



# Strategi for Plastindustrien

Sådan skaber vi værdi  
for plastbranchen  
frem mod 2020

**Plastindustrien.**  
Brancheforeningen for danske plastvirksomheder



# Ny kurs for Plastindustriens arbejde frem mod 2020

Vi kan nu præsentere en helt ny strategi, der bestemmer retningen for Plastindustriens aktiviteter og indsatsområder i perioden 2017-2020.

Strategien udspringer af den udvikling, der har kendetegnet vores arbejde over de seneste 3 år, hvor vi naturligvis også er blevet erfarings rigere undervejs. Vi har bl.a. prioriteret at skrue op for kommunikationsindsatsen, at opdatere vores medlemsnære services, at blive mere involveret i politiske debatter og at forbedre vores europæiske samarbejder.

## **Et operationelt og ambitiøst styringsværktøj med fokus på merværdi**

Vores ønske til den nye strategi er, at den skal være operationel. Den skal både fungere som et effektivt styringsværktøj for sekretariatet, og den skal udstikke både synlige og ambitiøse mål, som viser værdien ved et medlemskab i Plastindustrien.

Det handler om at skabe værdi for dem, vi repræsenterer. Vi vil nemlig gerne fortsat kunne 'prale af', at vi har meget tilfredse medlemmer, og at vi fastholder den tilgang af nye virksomheder, vi har set i foreningen de seneste år.

## **Den gode fortælling om plast skal fylde mere**

Strategien er blevet udviklet af Plastindustriens bestyrelse, der særligt har lagt vægt på, at vi skal blive endnu skarpere til at fortælle omverdenen, at plast er en værdifuld ressource med helt unikke egenskaber og fantastiske muligheder. Når vi bruger plasten rigtigt, kan vi designe produkter som leverer uundværlige bidrag til vores samfundsudfordringer nu og i fremtiden.

Den fortælling vil vi inkludere i vores daglige arbejde, hvad enten det handler om at forbedre industriens brand, at tiltrække kvalificeret arbejdskraft til branchen eller om at påvirke en politisk beslutningsproces.

Jeg håber, at vores medlemmer tager godt imod vores nye strategi, og tøv ikke med at kontakte sekretariatet, hvis du har spørgsmål eller kommentarer.

Med venlig hilsen  
Thomas Drustrup

ADM. DIREKTØR I PLASTINDUSTRIEN

## **Plastindustrien**

Vesterbrogade 1E, 3.  
1620 København V  
Tlf. 33 30 86 30  
pd@plast.dk  
www.plast.dk

Layout og opsætning:  
MONTAGEbureauet  
www.montagebureauet.dk  
Tryk: www.kailow.dk  
2017

# Vision, mission og kernefortælling

## VISION

DET, VI STRÆBER EFTER  
- omfatter hele plastbranchen

## MISSION

DET, VI ARBEJDER FOR  
– primært rettet mod  
Plastindustrien som forening

## KERNE- FORTÆLLING

DET, VI FORTÆLLER

# Vision - det, vi stræber efter



Plastindustrien designer fremtidens løsninger på globale udfordringer og styrker Danmarks position som et innovativt produktionsland, hvor vækst og miljø går hånd i hånd!



# Mission - det, vi arbejder for

At sikre danske plastvirksomheder optimale rammer for succes og tage ansvar for den verden, vi er en del af

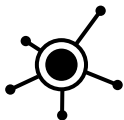
## Det betyder, at vi fokuserer på følgende nøgleopgaver:



**INDUSTRIENS BRAND:** At kommunikere om plastbranchen og plast som materiale for at skabe et image, der styrker industriens politiske indflydelse og muligheder for at rekruttere arbejdskraft. Samtidig skal vi positionere plast som et resourceeffektivt materiale med klare miljøfordele og markere os som en branche, der tager ansvar.



**INTERESSEVARETAGELSE:** At styrke rammebetingelserne for at drive plastvirksomhed i Danmark, når det gælder regulering af produkter og materialestrømme, produktionsomkostninger, adgang til arbejdskraft og uddannelsesmuligheder samt innovation i industrien.




**MEDLEMSSERVICE:** At styrke medlemsvirksomhederne på udvalgte områder gennem rådgivning indenfor miljø, uddannelse, kommunikation og innovation samt etablering og facilitering af netværk på tværs af industrien – nationalt og internationalt.

# Kernefortælling - det, vi fortæller

” Vi udnytter plastens unikke egenskaber til at designe løsninger på samfundets udfordringer





Plast er en værdifuld ressource med helt unikke egenskaber og fantastiske muligheder. Når vi bruger plasten rigtigt, kan vi levere uundværlige bidrag til at løse vores samfundsudfordringer nu og i fremtiden.

Eksemplerne er mange:

Med plast producerer vi smart emballage, der minimerer madspild. Vi udvikler vindmøllevinger, der laver grøn energi. Vi skaber nye klimavenlige løsninger til byggeriet. Vi minimerer CO<sub>2</sub>-udslippet i transportsektoren ved at udskifte tunge dele med lettere plastdele. Vi øger livskvaliteten blandt millioner af mennesker med medicoprodukter i verdensklasse. Vi bidrager til at stimulere kreativitet og leg med verdenskendte legetøjsprodukter.

Men plast skal bruges og behandles med omtanke. Løsningen på én udfordring må ikke skabe en ny. Derfor stræber vi efter at skabe et innovativt produktionssamfund, hvor vækst og miljø går hånd i hånd.

Vi er ikke i mål, og vi anerkender vores egne udfordringer. Vi går til opgaven med udgangspunkt i det, vi kan – designe løsninger på problemer. Det ligger i vores DNA. Plast er materialet, der gør det muligt.



Det vigtigste i strategiperioden:

# Plastbranchen i Danmark skal have et bedre image

Plastbranchen – herunder materialet plast – skal opleves mere positivt. Kort sagt: Flere skal være overbevist om vores kernefortælling.

Det skal dels ske gennem formidling og dialog, og dels gennem en række konkrete initiativer. Den bedste vej til at flytte image er nemlig konkrete handlinger.

Image skal løftes i forhold til innovation, uddannelse og miljø, og der er fastsat målsætninger, indsatser og KPI'er på disse tre områder – og tværgående for kommunikation.

KPI'erne har særligt fokus på, om Plastindustrien bidrager til at give plastbranchen et bedre image – velvidende, at mange forhold, også internationale, definerer oplevelsen af plast.

## INNOVATION

1

Plastindustrien formidler viden og skaber samarbejde, der øger innovationen og design af nye løsninger. Målet er både at øge viden/samarbejde bredt set og at bidrage til konkrete innovationsprojekter.





## UDDANNELSE

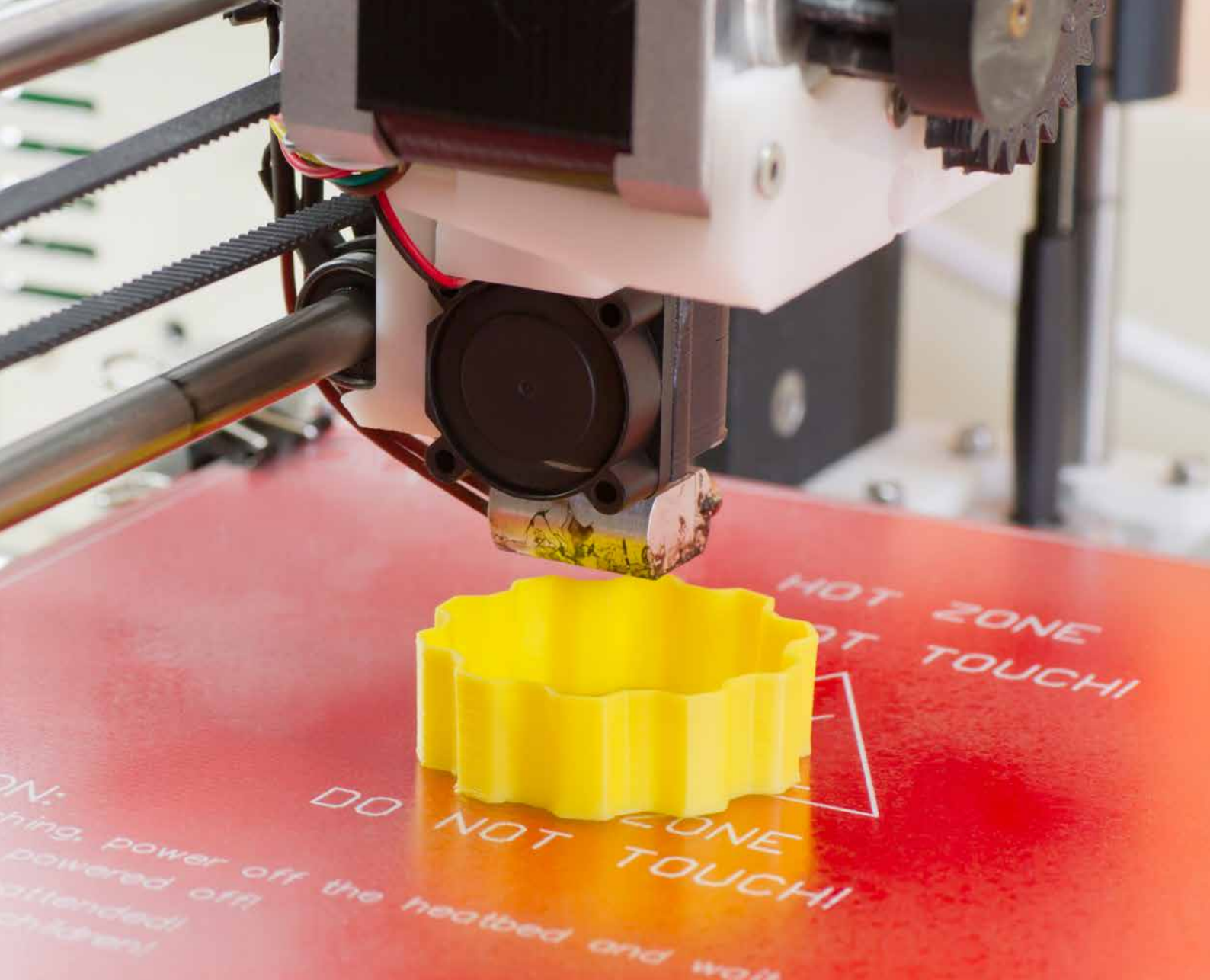
- 1 Flere studerende – primært på ingeniøruddannelser – tilegner sig viden om plast og får interesse for at arbejde med design af fremtidens løsninger i plastbranchen. Samtidig skal efteruddannelsen blandt højtuddannede styrkes.
- 2 Der uddannes flere og dygtigere plastmagere. Samtidig skal efteruddannelsen blandt faglærte og ufaglærte styrkes.

## MILJØ

- 1 Plastindustrien synliggør og bidrager til, at plast er en essentiel del af den cirkulære økonomi med design, innovation og genanvendelse i fokus.
- 2 Plastindustrien nuancerer forståelsen af plast og kemi – og arbejder for at undgå konkurrenceforvridende eller unødigt regulering.
- 3 Plastindustrien synliggør og bidrager til, at industrien er med til at designe løsninger på problemer med plast i naturen.

## KOMMUNIKATION

- 1 Plastindustrien har en markant stemme og er med til at præge forståelsen af plast.
- 2 Der er en god medlemskommunikation og foreningens arbejde synliggøres på den bedst mulige måde.



# Plastindustrien.

Brancheforeningen for danske plastvirksomheder

Vesterbrogade 1E, 3. · 1620 København V · Tlf. 33 30 86 30 · pd@plast.dk · www.plast.dk

Følg med i Plastindustriens arbejde på de sociale medier:

[LinkedIn.com/company/plastindustrien](https://www.linkedin.com/company/plastindustrien)

Twitter: @plastindustrien

Instagram: [Plastindustrien](#)

