachtingen en de wijze waarop mensen te bereiken zijn. Niet elke medewerker van PreZero heeft een eigen werkplek en een eigen e-mailadres. Medewerkers die veel op de weg zitten (zoals de vrachtwagenchauffeurs en beladers), kunnen moeilijk met digitale hulpmiddelen worden bereikt. Dat geldt ook voor medewerkers in onze installaties en op overslaglocaties. Dit is een aspect waarmee rekening moet worden gehouden.

De interne doelgroepen kunnen worden onderverdeeld in:

- Directieteam en topmanagement
- Managers/ teamleiders
- Medewerkers

Vanaf 2021 werken we intern ook met een andere indeling in doelgroepen. Voorheen hielden we bij het opstellen van een boodschap en de keuze van middelen vooral rekening met functie en niveau van medewerkers (zoals hierboven beschreven). Maar we merkten dat dat niet altijd effectief was. Nu hebben we op basis van onderzoek drie verschillende persona's opgesteld: Appie, Linda en Paul. Deze persona's zijn opgesteld op basis van hun drijfveren en informatiebehoefte. Linda is bijvoorbeeld kritisch, sociaal en houdt van haar vrijheid. Om haar te bereiken moet je komen met goede argumenten en slimme oplossingen, liefst in de vorm van edutainment zoals filmpjes.

We hebben dit onderzoek gedaan om beter te begrijpen welke informatie medewerkers op prijs stellen en welke middelen hiervoor het beste kunnen worden ingezet. Door dit te combineren met drijfveren, ontstaat er een heel andere 'indeling' dan op basis van functie en niveau. We hanteren deze manier van communiceren vooral in het magazine. Maar vanuit deze gedachten ontwikkelden we bijvoorbeeld ook factsheets voor collega's in de operatie.

Externe doelgroepen

Hieronder wordt een overzicht gepresenteerd van alle relevante stakeholdergroepen van PreZero. De meest relevante stakeholders zijn eruit gelicht en verder omschreven.

Overheden

De doelgroep overheid bestaat voor PreZero met name uit:

- Landelijke overheden: Ministerie van Economische Zaken, Ministerie van Economische Zaken en Klimaat en Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat als wetgever, bevoegd gezag en handhaver;
- Provincies: rol als opdrachtgever, als provincie waar PreZero is gevestigd, als bevoegd gezag; als handhaver en investeerder in projecten;
- Gemeenten: rol als opdrachtgever/klant, als gemeente waar PreZero is gevestigd en als investeerder in projecten; als handhaver.

Leveranciers

PreZero heeft voor haar leveranciers een maatschappelijk verantwoord inkoop (MVI)-beleid geformuleerd om op een gestructureerde manier te werken aan ketenverantwoordelijkheid. Dit staat beschreven in de zogeheten Sustainable Procurement Policy.

Ketenpartners
Binnen de keten zijn er partners waar PreZero samenwerkingen mee heeft of wil hebben. Samen met collega's in de keten wil PreZero actief blijven zoeken naar innovaties en oplossingen om van afval nieuwe grondstoffen en materialen te maken en hiermee ook de CO_2-uitstoot te reduceren. Ketenpartners zijn bijvoorbeeld QCP, van Houtum, Houtdrogerij Friesland, Hedra, Afvalfonds Verpakkingen en afnemers van onze grondstofstromen.

Omwonenden
De locaties van PreZero zijn over het algemeen zo gesitueerd dat er geen directe omwonenden zijn. Bij een aantal locaties is dat anders. Op die locaties hebben we geen standaard communicatiemiddelen voor omwonenden maar bij veranderingen op de locatie zorgen we voor goede informatievoorziening. Op sommige locaties wordt periodiek een open dag georganiseerd. We passen communicatie en contact aan op de omstandigheden. Uitgangspunt daarbij is dat we een goede buur willen zijn.

Burgers
Burgers zijn voor PreZero geen primaire doelgroep. In gemeenten waar we inzamelen, is de gemeente eerste aanspreekpunt. Klantcontact gaat via een externe organisatie.

3. Algemene boodschap PreZero t.a.v. CO_2- prestatieladder

Iedereen weet dat we met z'n allen teveel CO2 uitstoten. Dat moet anders. En dat kan ook. Samen met klanten, partners en medewerkers werken we hard om de CO_2-uitstoot en het energiegebruik te verminderen. Met nieuwe ideeën en oplossing, door verder te denken.

3.1. CO_2 doelstelling en boodschap van PreZero

De reductiedoelstelling voor PreZero International is afgeleid van de doelstelling (scope 1 en scope 2) van de Schwarz Group. De doelstelling is terug te vinden in het actieplan op onze website prezero.nl.

3.2. Energie doelstelling en boodschap van PreZero

PreZero wil het energiegebruik waar mogelijk verminderen. Hiervoor zijn verschillende acties opgestart en geëvalueerd. De laatste stand van zaken is beschreven in het actieplan en de evaluatie te vinden op prezero.nl.

4. Communicatiemiddelen

Interne communicatiemiddelen
Voor interne communicatie over de onderwerpen CO_2, energiebesparing en de CO_2-prestatieladder worden vooralsnog de volgende communicatiemiddelen gebruikt:

- Zo magazine: 3x per jaar
- Nieuwsbrief: 3x per jaar
- Factsheet: 3x per jaar
- Intranet
- Facebook groep (besloten groep)
- Lijncommunicatie (tijdens werkoverleggen)
- Narrowcasting
- Management meetings (4x per jaar mix van live en online)
- Training en opleiding

Externe communicatiemiddelen die ook intern veel worden gezien/gebruikt
- Twitter
- Facebook (openbare pagina)
- LinkedIn
- Persberichten
- Website prezero.nl
- Website SKAO: www.co2-prestatieladder.nl

Externe communicatiemiddelen
Afhankelijk van de doelgroep worden verschillende communicatiemiddelen ingezet:
- Paid media zoals Change Inc
- Actieve deelname aan events, werkgroepen en congressen
- Tenderteksten
- Website prezero.nl
- Website SKAO: www.co2-prestatieladder.nl
- Duurzaamheidsverslag
- Stakeholderdialoog (Gemeente Arnhem en NRK)

Problemen met narrow casting
Onze narrow casting schermen zijn een belangrijk communicatiemiddel vooral gericht op onze operationele medewerkers. Zij werken niet achter een computer en hebben geen e-mail. De schermen hangen op alle locaties in de kantines en pantries en tonen het laatste nieuws vanuit ons bedrijf. Helaas staan de schermen sinds juli 2023 op zwart door technische problemen. Dat betekent dat we geen nieuws kunnen delen met onze operationele collega's.

5. Planning

Middel	Frequentie	Verantwoordelijk
Intern		
ZO Magazine	4 x per jaar	Communicatie/HSE
Nieuwsbrief	3 x per jaar	Communicatie
Factsheet	3 x per jaar	Communicatie
Intranet	Doorlopend	Communicatie
Facebook (besloten)	Doorlopend	Communicatie
Lijncommunicatie	2 x per jaar	Communicatie/HSE
Narrowcasting	Doorlopend	Communicatie/HSE
Management meetings	4 x per jaar	Communicatie/HR
Training en Opleiding	Indien nodig	HSE/Opleidingen
Extern		
Twitter	Doorlopend	Communicatie
Facebook (open)	Doorlopend	Communicatie
LinkedIn	Doorlopend	Communicatie
Persberichten	Ad hoc	Communicatie
Website PreZero.nl	Doorlopend	Communicatie
Carbon Footprint en evaluatie actieplan	2x per jaar	HSE/Communicatie
Tenderteksten	Indien gevraagd	Tenderbureau
Stakeholderdialoog		HSE/directie

6. Tot slot

Kennisdatabase
PreZero wil haar medewerkers ook informeren over de inhoud van de CO_2-prestatieladder. Dit wordt gedaan via PreNet (intranet) met daarop een handboek, achtergrond informatie over de ladder en een Q&A.

Verantwoordelijkheid
Dit communicatieplan valt onder de verantwoordelijkheid van PreZero Nederland. Bij de invulling van de verschillende middelen en activiteiten zijn de afdeling HSE en de afdeling Communicatie betrokken.