

LA COMUNICAZIONE INTERNA AZIENDALE

21/10/2022, UNIVERSITA' DI MACERATA

Confidential and Proprietary

fater



About me



fater

La nostra storia



1958

Fondata da **ANGELINI**, per prima ha lanciato in Italia i pannolini per bambini(1963) e gli assorbenti(1965)



1992

Dal 1992 Fater è una JOINT VENTURE paritetica tra P&G e Angelini Industries



fater



2013

Dal 2013 con l'acquisizione del marchio Ace, Fater produce e distribuisce prodotti per l'igiene della casa in altri 38 Paesi



fater

Chi siamo



1600

Persone



874

MLN Fatturato
(f.y.20-21)



4%

Fatturato
investito in
Ricerca e
Sviluppo



3 su 4

Famiglie in cui
siamo presenti
con i nostri
brand

I nostri Brand



4.5 miliardi di pezzi prodotti annualmente (Lines, Pampers, Lines Specialist)
157 milioni di bottiglie (ACE)



Leader nel mercato italiano dei prodotti igienici assorbenti



key player nel mercato Europeo dei prodotti del cura-casa



LINES

LINES
SPECIALIST

TAMPAX



fater



Dove siamo?

4 plants : Italy (Pescara, Campochiaro), Turkey (Gebze), Portugal (Porto)

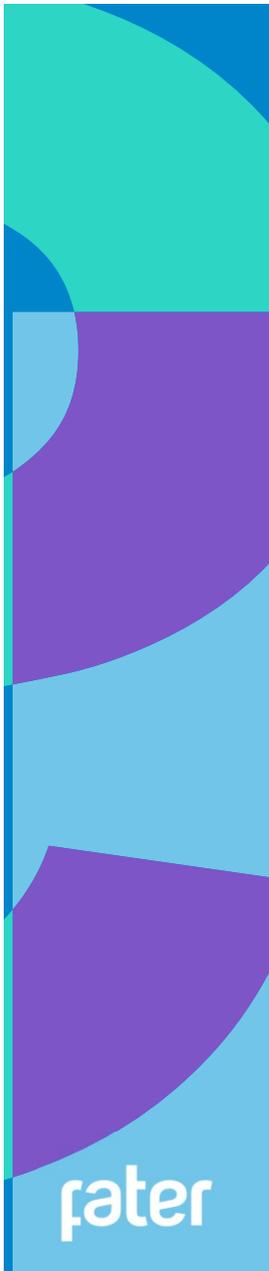
3 abroad business locations: in Romania, Turkey, Eastern Europe
for the operational management of foreign business in home care products market

38 countries served (home care products)

La nostra strategia



People **F**irst



fater





**NEVER LET A
GOOD CRISIS GO
TO WASTE**



**STORYTELLING OR
STORYACTING?**

The image features four stylized silhouettes of human heads in profile, facing right. The silhouettes are layered and colored in a vibrant, multi-colored palette: dark red, blue, orange, and dark green. The background is a solid teal color. Overlaid on the silhouettes is the text "A SUSTAINABLE BUSINESS NEEDS MORE THAN JUST A «GOOD» IDEA OR A «GOOD» STORY" in a bold, white, sans-serif font.

**A SUSTAINABLE BUSINESS
NEEDS MORE THAN JUST A
«GOOD» IDEA OR A «GOOD»
STORY**



**LIKE A GIRL: one of the
best work in recent history
rooted in culture**

and really puts them down, because during that time they're already trying to figure themselves out.



We failed during COVID

Forbes

CMO NETWORK

Every COVID-19 Commercial Is Exactly The Same

Avi Dan Contributor @ Advertising and Marketing [Follow](#)

Apr 19, 2020, 01:09pm EDT

f
t
in



Every COVID-19 commercial is exactly the same YOUTUBE

FAST COMPANY

CO.DESIGN TECH WORK LIFE NEWS IMPACT PODCASTS VIDEO INNOVATION FE

04-16-20

Every COVID-era commercial is the same, and this video supercut proves it

In these unprecedentedly uncertain times, now more than ever [somber piano music over footage of empty public places], we are here for you.



A collage of four images showing people in various settings: a woman in a car, a woman in a classroom, a woman in a classroom, and a man in a classroom.

**EVERY
COVID-19
COMMERCIAL IS
EXACTLY THE SAME**

Lessons learnt

*Are we sure
storytelling is still
enough?*

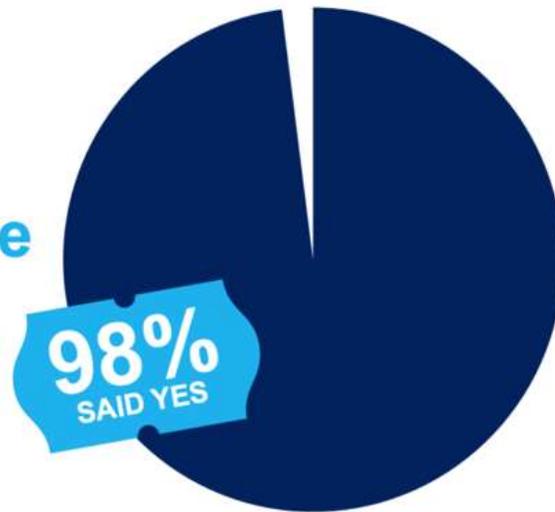
NO, IT'S NOT

rajaBETS

What responsibilities for brands and companies?

FUTERRA

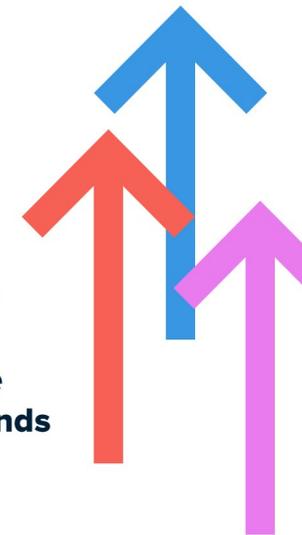
Do you think brands have a responsibility to make positive change in the world.



Source: Futerra consumer research, June 2019. Respondents: 2,400 consumers in UK, US, South Africa and India.

70%

of consumers believe it's important for brands to take a stand



**Brands have to insert
their stories into
culture in a relevant
way for people lives**

KEY TAKEAWAYS

Make it relevant as a mantra

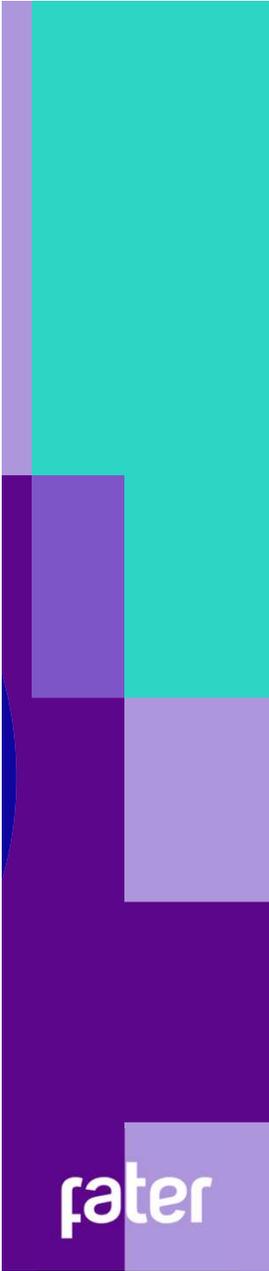
It's time for a great re-think

**Focus on things and stories
that matter**

A woman with dark, wavy hair and a dark jacket is looking off-camera to the right. The background is a blurred night scene with a building and streetlights. The text "SEXY NON COLPEVOLE" is overlaid on the image.

SEXY **NON** COLPEVOLE





Ma quindi...la comunicazione interna in un'azienda cosa fa?



Confidential and Proprietary

Uno stimolo per iniziare...

**Sviluppare una
campagna di
comunicazione interna è
così diverso rispetto a
quella pubblicitaria?**



**Come si mette in piedi
una campagna di
comunicazione interna?**

Ricezione del brief

Start with WHY
Imposta i KPI

Tieni conto del budget a disposizione

2

Target

Interno ma con uno sguardo sempre all'esterno per ottimizzare le risorse

3

Strumenti

Digital + Physical
Intranet
Mail
Poster
Ambassador/Alleati



4

Prototype and test

La collaborazione dei colleghi è fondamentale!

Coinvolgete 3 persone per ciascun target e osservate se e come viene recepita la comunicazione

5 Misurazione

Visualizzazioni video

Visualizzazioni news sulla Intranet

Mail response rate: quante persone hanno aperto la mail? Quante persone l'hanno letta fino alla fine? Quante hanno cliccato sul pulsante?

Un esempio pratico

1. Ricezione del brief

Comunicare la nuova visual identity di Fater

WHY: Fater cambia volto, all'interno e all'esterno, con un nuovo logo che ne incarna la visione

HOW: coinvolgere le persone e comunicare il nuovo logo durante la celebrazione dei 30 anni di Joint Venture

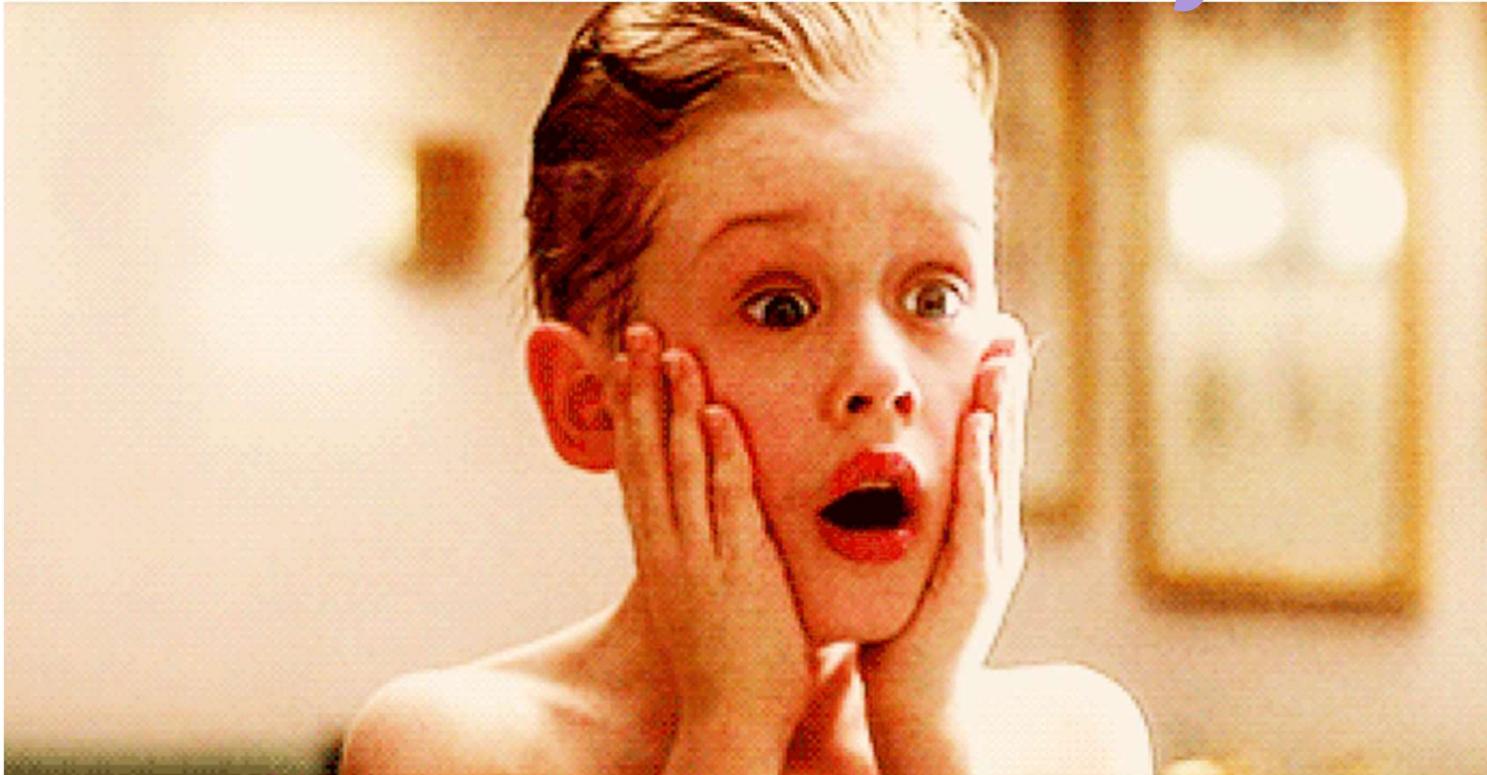
Confidential and Proprietary

fater

10/06/2022

Il punto di arrivo

Celebration day



2. Target

Dipendenti (office e plant)

Ecosistema esterno (es. customer, consumatori)

3. Strumenti

Phygital gamification

News intranet

Newsletter

Poster

TV

3. Strumenti

Sviluppo dell'immagine coordinata



Le tre decadi sono rappresentate da tre distinte combinazioni colori. Colori bold per descrivere una realtà dinamica e contemporanea. La linea l'elemento unificante di questo percorso.

October and November will be months dedicated to the world of Hybrid Working

LET'S TALK WITH UXel Academy
Let's talk with Giovanni Ciserani

LET'S TALK WITH UXel Academy
Let's Talk With Alec Ross - UXel Academy

This is us

+ Aggiungi

Organizational Announcement - Technology & Innovation...
l'altro ieri

Organizational Announcement - Pescara Plant Operations...
29 settembre

Welcome and Good Luck!
Jun 18, 2021

Events

+ Aggiungi

Let's talk with Giovanni Ciserani
In arrivo la prossima UXel Quello de...
30 settembre

Let's Talk With Alec Ross - UXel Academy
Il 20 settembre, Alec Ross è tornato ...
23 settembre

"Scendiamo in Piazza" a Roma con Ace e Retake
WORLD CLEANUP DAY 2022 - ACE ...
13 settembre

Preferred Links

Google

Fater

Preferred Tools

My Growth

Company Shop

MyCloud

Archivio News

Focus On

SPECIAL EVENT

30 BackToTheFuture: Fater JointVenture Anniversary

JUNE 10, 2022

Il prossimo 10 giugno celebreremo insieme i primi 30 anni della nostra joint venture. **Un passo dopo l'altro, ci avviciniamo ad una tappa storica... ti aspettiamo!**

Il **passo** è il simbolo di ciò che avanza, di chi si proietta verso il futuro. È una delle metafore più semplici per ripercorrere l'evoluzione di un viaggio lungo una linea del tempo storica.

In **Fater**, siamo andati avanti, con la consapevolezza dei nostri mezzi, in un clima sereno, accogliente, in cui darsi una mano era importante. Come in uno spensierato gioco per bambini.

In questo video che vi proponiamo si procede un **passo dopo l'altro**, con le impronte che si radunano al centro dell'immagine: è il nostro modo per rappresentare quanto tutti noi siamo stati importanti per costruire i **30 anni della joint venture di Fater**. È il nostro modo di fare un altro passo avanti, insieme, verso il futuro.



3. Strumenti

Sviluppo del percorso communication experience

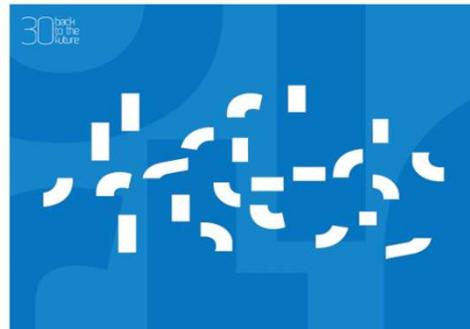


Fater è curiosità, lo abbiamo sperimentato anche in questi **30 anni** di joint venture che ci hanno portati fin qui.

Questa curiosità, nel tempo, è stata l'ingrediente essenziale di idee diverse, nuove, sorprendenti.

Viene, quindi, spontaneo chiedersi quale sarà la **forma migliore per Fater**, oggi o nel futuro.

Ci piacerebbe che ce lo dicessi proprio tu, dando vita a un'immagine!



Hai a disposizione una lavagna magnetica e dei piccoli moduli.

Non devi necessariamente utilizzare tutti i pezzi: puoi comporli e ricomporli, interpretarli, farli tuoi.

Con un click, mandaci il risultato della tua creatività.

PARTECIPA

Partecipare e costruire.
Come abbiamo fatto da 30 anni.
Come continueremo a fare.



fater

30'

LOVE

FACE

愛

愛





5. Misurazione

300 puzzle ricevuti

Mail response rate: 40%

**Visualizzazioni news sulla intranet: +
1.000**

Visualizzazioni video: 2.487

GRAZIE!