



## **WHIRLPOOL 25** **BRAND IMAGE CONTEST**

### **PREMESSA**

Whirlpool è presente in Europa dal 1989, e da allora è passata da un nome sconosciuto ad azienda leader negli elettrodomestici in Europa. Gli investimenti strategici che abbiamo fatto sui nostri brand, in innovazione e sulla comunità, sono il cuore del nostro impegno per mantenere la fedeltà dei nostri consumatori e la nostra posizione di leadership nell'industria.

In occasione del venticinquesimo anno della presenza del marchio Whirlpool sul mercato italiano, Whirlpool Emea presenta un bando di concorso per la realizzazione di un brand celebrativo.

### **ART. 1 OBIETTIVI DEL CONCORSO**

Whirlpool Emea bandisce il brand image contest con l'obiettivo di realizzare il marchio celebrativo dei 25 anni di Whirlpool in Italia. L'iniziativa è promossa con la Scuola di Design del Politecnico di Milano.

### **ART. 2 REQUISITI PER LA PARTECIPAZIONE**

Il concorso è aperto a tutti gli studenti della Scuola di Design del Politecnico di Milano iscritti sia ai corsi di laurea sia ai corsi postlaurea per l'anno in corso. Ogni partecipante dovrà consegnare via mail:

- una proposta inedita di marchio celebrativo dei 25 anni di Whirlpool in Italia, su fondo bianco e in negativo, che riprenda i colori del logo Whirlpool (formato vettoriale);
- un testo con le motivazioni della scelta e la descrizione del progetto (massimo 800 battute).

### **ART. 3 MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE E DATA DI SCADENZA**

La partecipazione al concorso è gratuita. Per l'iscrizione sarà sufficiente inviare la proposta entro le **ore 24 dell'8 giugno 2014** via mail: [whirlpool25@whirlpool.com](mailto:whirlpool25@whirlpool.com). Non verranno presi in considerazione elaborati che saranno inviati oltre il termine massimo sopra indicato.

### **ART. 4 RISERVATEZZA E DIRITTI DI UTILIZZAZIONE**

Il candidato si impegna, iscrivendosi al concorso, a cedere irrevocabilmente tutti i diritti esclusivi di utilizzazione economica a Whirlpool Europe S.r.l. In particolare: l'autorizzazione esclusiva e illimitata a sfruttare



commercialmente questi diritti, nonché a esercitare ogni autorità derivante dai medesimi in tutto il mondo; riconoscere che la nostra remunerazione sarà limitata al premio indicato nel presente bando, e che non avanzeremo richiesta alcuna per l'ottenimento di un qualsiasi utile derivante dallo sfruttamento commerciale della proposta; a dare a Whirlpool S.r.l. il consenso per lo sfruttamento, riproduzione e utilizzo della proposta in qualsiasi forma, compresi, senza valore limitativo, la riproduzione mediante mezzi elettronici, il suo utilizzo quale logo negli stampati pubblicati nonché la sua esposizione in luoghi pubblici.

## **ART. 5 COMMISSIONE GIUDICATRICE E CRITERI DI VALUTAZIONE**

La giuria sarà presieduta da ESTHER BERROZPE, Presidente Whirlpool EMEA e composta da:

- Davide Castiglioni, AD Whirlpool Europe
- Pam Klyn, Vice Presidente products and brands EMEA
- Giuseppe Geneletti, Direttore Comunicazione Whirlpool EMEA
- Prof. Arch. Arturo Dell'Acqua Bellavitis, Presidente della Fondazione Triennale di Milano e preside e professore ordinario di Disegno Industriale presso la Facoltà di Design del Politecnico di Milano.

Essa si riunirà entro il mese di giugno e valuterà i progetti in concorso secondo i seguenti criteri:

- Originalità e creatività della proposta
- Rispetto dei valori espressi da Whirlpool
- Chiarezza della presentazione degli elaborati.

## **ART. 6 PREMI**

Al vincitore del contest sarà data la possibilità di effettuare uno stage della durata di 6 mesi nell'area design del Centro R&D dello stabilimento di Cassinetta di Biandronno (VA). Al secondo e al terzo classificato saranno offerti elettrodomestici Whirlpool.

## **ART. 7 CERIMONIA DI PREMIAZIONE**

La cerimonia di premiazione si svolgerà presso l'Headquarter EMEA di Whirlpool a Comerio (VA). I designer premiati saranno invitati a ritirare il premio a spese dell'azienda.



## IL BRIEF

*Whirlpool: in Ogni casa, Ovunque nel mondo. Con Orgoglio, Passione ed elevate Prestazioni*

Creiamo gli elettrodomestici migliori del mondo, rendendo la vita delle persone più semplice e confortevole. Il nostro obiettivo è che ci sia un prodotto Whirlpool in ogni casa, ovunque. Le nostre innovazioni, difficili da copiare per i nostri concorrenti, garantiscono reale valore ai nostri consumatori. Inoltre, la nostra organizzazione globale fornisce le risorse e i processi necessari per creare innovazioni senza precedenti sia nella nostra azienda che nel nostro settore industriale. Offriamo prodotti locali e servizi supportati da risorse globali. Beneficiamo della velocità ed efficienza associata alla nostra struttura globale. Attraverso la forza e l'unicità della nostra impresa globale e dei nostri eccezionali collaboratori, che lavorano insieme in un'atmosfera di rispetto, integrità, diversità, inclusione e lavoro di squadra, ovunque.

Orgoglio ... Siamo fieri del nostro lavoro e gli uni degli altri Passione ... creando un'elevata fedeltà del cliente verso i nostri marchi Performance ... I risultati delle nostre prestazioni soddisfano e ricompensano gli investitori globali con utili straordinari.

### La nostra missione

La nostra missione è creare un'elevata fedeltà del cliente verso i nostri marchi. Ogni persona, nella propria funzione, svolge un ruolo nella fidelizzazione del cliente, attraverso l'eccellenza nel proprio lavoro, l'innovazione e una comprensione unica del cliente.



## LA STORIA DI WHIRLPOOL DAL 1911 AD OGGI

### 2009

Nel 2009 la Whirlpool Corporation ha annunciato il suo impegno nel produrre ogni apparecchio - dovunque nel mondo -compatibile con smart grid entro il 2015.

### 2007

Nel 2003, siamo stati i primi produttori mondiali ad annunciare un obiettivo globale di riduzione dei consumi, con una riduzione del 3% dal 1998 al 2008. Abbiamo rivisto l'obiettivo nel 2007, puntando ad una riduzione del 6.6% entro il 2012. In questo momento le nostre operazioni di smaltimento di rifiuti tossici negli Stati Uniti è di oltre il 90% in meno rispetto al 1987, allo stesso tempo la produzione è assoluta approssimativamente del 80%.

### 2006

Nel 2006 Whirlpool Corporation ha acquisito Maytag Corporation, diventando il leader a livello mondiale nella produzione e nella commercializzazione di grandi elettrodomestici, con un fatturato annuo di oltre 19 miliardi di dollari, più di 80.000 dipendenti ed oltre 60 centri di produzione e ricerca tecnologica in tutto il mondo.

### 2005

La Whirlpool Europa apre un nuovo stabilimento di apparecchiature per la cucina nel proprio sito di produzione a Wroclaw, Polonia, producendo forni e piani cottura da incasso, all'interno dell'intero portafoglio di marchi europei della società, per la distribuzione su tutti i mercati europei. Il sito di produzione ospita anche uno stabilimento per la produzione di lavatrici e uno di prodotti per la refrigerazione, un centro di eccellenza tecnologica e di prototipizzazione rapida e un impianto per il trattamento delle acque reflue contenenti agenti chimici.

### 2004

La Whirlpool Europa diventa il Primo Sponsor del tour europeo della Women's Tennis Association (WTA). La società annuncia inoltre l'ampliamento della propria collaborazione con Habitat for Humanity in Europa, creando una storica partnership a tre, attraverso la quale Amélie Mauresmo rappresenta la WTA quale ambasciatrice ufficiale di Habitat for Humanity in Europa.

### 2002

La Whirlpool completa l'acquisizione della Polar, S.A., produttore leader di elettrodomestici in Polonia e primo marchio polacco.

### 2001



Habitat for Humanity International, un'organizzazione no-profit globale impegnata nell'eliminazione degli alloggi poveri in tutto il mondo, riconosce l'impegno della Whirlpool Corporation quale maggiore azienda donatrice per il progetto 'More than houses: Rebuilding our Communities.' (Più che case: Ricostruire le nostre Comunità)

#### **2000 - 2002 - 2004**

La Whirlpool lancia una serie di progetti concettuali dal design altamente innovativo: 2000, la mostra 'Macrowave - new frontiers for the modern microwave' viene presentata alla Triennale di Milano e al Louvre, Parigi; 2002, Progetto F, un progetto di design concettuale che guarda al futuro del bucato; 2004, in.kitchen, un progetto dal design visionario sul futuro dello spazio-cucina e delle attrezzature per la cucina.

#### **1989**

La Whirlpool Corporation e la Philips creano una joint venture europea. La Whirlpool Corporation diventa unico proprietario nel 1991. Dal 1991 ad oggi la Whirlpool Europe ha consolidato 32 mercati separati in un'unica realtà industriale.

#### **1986**

La Whirlpool Corporation acquista la KitchenAid.

#### **1957**

La Whirlpool Corporation investe nella Brasmotor S.A., acquisendo un pacchetto azionario sul mercato brasiliano degli elettrodomestici.

#### **1950**

La Nineteen Hundred Corporation cambia il suo nome in Whirlpool Corporation.

#### **1943**

A Comerio, Italia, Guido Borghi e i suoi tre figli fondano la società e il marchio Ignis, che verranno poi acquisiti dalla Philips nel 1972 e in seguito dalla Whirlpool Corporation nel 1989.

#### **1919**

Gottlob Bauknecht avvia una piccola officina di elettricista a Taillfingen, Germania, per poi fondare il suo primo stabilimento nel 1933. La Philips acquisisce la Bauknecht nel 1982.

#### **1911**

A St. Joseph, Michigan, viene fondata la Upton Machine Corporation, per la produzione di lavatrici a motore elettrico. Successivamente, nel 1929, l'azienda si fonde con la Nineteen Hundred Washer Co.



## I NOSTRI VALORI

### **Rispetto.**

Gli ottimi risultati possono essere raggiunti attraverso relazioni costruite sulla fiducia e sulla valorizzazione delle diversità e delle potenzialità individuali. Il lavoro è solo uno degli elementi di una vita soddisfacente e premiante.

### **Integrità.**

La via maestra è l'unica via che seguiamo. Non esiste un modo giusto di fare la cosa sbagliata. Mantenere il più alto standard possibile di condotta personale, professionale e legale e trattare il prossimo con il massimo rispetto sono cose di fondamentale importanza.

### **Diversità.**

Cercare costantemente nuove idee e diversi punti di vista è l'anima dell'innovazione e la base del nostro successo in Europa. L'ambiente multiculturale crea eccellenza, passione e libera espressione in ogni individuo.

### **Lavoro di squadra.**

Lavorare insieme libera il potenziale di ogni individuo. Attraverso la collaborazione e il confronto di idee possono essere raggiunti ottimi risultati.

### **Spirito di leadership.**

La consapevolezza di essere leader genera orgoglio e motivazione nell'affrontare le nuove sfide del mercato. Il nostro obiettivo è quello di essere riconosciuti come una delle migliori aziende in cui lavorare.