Communicatieplan CO_2-prestatieladder

certificering CO_2-prestatieladder 2019 / 2020

definitief| februari 2020



SUEZ Nederland Holding B.V. - SUEZ Recycling and Recovery Netherlands
Mr. E.N. van Kleffensstraat 10, 6842 CV Arnhem - Postbus 7009, 6801 HA Arnhem - Tel +31 (0)26 400 14 44 - www.suez.nl
BTW NL804714423B.01 - KvK 24261900
Op alle aanbiedingen, overeenkomsten en/of opdrachten waarbij wij betrokken zijn, zijn onze algemene voorwaarden van toepassing, welke op verzoek kosteloos worden toegezonden.

Inhoudsopgave

1. Introductie 3
2. Doelstellingen en doelgroepen 4
    2.1. Doelstellingen 4
    2.2. Doelgroepen 4

3. Algemene boodschap SUEZ t.a.v. CO_2- prestatieladder 6
    3.1. CO_2 doelstelling en boodschap van SUEZ 6
    3.2. Energie doelstelling en boodschap van SUEZ 6

4. Communicatiemiddelen 7
5. Planning 8
6. Tot slot 9

Inleiding
Dit communicatieplan gaat over de periode mei 2019 t/m mei 2020. Het plan bevat een omschrijving van de doelgroepen en de communicatiedoelstellingen die SUEZ heeft voor deze periode. Naast dit plan hanteren we ook:

- Evaluatie CO_2-footprint en besparingsplan CO_2-prestatieladder 2019
- Emissieinventaris 2019
- Energiebeoordeling 2019

1. Introductie

We produceren dagelijks met z'n allen heel veel afval. En we weten allemaal, daar moeten we iets mee. Het mooie is, daar kunnen we ook iets mee. Want met slimme oplossingen kunnen we samen steeds meer afval recyclen. Afval is dus niet het einde van iets. Het is juist het begin van iets nieuws. Van afval maken we weer nieuwe grondstoffen. Waarmee we steeds weer nieuwe producten kunnen maken. Zo sparen we de grondstoffen van de aarde voor de toekomst. Dat noemen we bij SUEZ de grondstoffenrevolutie.

SUEZ in Nederland
Als full service afvalmanagementbedrijf in Nederland ontwikkelen we ons van afvalinzamelaar tot grondstoffenleverancier. 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:

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

2. Communicatie doelstellingen en doelgroepen

2.1. Doelstellingen

De focus van de communicatiedoelstellingen voor SUEZ m.b.t. CO_2-reductie bij SUEZ voor 2020 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 SUEZ allemaal doet op dit gebied;
5. Medewerkers zijn geïnformeerd 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 SUEZ 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, zijn in te delen naar de interne organisatie en externe organisatie.

Interne doelgroepen

Binnen SUEZ zijn diverse doelgroepen te onderscheiden. De manier van communiceren is afhankelijk van de functie, de verwachtingen en de wijze waarop mensen zijn te bereiken. Niet elke medewerker van SUEZ heeft de beschikking over een eigen werkplek en een eigen mailadres. Medewerkers die veel op de weg zitten (zoals de vrachtwagenchauffeurs en beladers), kunnen moeilijk met digitale hulpmiddelen worden bereikt. Dit is een aspect waarmee rekening moet worden gehouden.

De interne doelgroepen kunnen worden onderverdeeld in:

- Directieteam en topmanagement
- Managers/ teamleiders

- Medewerkers

Vanaf 2020 werken we intern 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. 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.

In de loop van dit jaar zal deze werkwijze vorm krijgen in de keuze van middelen en de manier waarop informatie wordt aangeboden.

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

Overheden
De doelgroep overheid bestaat voor SUEZ met name uit:

- Landelijke overheden: Ministerie van Economische zaken, Ministerie van Financiën en ministerie van Infrastructuur en Milieu als wetgever, bevoegd gezag en handhaver;
- Provincies: rol als opdrachtgever, als provincie waar SUEZ is gevestigd, als bevoegd gezag; als handhaver en als investeerder in projecten;
- Gemeenten: rol als opdrachtgever, als gemeente waar SUEZ is gevestigd en als investeerder in projecten; als handhaver.

Leveranciers
SUEZ 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 samenwerkingspartners waar SUEZ samenwerkingen mee heeft of wil hebben. Samen met collega's in de keten wil SUEZ actief blijven zoeken naar nieuwe innovaties en oplossingen om van afval nieuwe grondstoffen te maken en hiermee tevens de CO_2-uitstoot te reduceren. Ketenpartners zijn bijvoorbeeld QCP, van Houtum, Houtdrogerij Friesland, Hedra, Nedvang en afnemers van onze grondstofstromen.

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

Samen met klanten, partners en medewerkers willen we de mogelijkheden voor CO_2- en energie reductie benutten en hiermee de CO_2-uitstoot en het energiegebruik reduceren.

3.1. CO_2 doelstelling en boodschap van SUEZ

SUEZ stelt zich dan ook ten doel om de totale CO_2-emissie (scope 1, 2 en 3) in de periode tot 2030 met 20% te reduceren, dat wil zeggen jaarlijks met gemiddeld 2%. Daar horen onderstaande acties bij:

Scope 1
- Opleiding “Professionele voertuigbeheersing Kijktechnieken en Defensief Rijgedrag”;
- Begeleiding van chauffeurs door mentor-chauffeurs;
- Routeoptimalisatie;
- Monitoring brandstofverbruik;
- Hybride- en elektrische voertuigen;
- Competitie leaserijders;

Scope 2
- Opwekken duurzame energie;
- Maatregelen overige energiebesparingsonderzoeken;
- LED verlichting;
- Energielabel C kantoorgebouwen.

Scope 3
- Vervullen regiefunctie sortering kunststof in de keten;
- Recycling harde kunststoffen bij SK Polymers;
- Leveren van warmte van de afval energiecentrale aan kassencomplex en woningen;
- Afvangen van CO2 van de afval energiecentrale en leveren aan kassencomplex.

3.2. Energie doelstelling en boodschap van SUEZ

SUEZ 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 suez.nl.

4. Communicatiemiddelen

Interne communicatiemiddelen

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

- Samen SUEZ magazine: 2x per jaar
- SUEZ nieuwsbrief: 2x per jaar
- Intranet
- Facebook groep (besloten groep)
- Lijncommunicatie (tijdens werkoverleggen)
- Narrowcasting
- Training en opleiding

In- en externe communicatiemiddelen

- Twitter
- Facebook (openbare pagina)
- LinkedIn
- Persberichten
- Website SUEZ

Externe communicatiemiddelen

Afhankelijk van de doelgroep worden verschillende communicatiemiddelen ingezet:

- Paid media zoals Duurzaam Bedrijfsleven
- Actieve deelname aan events, werkgroepen en congressen
- Tenderteksten
- Website SUEZ

5. Planning

Middel	Doel	Wanneer	Verantwoordelijk
Samen SUEZ Magazine	1, 3, 4, 5 en 6	2 x per jaar	Communicatie/HSE
Suez nieuwsbrief	1, 3, 4, 5 en 6	3 x per jaar	Communicatie
Intranet	1, 3, 4, 5 en 6	Ad hoc	Communicatie
Facebook (besloten)	4	Ad hoc	Communicatie
Lijncommunicatie	2	2 x per jaar	Communicatie/HSE
Narrowcasting	1, 3, 4, 5 en 6	Ad hoc	Communicatie/HSE
Training en Opleiding	5	Indien nodig	HSE/Opleidingen
Twitter	1, 3, 4, 5 en 6	Ad hoc	Communicatie
Facebook (open)	4, 7 en 8	Ad hoc	Communicatie
LinkedIn	4, 7 en 8	Ad hoc	Communicatie
Persberichten	4, 7 en 8	Ad hoc	Communicatie
Website SUEZ	1, 3, 4 en 7	Ad hoc	Communicatie
Tenderteksten	7	Indien gevraagd	Tenderbureau

6. Tot slot

Kennisdatabase
Daarnaast wil SUEZ haar medewerkers ook informeren over de inhoud van de CO_2-prestatieladder. Dit zal worden gedaan door de kennisdatabase TTKF met daarop een handboek, achtergrond informatie over de ladder en een Q&A.

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