



### Marché

Avec des ventes annuelles dépassant les 12 milliards de dollars, Whirlpool se positionne en tant que leader mondial dans le domaine de la fabrication et la commercialisation d'articles électroménagers. La compagnie emploie 68.000 personnes et dispose de près de 50 centres de fabrication et de recherches à travers le monde. Commercialisée dans plus de 170 pays à travers le monde, Whirlpool est également le principal fournisseur pour le compte de la plus grande chaîne de magasins aux USA, Sears Roebuck & Co en appareils commercialisés principalement sous la marque Kenmore.

Whirlpool Maroc prévoit pour cet exercice un chiffre d'affaires HT de 300 millions de dirhams contre 250 millions en 2003 et prévoit détenir une part de marché de près de 27% sur les gros appareils ménagers.

### Faits marquants

Whirlpool a renforcé sa position dans le marché mondial au cours de l'année 2004 à travers l'acquisition de deux entreprises stratégiques dans des marchés clé. En effet, Vitromatic, une joint-venture entre Whirlpool et Vitro SA depuis 1987, a été totalement acquise par Whirlpool et porte aujourd'hui le nom de Whirlpool Mexico. Celle-ci est le premier producteur au Mexique d'appareils électroménagers. Elle permet un accès direct au marché mexicain, qui évolue à grande vitesse. L'acquisition a élargi la base nord-américaine de la compagnie et offre de nouvelles opportunités d'export aux Caraïbes, en Amérique centrale et dans le nord de l'Amérique latine, ainsi qu'aux Etats-Unis.

En Europe centrale, Whirlpool a acquis Polar SA, le premier fabricant d'appareils électroménagers en Pologne. Cette acquisition renforce la présence de la marque Whirlpool dans cette région et lui offre une source de production à moindre coût à partir de laquelle

elle peut couvrir l'ensemble de cette zone.

Whirlpool a gagné le Super Efficient Refrigerator Program (SERP) sponsorisé par 24 compagnies américaines opérant dans le secteur. Le réfrigérateur Whirlpool SERP offre les meilleurs niveaux d'efficacité qui existent dans le marché. Plus tard, les modèles SERP dépasseront de 40% les standards du Département américain de l'Energie. Autres grandes consécration, Whirlpool Corporation a gagné le prix «Star of Energy Efficiency» qui lui a été décerné par The Alliance to Save Energy. Whirlpool a été nommée par le Département américain de l'Energie «Appliance Partner of the Year», et a remporté les prix «Climate Protection» et «Stratospheric Ozone Protection», qui lui ont été décernés par l'Agence de Protection de l'Environnement (Environmental Protection Agency (EPA)).

### Histoire

En 1911, les frères Upton ont créé la Upton Machine Company avec pour objectif la production de lave-linges à moteur électrique. Les commandes ont été presque immédiates. La première fut déjà impressionnante avec 100 appareils commandés par Federal Electric. La compagnie a donné un parfait exemple de l'éthique commerciale en remplaçant, à ses frais, les machines

tombées en panne. Impressionnée par ce geste, Federal Electric a doublé sa commande à 200 appareils. Des années plus tard, les produits de la compagnie suscitaient l'intérêt du géant Sears Roebuck & Co. Celui-ci vendait les produits de Upton à une cadence plus rapide que la production elle-même. Ce fut le début de l'une des relations de partenariat commercial historique qui apporte ses fruits aujourd'hui. Whirlpool est, en effet, le principal fournisseur de Sears-Roebuck & Co.

Durant la période de guerre, la compagnie s'est convertie en usine de production d'équipements de guerre, à l'instar de plusieurs grandes entreprises. Ensuite, elle a renoué avec le développement de la technologie domestique en lançant le premier lave-linge à chargement frontal. En 1948, le premier lave-linge automatique fut lancé. Dans les années 1950, la compagnie adopte le nom Whirlpool. La nouvelle dénomination fut accompagnée d'une grande révolution en termes d'innovation et d'offensive commerciale. La marque a pu ainsi changer le sort des ménages dans le monde entier, avec le lancement de toute une gamme de sèche-linges automatiques, réfrigérateurs, cuisinières et climatiseurs.

L'expansion en dehors des Etats-Unis n'a pas tardé à venir. La compagnie développait discrètement une stratégie marketing pour le reste du monde, un marché qui monnaiera plus tard sa réussite à l'échelle mondiale. Dans les années 1990, Whirlpool se distinguait par l'innovation, le design, l'économie d'énergie, les



alliances stratégiques tout en maintenant un rythme de développement rigoureux au niveau international.

Dans sa politique locale, Whirlpool Corporation a développé son «Operational Excellence», une version de son propre programme Six Sigma, destiné à améliorer la qualité, tout en diminuant les coûts et en réduisant les cycles de production. Le programme a permis à Whirlpool Corporation de booster son expérience de production en économisant 175 millions de dollars des coûts de production dans les trois premières années de son lancement.

### Produit

Comprendre les besoins uniques des clients et transformer ses besoins en produits et services qui fondent une fidélité à long terme, tel est l'approche de chaque marque de Whirlpool Corporation dans toutes les régions du monde.

Whirlpool propose ainsi une large gamme de produits forts, touchant tous les segments, des petits appareils cuisiniers aux grandes installations en passant par les accessoires. Parmi les principaux produits, il y a les sèche-linges automatiques, les lave-linges automatiques, les lave-vaisselles, les congélateurs, les chauffe-eau, les fours, les micro-ondes, les mixeurs, etc.

Dernière réalisation, le modèle «side by side» 6ème Sens et Indoor Ice est le must de la gamme de réfrigération de Whirlpool. Ce réfrigérateur «intelligent» à double porte est la vitrine technologique du groupe pour des raisons de rentabilité et d'image dont aucun équipementier du secteur ne peut se passer.

Dans la conception de ses produits, Whirlpool accorde une grande importance à l'économie

d'énergie et y réalise de grandes performances, notamment, le lave-linge et le sèche-linge Duet, ainsi que le réfrigérateur Conquest.

### Développements récents

Se fondant sur la réussite continue du processus d'innovation de la marque au niveau mondial, Whirlpool a introduit des produits novateurs pour ses clients dans le monde. Au cours des trois dernières années, Whirlpool a intensifié son savoir-faire et ses compétences pour découvrir, développer et apporter au marché de véritables innovations (dreamspace, indoor ice, max microwave etc...). Les innovations apportent aux marques de la compagnie, partout dans le monde, un avantage compétitif substantiel dans le marché et créent de la valeur pour les clients, partenaires commerciaux et actionnaires.

### Communication

Pour faire connaître ses produits, Whirlpool Maroc a mis en place une stratégie grand média pour la diffusion nationale et hors-média à travers une relation de partenariat très forte avec les revendeurs de la marque. Pour les marques internationales, Whirlpool développe une stratégie de co-branding avec des marques internationales de détergents ou de boissons gazeuses, entre autres.

La qualité de cette marque au label international constitue l'axe de communication et de promotion établi par Whirlpool Maroc.

Toute la stratégie de communication repose et se nourrit d'un élément vital pour la marque, l'innovation. En effet, le message utilisé cette année est le 6ème Sens de Whirlpool, un système nouveau qui permet de faire fonctionner la machine en mode



automatique et continuellement dès la mise en marche de la machine.

Par ailleurs, Whirlpool n'hésite pas à apporter son soutien aux jeunes talents. Cette année, la marque a sponsorisé l'émission télévisée, «15 ans, 15 talents» sur 2M.

### Les valeurs de la marque

Sa position de leader sur le marché mondial, Whirlpool la doit à ses valeurs qu'elle respecte depuis sa création. Il n'y aurait pas eu d'innovation sans respect de la créativité, des perspectives des opinions des employés. Ceux-ci doublent d'énergie et de motivation en voyant leurs idées bien reçues et valorisées. L'intégrité fait de Whirlpool un partenaire crédible, la diversité élargie sa cible et ses perspectives et, enfin, l'esprit d'équipe unifie toutes ses forces pour atteindre les objectifs qui servent sa vision: «Partout dans le Monde, dans toutes les maisons, avec passion, fierté et performance».

[www.whirlpool.com](http://www.whirlpool.com)

### Les petites choses que vous ignorez sur whirlpool

Les employés de Whirlpool ont suggéré 68.000 idées d'innovation lorsqu'un programme d'écoute des employés fut lancé en 1999.

Ces 50 dernières années, la Fondation Whirlpool a contribué à hauteur de 110 millions de dollars de fonds à but caritatif.

Depuis 1920, le partenariat qui lie Whirlpool et Sears, une des plus importantes chaînes de magasins aux USA, a été signé par un simple salut de main entre les présidents respectifs.

En 1911, Whirlpool offrait à ses employés des congés payés.

Whirlpool a développé le système de gestion des ordures du programme spatial Gemini, Apollo et Skylab dans les années 1960.

La société Whirlpool dispose de plusieurs dizaines de marques qu'elle commercialise dans différents pays en parallèle avec la marque Whirlpool.