



**Il ruolo della comunicazione nello
sviluppo di relazioni con gli
stakeholder nazionali e
internazionali.**

Il caso Indesit Company

Federico Ziller
***Responsabile Comunicazione Esterna
e Ufficio Stampa***

Macerata, 15 maggio 2008

Indice

- Indesit Company in breve
- obiettivi, strategia e target della comunicazione
- una comunicazione esterna di successo
- attività quotidiane di comunicazione esterna e ufficio stampa

Indesit Company in breve

I numeri

- **3,4 mld Euro di Fatturato**
- **17.000 Dipendenti**
- **17 Stabilimenti**
- **24 consociate**
- **8 poli logistici**
- **1 centro di ricerca**

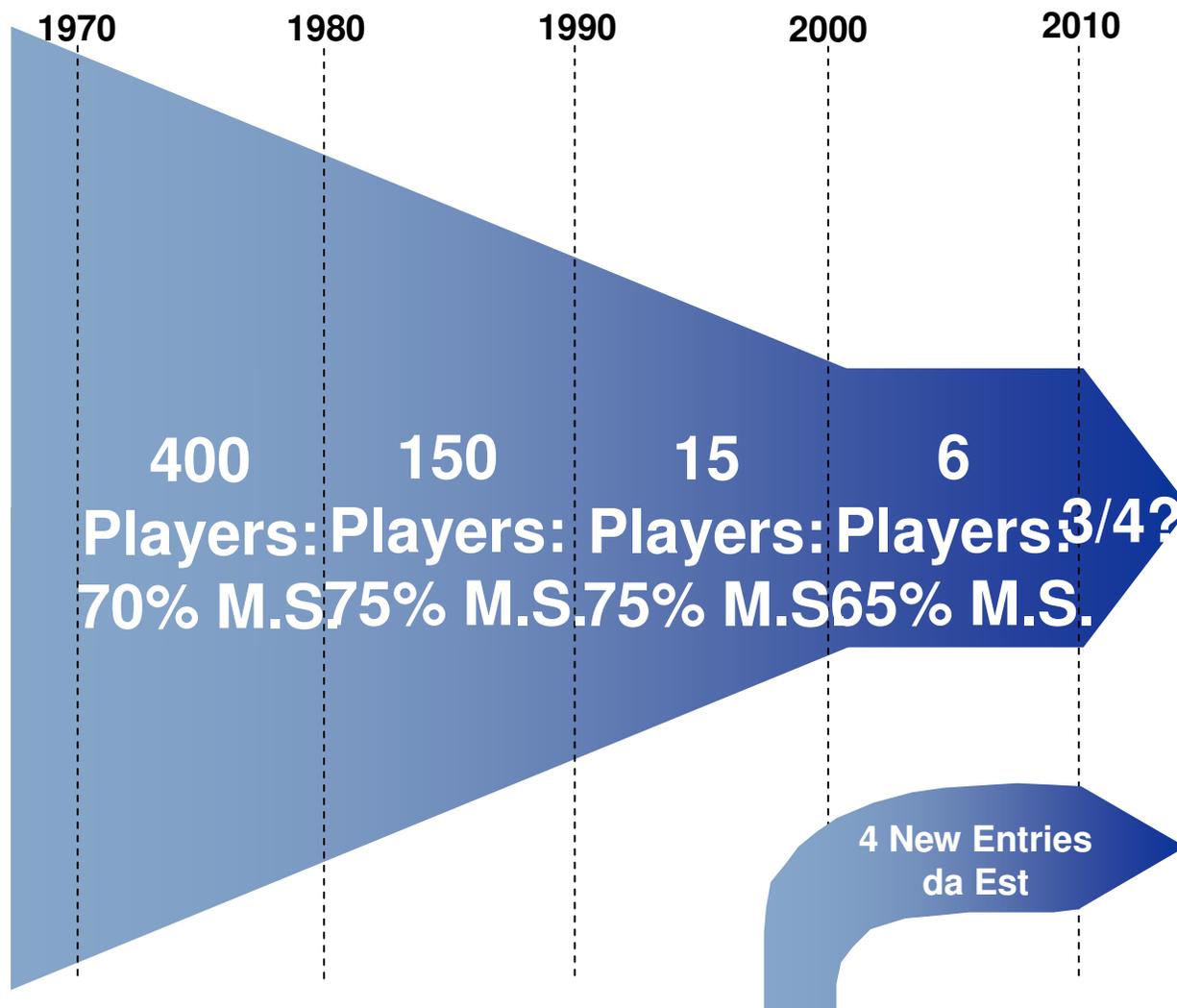


Indesit Company nel mondo

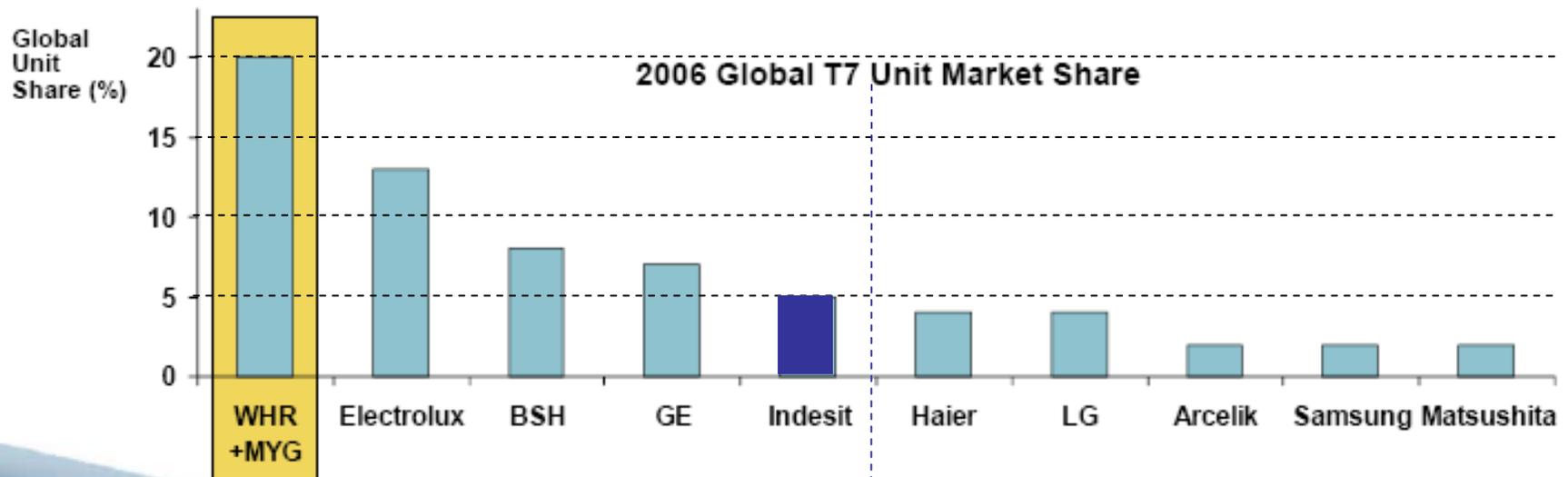


17.000 Dipendenti

Lo scenario europeo



Lo scenario mondiale



5 Leaders occidentali

5 Asiatici in crescita

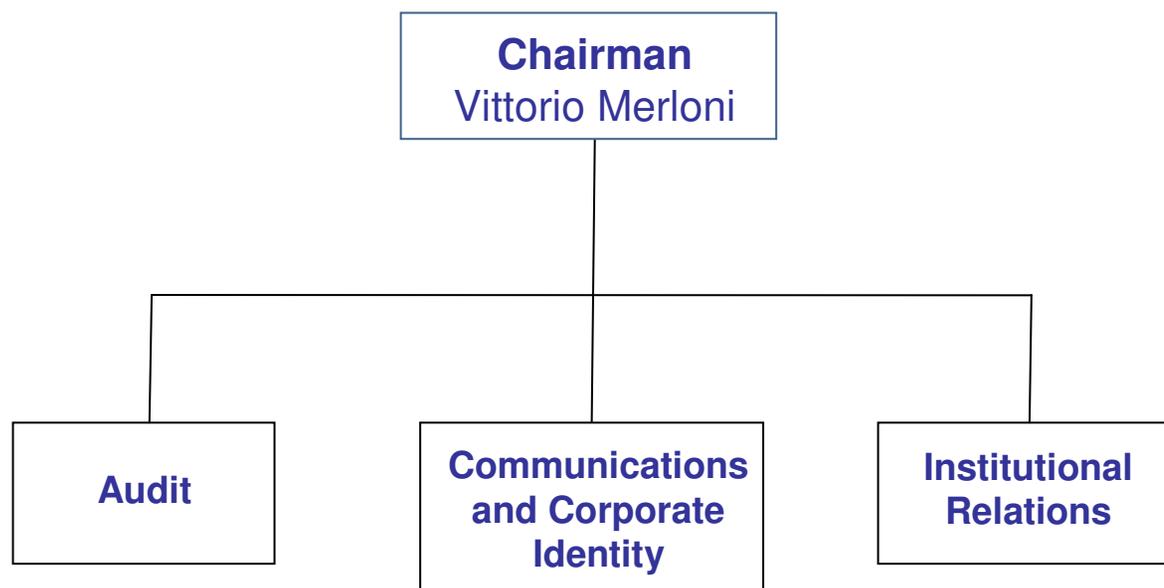
La nostra filosofia

*“In ogni iniziativa industriale
non c’è valore del successo economico
se non c’è anche l’impegno nel
progresso sociale”*

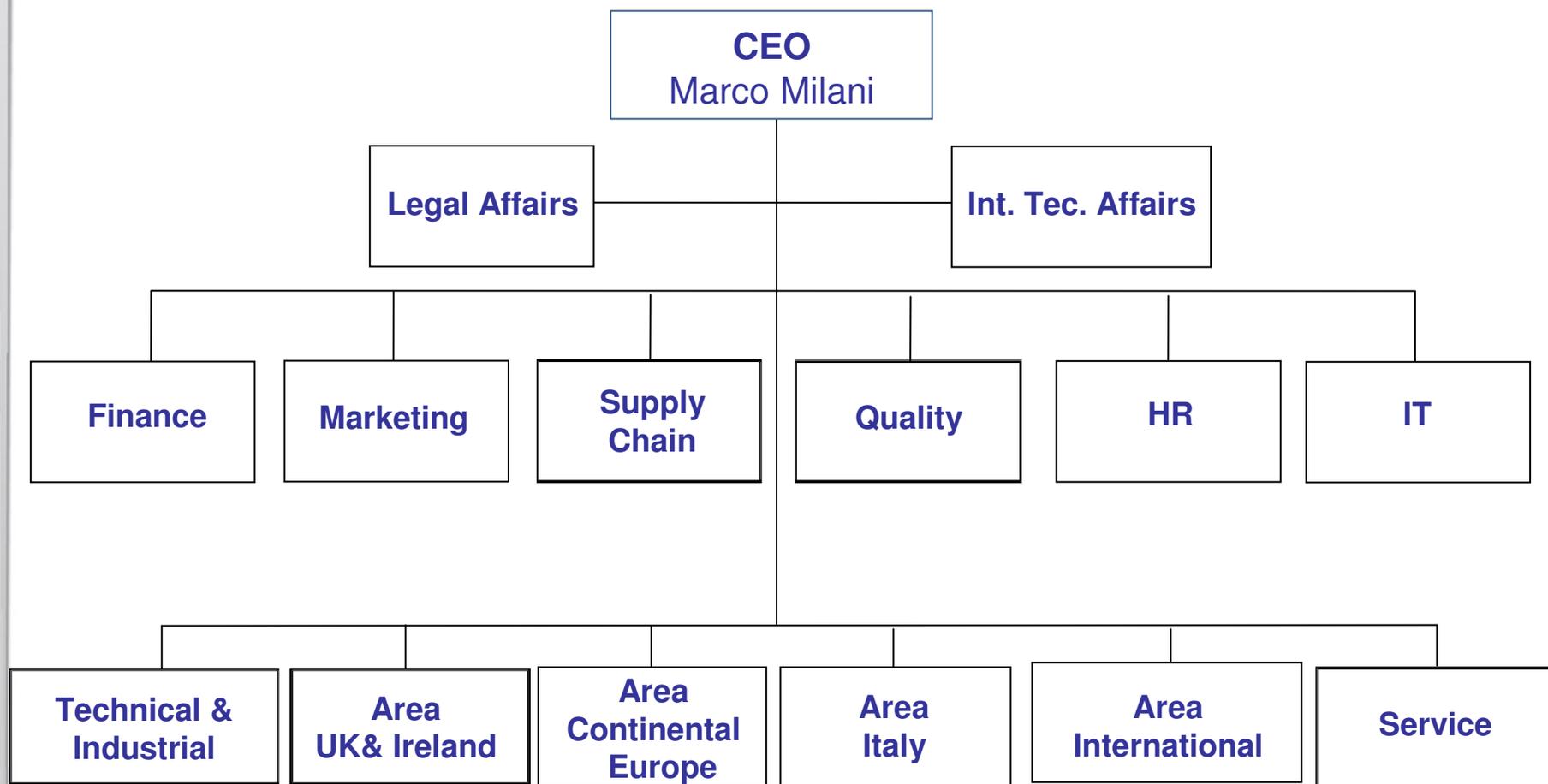


Aristide Merloni
(1967)

L'organizzazione



L'organizzazione



Obiettivi, strategia e target della comunicazione

Obiettivi, strategia e target **della comunicazione**

Obiettivi

- consolidare e migliorare la nostra **reputazione**
- facilitare e rafforzare la diffusione dei nostri **valori**
- gestire le **crisi**
- **supportare il management** nelle attività quotidiane
- Informare e coinvolgere i colleghi attraverso la **comunicazione interna**

Consolidare e migliorare la nostra reputazione

La **Reputazione** è qualcosa di più della **visibilità** o dell'**awareness**:

- è la percezione esterna delle nostre performance sul mercato e di tutti i nostri comportamenti
- si costruisce con le **attività quotidiane** delle persone dell'azienda in relazione con tutti gli stakeholder e con la **comunicazione** di queste attività all'esterno e all'interno

*Costruire una buona reputazione richiede tempo ed energia
ma può essere distrutta in pochi minuti.*

Come consolidare e migliorare..

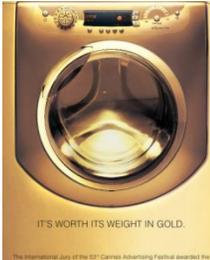
Indesit Company
Improved results in 3rd quarter 2006
 Another positive quarter for Indesit Company. Sales rose 9% in Q3 2006 and profits reached €23m, up 15%.
 Earnings were up 80% at €10m. Further improvement was achieved in our environmental strategy. In Q3 2006, we met existing targets, exceeding all 421Kts. Reinvesting savings for the quarter amounting to €10m (€10m in the same period 2005). In line with the Green Industrial plan the Group announced last year.
 Indesit Company plans to share the savings realized this year and to increase its market share. An improvement in profitability was seen in the Group UK operations. Earnings in Q3 2006 thus built on the momentum achieved in the second half of 2005.
 The Aquatica washing machine continues to be the Group's best selling product in 2006.
 The results for the first nine months also bear out the positive trend. Indesit Company's management has experienced sales reaching €2,359m (up 5% on 2005) and net profits amounting to €13m (up 4% on 2005).

Indicator	Q3 2006	Q3 2005
Sales	471	432
Operating profit	10	5.6
Operating margin (%)	2.1	1.3
EBITDA	20	16
EBITDA margin (%)	4.3	3.7
Operating assets	18	17
Operating assets margin (%)	55	52
Operating assets turnover	1.8	1.8
Operating assets turnover	1.8	1.8

Press release - 20 0722 003208
 Email: investorrelations@indesit.com
 Investor relations: +39 02 50000011
 Investor relations: +39 02 50000011
 www.indesitcompany.com



Etica & Impresa



Bilancio Ambientale Domestico Indesit Company

Se come valore è considerato il rispetto per l'ambiente? Come si sono comportati nel 2005? Quali sono le iniziative? Che cosa è possibile realizzare nel 2006? Quali sono le iniziative? Che cosa è possibile realizzare nel 2006?

Il Bilancio Ambientale Domestico di Indesit Company è diviso in quattro sezioni: Energia, Acqua, Rifiuti e Casa.

Energia Acqua
 Rifiuti Casa



27-MAR-2007 Quotidiano Milano **24 ORE** Direttore: Ferruccio de Bortoli Lettori Andipress 1242000 da pag. 22

Formazione. L'esperimento di Indesit e Fiat
In fabbrica i giovani a rischio

Date: 25th June 2007
L'Officiel des Cuisinistes
 Circulation: 4.500 / Periodicity: weekly
France

■ Indesit récompensé pour son engagement social.



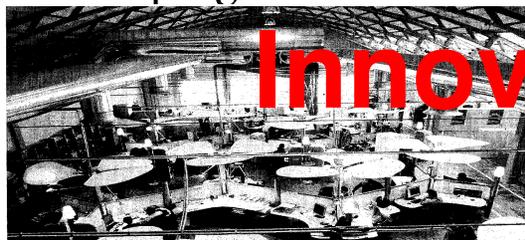
Associazione Jonathan onlus



Facilitare e rafforzare la diffusione dei nostri valori

**Designer
WINNER**
INDESIT MOON
BY INDESIT COMPANY

Indesit progetta con i laboratori virtuali



Innovative

La Razon

Los niños «perdidos» de la Camorra

Mono... (small text) ...della influenza gracias a la Comunidad Jonathan

Respectful

borsa & finanza

Milani: «Moon darà sprint ai conti»

Ria novosti Ambitious

ITALIAN INDESIT NAMES RUSSIA AS A PRIORITY DIRECTION OF THE BUSINESS

Naftemporiki

NERIMAN ULSEVER, ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ HR ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ INDESIT

In touch

Rzeczpospolita

Znaczny postęp
Indesitu



Corriere Economia

**Ma quanto ci costa
restare vigili**

Genuine



Gestire le crisi: l'importanza della comunicazione

- I **problemi**, se non gestiti efficacemente, possono tramutarsi in **crisi** (che minacciano o danneggiano materialmente l'abilità dell'azienda di funzionare normalmente)
- Necessità di risposte tempestive e pertinenti – **le prime 24 ore sono cruciali** perché delineano la crisi – ciò che segue è una spirale che ne incrementa in modo esponenziale gli effetti

Mercedes Classe A (Germania 1997)

Fatto: durante un test pre-lancio alcuni giornalisti svedesi notano che l'automobile si ribalta. Il test non era stato programmato per gli standard Europei

Acqua Perrier (Francia 1990)

Fatto: tracce di benzene in diverse bottiglie della famosa acqua Perrier.

“La vera crisi non è quello che è in effetti accaduto; è quello che le persone credono sia accaduto.” (M. Bland – Strategic Crisis Management)