

Una comunicazione esterna di successo

Cosa fare per ottenere una comunicazione di successo?

- smettere di pensare solo ai budget: le buone idee a volte non costano nulla!
- usare le notizie in modo proattivo: scegliere la giusta angolazione
- cercare di capire il potenziale della notizia su tutti i canali: web, blog, TV...

Alcuni suggerimenti - come..

- interviste con il management, incontri one-to-one, viaggi stampa
- partecipazione a convegni, tavole rotonde, partnership con università, eventi, sponsorizzazioni, gare, premi prodotto o corporate, meeting economici, forum, fiere..
- attività di CSR

Quale stampa..

Ogni testata ha il suo target di riferimento..

Stampa nazionale:

- generalista
- economica
- consumer lifestyle
- trade
- corrispondenti italiani all'estero

Stampa internazionale:

- generalista
- economica
- consumer lifestyle
- trade
- estera in Italia

Una comunicazione esterna di successo: **alcuni esempi**

Es. ritratto del Presidente

elEconomista

Vittorio Merloni **El rey del electrodoméstico**

Es un empedernido
coleccionista de coches
y casas, así como
un amante del tenis.

Abstract

Il s'agit de la première édition de ce cycle, programme qui vise principalement à offrir aux étudiants des connaissances de la médecine fondées. C'est une 22 semaines de cours, la composition de une semaine, pour le long terme à 2000 personnes, ce qui la rendra la plus grande entreprise par millions de participants en Italie, pour dire de plus.

Vinte e três mil famílias de agricultores industriais - de acordo com o censo da eletrificação rural do Brasil - já tinham se beneficiado das ações de extensão da EMBRAPA em 1980.

El empresario italiano a su vez, es un miembro de una entidad poro también de estas empresas. Medusa es un superlativo de la tecnología, aunque de los estándares. Hoy a través de la web en su grupo por el día de la ciudad, también por un simple botón. Trabaja de color negro.

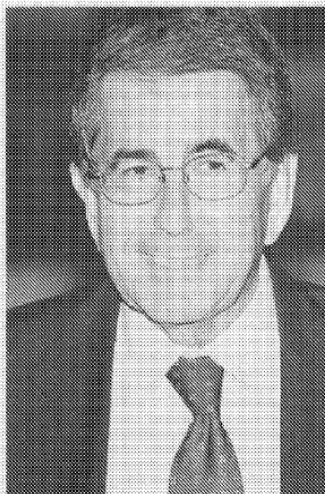
El uso de las electrofibrilaciones para salvar vidas en niños como diagnosticar en Fiebre tifo, contra la malaria de sus compañías, en México, con el tratamiento de la fiebre, en Panamá, contra la malaria de la enfermedad, en Colombia, una de las principales del diagnóstico, en Nueva York y Londres, las dos mayores plantas bioquímicas del mundo.

«El estudio es un organismo vivo, flexible, en constante evolución. Es los principales fundamentos del Método de Berlín, donde se aplican las pautas establecidas por estos fundamentos, pero donde se permite a los alumnos la libertad de elegir su propia manera de aplicarlos a la realidad».

Die peruanischen Inka der ersten Inka-Periode (ca. 1200 bis 1532) waren die ersten, die die Welt der Inka kennen und die Welt der Inka kennen.

Indesit, socia de Endesa en la venta de electricidad en Italia, es la segunda cadena de su sector en Europa

Agosto 19 años después, en 1978, nació Michael Eltonson, el

[illegible]

En el año 2003, Martínez quiso dar un giro más internacional a sus producciones y cambió el nombre de la empresa, que pasó a llamarse Indeco Company. La compañía comenzó importantes negocios con firmas en Italia y, además, reguló el comercio electrónico en los países latino-

Il presidente dei socialisti viene
trovato ucciso poco lontano dalla
porta del Colosseo, con la testa traforata
da tre colpi di pistola. La vittima
era Nello e Giuseppe Uboldi, del Co-
mune dei lavoratori corporativi di
Roma. Indagini e perquisizioni a stu-
pore: da Tolentino (Italia) e da Pa-
dua (Italia) si rintracciano i due
assassini. Il building di governo
sforza di non essere un altro ve-
stro. Ma non tutto è andato
bene. Francesco De Luca, ex capo del

Vedomosti

“Стагнации в России мы не наблюдаем”



Es. andamento del business



INDESIT DEMONSTRATES DOUBLE GROWTH

By Evgeny Utkin

Indesit Company's Shareholders meeting took place on May, 3. Indesit Company is a World leading household appliances producer. In the time when such market leaders as Samsung can't get the profits and even incur losses Indesit demonstrates net profit growth by 51% in 2006 and by record 92,5% in the first quarter of 2007. The stocks of the company grew up by 95% from September 2006 to nowadays. This is an absolute record in the segment of household appliances segment and can be compared only with the growth of internet companies in the end of last century.

The shareholders of Indesit Company approved the separate financial statements of 2006, appointed a new board of directors and reelected Marco Milani as CEO of the company. He did a lot for Stinol refrigerators acquisition and the development of Indesit Company in Russia.

borsa & finanza

Milani: «Moon darà sprint ai conti»
Indesit va sulla Moon. In attesa delle lavapiatti



Bigger sales of Indesit



•ze spółek

PRZEMYSŁ
ELEKTROMASZYNOWY

Większa sprzedaż Indesitu

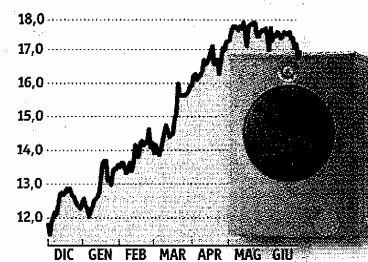
Indesit Company Polska zwiększył w ubiegłym roku swój udział w polskim rynku sprzętu gospodarstwa domowego z 14,6 procent pod koniec 2005 roku do 14,9 procent na koniec roku 2006. Spółka zwiększyła w ubiegłym roku sprzedaż urządzeń wolno stojących o 17 proc., a sprzętu do zabudowy aż o 40 proc. Indesit Company Polska jest jednym z największych pracodawców w regionie



Marco
Milani

Indesit

Quotazioni in euro



Es. nuova brand architecture

Il Messaggero

Il marchio Ariston sposa Hotpoint.

Vittorio Merloni a Prodi: «Investa sullo sviluppo anziché diminuire le tasse»

Es. valori intangibili: le risorse umane

Milliyet



**Indesit Company'nin yenilik
sürecinde temel kaynak: İnsan**

Es. scenari e strategie – la ricerca

19-FEB-2006

Quotidiano Milano

CORRIERE DELLA SERA

Direttore: Paolo Mieli

Lettori Audipress 296000

da pag. 25

L'INTERVISTA / «Investimenti a quota 2 miliardi di euro»

«Indesit punta al club dei grandi Le lavatrici? Si vince con la ricerca»

Merloni: «Crescita in India, poi in Cina e Stati Uniti»

«Saremo tra gli 8 leader mondiali degli elettrodomestici»

IL MERCATO

Delocalizzare? No, meglio "localizzare", noi vogliamo produrre dove c'è il mercato

IN AMERICA

Negli Usa vanno pazzi per i barbecue, abbiamo iniziato da quelli

MILANO — È convinto che, nel giro di dieci anni, al mondo i veri player non saranno più di otto. E promette che loro, gli elettrodomestici made in Italy, saranno tra quelli otto. Del resto: l'ultimo esercizio, tra domanda difficile e aumento dei prezzi delle materie prime, non è stato proprio il massimo, ma quella che oggi si chiama Indesit Company ha comunque consolidato il suo ruolo di secondo produttore europeo. E ora, dice Vittorio Merloni, per il quarto decennio del gruppo l'obiettivo è un percorso di globalizzazione che, passando dall'India, dalla Cina e in misura diversa dagli Stati Uniti, porti Fabriano nel ristretto club dei leader mondiali.

Il 2005 è stato un anno complicato: fatturato in leggera calo a quota 3 miliardi, utili sempre non male, a 51 milioni, ma dimezzati rispetto al 2004. Lei non ha nascosto le difficoltà, però dopo il consiglio ha ribadito: «Abbiamo reagito, siamo pronti a cogliere tutte le opportunità di crescita». Significa, dottor Merloni, che preparate un nuovo shopping?

«Il gruppo è sempre cresciuto, per così dire, fifty-fifty: 50% sviluppo interno, 50% acquisizioni. Dunque sì, da azionista dico che, se possibile, continuerò

remo su questa strada. Il problema è che in questo momento sul mercato non c'è granché. La stessa Whirlpool è bloccata con Maytag. Pur essendo il numero uno al mondo anche loro, come altri, avrebbero difficoltà ad assorbire aziende da ristrutturare».

Sul mercato vi muoverete comunque da soli? O sono ipotizzabili, visto il processo di concentrazione nel settore e come accade per esempio nell'auto, alleanze con altri big? Da Whirlpool a General Electric, per fare due nomi?

«Difficile. General Electric non rientra nei nostri obiettivi, e da loro abbiamo già preso la parte europea Hotpoint. Quanto a Whirlpool, è una public company... Comunque micro-alleanze, qua e là, nel settore già ci sono».

E la Cina? Siete già nella Hayer: chance di acquisto?

«Stanno azionisti, l'abbiamo creata noi. Ma è resta dello Stato cinese».

La crescita esterna, lei dice, in questo momento è complicata. Resta lo sviluppo per vie interne: come?

«Nel nostro primo decennio, dal '78 all'85, abbiamo puntato alla leadership in Italia. Poi abbiamo affargato all'Europa e oggi siamo il numero due. Ora

l'obiettivo è mondiale, globale. Vogliamo essere presenti in India, prima ancora che in Cina, e negli Stati Uniti. Anche se il mercato Usa è ovviamente più difficile, ha presenze storiche e consolidate: lì non è che fai lo sbarco, inizi con settori di nicchia. Gli americani vanno pazzi per i barbecue: noi abbiamo cominciato da quelli».

Asia, Usa. E naturalmente Europa. Entro il 2008 aprirete due nuovi impianti all'Est, che già oggi copre il 34% della produzione Indesit: quella che arriverà sarà produzione aggiuntiva o sostitutiva?

«Aggiuntiva. Nel senso che porteremo a Est produzioni che negli stabilimenti italiani o inglesi non sono più competitive. Ma, dove toglieremo, sostituiranno con altro».

I sindacati sono d'accordo?

«Ci stiamo confron-



ABOUI MERLONI: INDESIT COMPANY

19-FEB-2006

Quotidiano Milano

CORRIERE DELLA SERA

Direttore: Paolo Mieli

Lettori Audipress 296000

da pag. 25

tando, ovviamente. E capiscono il problema».

Nessuna conflittualità a Fabriano?

«Un buon rapporto ovunque».

Ha parlato di competitività. Dati Ubs dicono che il costo del lavoro è di 19 euro l'ora in Italia, 17 in Gran Bretagna, 4 in Turchia, 3 in Polonia, 1,5 in Russia. Le tornano, i conti?

«Direi che il dato russo va aggiornato, siamo già intorno ai 3 euro anche lì. Ma non c'è dubbio che le proporzioni siano quelle e che l'handicap della "vecchia Europa" sia, da questo punto di vista, del tutto evidente».

Delocalizzazione inevitabile?

«Spesso parliamo della delocalizzazione in modo sbagliato: è meglio usare "localizzare", ossia andare a produrre dove c'è il mercato. Che è quello che facciamo noi tutti. Detto ciò, la competitività non è un fattore semplice da definire, le sue componenti variano, e certo non dipende solo dal costo del lavoro. Tanto più in un settore maturo come quello degli elettrodomestici, de-

vi trovare nuove chiavi: la lavatrice per il cashmere, o quella in cui puoi caricare un piumone. Noi, oltre a questo, investiremo sempre di più sui nostri marchi».

Insomma: innovazione, ricerca e marketing.

«In modo massiccio. Indesit, in sei anni, ha investito globalmente 2 miliardi di euro. Il doppio della sua capitalizzazione di Borsa. E molto più dei nostri concorrenti: abbiamo un rapporto del

5,8% sulle vendite».

Eppure si dice che le aziende italiane in innovazione non investono.

«Non è così. E però è il contesto, che è difficile e non aiuta. Noi paghiamo il 46% di imposte, con punte del 54%. E del costo del lavoro abbiamo detto».

A proposito. Sua figlia Maria Paola si candida con la Margherita. Dunque Ulivo. È realistica, secondo lei, la promessa di Romano Prodi, cinque punti in meno di cuneo fiscale in un anno? E per par condicio come valuta i cinque anni di Silvio Berlusconi al gover-

no?

«Sul cuneo fiscale si può indubbiamente tagliare. Cinque punti subito mi sembrano però un po' tanti. E comunque: mi piacerebbe che tutti, a destra e a sinistra, gli annunci li facessero sulle certezze. Le aziende i budget li preparano a inizio anno, e se mi si dice: "Costo cento chilometri di strada", beh, poi mi aspetto che vengano costruiti davvero. Invece, qui parliamo tutti di competitività ma poi, per esempio, nelle nostre Marche le Ferrovie sono ancora quelle dello Stato Pontificio. E quanto alle strade: se Mussolini fece avesse avuto un interesse personale a Rimini, la Flaminia sarebbe ancora quella del console romano».

Raffaella Pohl



“



M. P. Merloni

Mia figlia candida con Prodi? Sul Fisco, da Polo e Unione servono meno annunci e più certezze



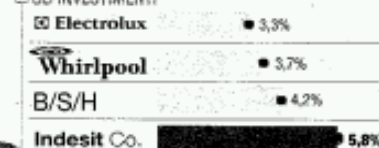
J. Merloni (CE)

Dalla General Electric di Immelt abbiamo già acquistato la società britannica Hotpoint

Industria e sviluppo

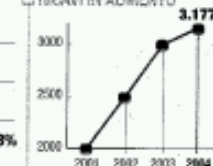
Indesit, che ha visto il fatturato aumentare oltre i 3 miliardi negli ultimi anni, punta su investimenti in ricerca e internazionalizzazione in Cina, India e Stati Uniti

GLI INVESTIMENTI*



*In percentuale al fatturato sugli ultimi sei anni (ricerca pubblica e acquisizioni)

RICAVI IN ALIMENTO



CORRIERE DELLA SERA

ABOUI MERLONI: INDESIT COMPANY