

Kretsloppsplan 2027–2039

Bilaga 5 Kommunikationsplan



Innehåll

Innehåll.....	2
1. Bakgrund.....	3
2. Vad behöver kommuniceras?	3
2.1 Mål.....	3
2.2 Budskap.....	3
3. Eventuella risker.....	4
3.1 Bristande medvetenhet.....	4
3.2 Motstånd eller likgiltighet.....	4
3.3 Kostnads- och resursbegränsningar	4
4. Informationskanaler.....	4
5. Uppföljning	4
6. Aktivitetsplan	5
6.1 Internt.....	5
6.2 Externt.....	5

1. Bakgrund

Kretsloppsplanens syfte är att utveckla avfallshanteringen mot de mål och inriktning som samhället ämnar arbeta mot, samordna de ansträngningar som idag genomförs och säkerställa att åtgärder leder till bättre resurshushållning. Planen vänder sig till invånare, verksamhetsutövare och anställda i kommunerna vilket föranleder ett behov av att kommunicera både internt och externt genom olika kanaler. Kretsloppsplanen ska fungera som en beskrivning av hur kommunerna arbetar med avfallsfrågan och kan därmed också fungera som exempel på arbete för andra organisationer i kommunerna. Den ska också bidra till kommunernas mål och visioner. Kommunikationsplanen är ett stöd för den egna organisationen för att på ett enkelt sätt veta vad, när och hur det ska kommuniceras, både internt och externt, samt vilka aktiviteter som är kopplade till kretsloppsplanen.

2. Vad behöver kommuniceras?

Kunskap om kretsloppsplanen samt den lagstadgade informationen som behövs i anslutning till avfallsplanarbetet behöver spridas. Information om nuläge och resultat kan bidra till stöd och stimulans i vidare arbete med frågorna, för såväl invånare som företag och medarbetare. Olika dialoger krävs för att få in information om intressenters inställning, utmaningar och behov.

2.1 Mål

- Öka medvetenheten och kunskapen om avfallshantering i Avfallssamverkan Östra Wermlands medlemskommuner, både bland invånare och verksamhetsutövare.
- Främja engagemang och delaktighet i avfallshantering genom att uppmuntra till aktivt deltagande och positiva förändringar i beteendet hos invånare och verksamhetsutövare.
- Skapa en positiv bild av avfallshantering i kommunerna och visa på dess betydelse för hållbar resurshantering.
- Skapa en öppen dialog med intressenter och involverade parter för att identifiera utmaningar, behov och förbättringspotential.

2.2 Budskap

- Kretsloppsplanen är ett stöd för hur det gemensamt går att minska avfallsmängderna under planperioden 2027–2039.
- Att minska mängden avfall är bra för miljön.
- Genom att minska avfallsmängderna och öka återvinningen går det att bevara och återanvända resurser på ett hållbart sätt.

3. Eventuella risker

3.1 Bristande medvetenhet

Det finns en risk att kommunikationen inte når fram till alla invånare i kommunerna. Vissa personer kan vara omedvetna om informationen eller inte engagera sig i ämnet. Det kan leda till att avfall sorteras felaktigt eller inte återvinns på rätt sätt.

3.2 Motstånd eller likgiltighet

Vissa personer kan vara motvilliga att ändra sina vanor när det gäller avfallshantering och kanske inte prioriterar ämnet som viktigt. Det kan vara utmanande att övertyga och engagera dessa individer att delta i åtgärder för att förbättra avfallshanteringssystemet.

3.3 Kostnads- och resursbegränsningar

Genomförandet av kommunikationsplanen kan kräva betydande resurser, inklusive tid, pengar och personal. Om det finns begränsade resurser tillgängliga kan det vara utmanande att genomföra alla aktiviteter enligt planen, vilket kan påverka resultatet av kommunikationsinsatserna.

För att hantera dessa risker är det viktigt att kommunicera tydligt och konsekvent, involvera olika intressenter och grupper i planeringen och genomförandet av kommunikationsinsatserna, samt vara beredd att lyssna och svara på invånares frågor och farhågor. En kontinuerlig utvärdering av kommunikationsinsatserna och anpassning efter behov kan vara värdefullt för att säkerställa effektiviteten och framgången i kommunikationsplanen.

4. Informationskanaler

- Intranät för internkommunikation
- Mejlutskick till externa parter
- Kommunernas webbsidor för allmänheten
- Sociala medier för allmänheten
- Utskick i app för allmänheten

5. Uppföljning

Efter att miljörapporter och redovisning i Avfall Web är inskickade kan de fem uppsatta målen i kretsloppsplanen mätas. Uppföljningen redovisas på intranät och externa kanaler för att uppvisa resultaten.

6. Aktivitetsplan

6.1 Internt

Tidpunkt	Aktivitet	Målgrupp	Kanal	Kommentar
En vecka före utställning	Information om kommande revidering	Nämnder Förvaltningar Politiska partier	Intranät	
Efter beslut i avfallsansvarig nämnd	Information om utställning	Nämnder Förvaltningar Politiska partier	Intranät Mejl	
När remiss publiceras på webbsidan	Remiss för kretsloppsplanen	Nämnder Förvaltningar Politiska partier	Intranät Mejl	Informera om möjlighet att lämna yttrande.
Inom en vecka efter att KF-beslut är justerat	Informera om fastställd renhållningsordning	Nämnder Förvaltningar Politiska partier	Intranät	

6.2 Externt

Tidpunkt	Aktivitet	Målgrupp	Kanal	Kommentar
En vecka före utställning	Information om utställning	Allmänheten Remissinstanser	Hemsida Elektronisk anslagstavla App	Informera allmänheten hur de kan påverka arbetet.
När remiss publiceras på webbsidan	Remiss för kretsloppsplanen	Allmänheten Myndigheter Grannkommuner Näringsliv	Hemsida, Elektronisk anslagstavla Mejl App	

Efter beslut i avfallsansvarig nämnd	Utställning av kretsloppsplanen	Allmänheten	Fysisk utställning	
Inom en vecka efter att KF-beslut är justerat	Informera om fastställd renhållningsordning	Allmänheten Näringsliv	Hemsida Elektronisk anslagstavla Ihop med näst-kommande faktura	Den nya kretsloppsplanen gäller från 2027-01-01
Våren 2027	Synliggöra kretsloppsplanen i en kampanj	Allmänheten Näringsliv	Sociala medier Fysisk produkt	Informera om vad den nya planen innebär för kommunerna.
Under planperioden	Riktade insatser utifrån åtgärdslistorna	Målgruppsanpassat	Målgruppsanpassat	
Enligt fastställda intervall	Insamling av data	Målgruppsanpassat	Enkät	Få in synpunkter på verksamheten
Två veckor innan förändringar i förutsättningar och krav	Information om förändringen	Allmänheten Näringsliv	Annonsering	Informera om hur det kan påverka kunderna.