

Politik for ekstern kommunikation

Idégrundlag

Plastindustrien i Danmarks image og medlemsvirksomhedernes forretningsgrundlag er afhængige af, at den danske opinion deler den opfattelse, at

- plastprodukter er nyttige, og plastmaterialer er de bedst egnede til mange formål
- plastvirksomheder er ansvarsbevidste - også i miljøspørgsmål
- PDs medlemmer bidrager positivt til samfundets udvikling

Kommunikationspolitik

PD skal gennem sin kommunikation medvirke til at skabe de bedst mulige rammebetingelser for PDs medlemmer.

PD skal effektivt kommunikere de holdninger, som medlemsvirksomhederne er enige om. Dette skal ske såvel ved særlige målrettede kommunikationsaktiviteter som ved al øvrig kommunikation.

PD ønsker, at foreningen og medlemsvirksomhederne opfattes som moderne, progressive og ansvarlige. Der skal arbejdes for, at

- plast opfattes som gode materialer i sammenligning med andre.
- miljølovgivningen ikke diskriminerer plast og danske plastvirksomheder.
- der opnås tilgang af kvalificerede medarbejdere til plastvirksomhederne, bl.a. ved, at der tiltrækkes unge til plastuddannelserne, og ved, at medlemsvirksomhederne betragtes som attraktive arbejdspladser.

Kommunikationsstrategi

PD skal inddrage samt rådgive og bistå medlemmerne vedrørende kommunikation om plast.

Ved kommunikation om emner af mere generel karakter skal PD formidle materiale fra DI og involvere og påvirke DI efter behov.

PD skal:

- varetage kontakten med medierne og tilstræbe, at det er virksomhederne, der benyttes som talerør.
- udføre projektarbejde og løbende forestå aktiviteter, der kan medvirke til at opnå politikens mål.
- inddrage de elektroniske medier i kommunikationsarbejdet.