

Continental e i giovani: un rapporto che cresce di anno in anno. Nel 2011 il costruttore di pneumatici e partner internazionale dell'automotive ha aperto le porte a 5.500 nuove assunzioni di neolaureati in tutto il mondo, in particolare ingegneri ed economisti, ma anche chimici, giuristi ed umanisti, e lo scorso anno non è stato da meno. Anche nel nostro paese la politica di apertura ai giovani ha portato ad una crescita dell'organico del 5%.

Ora un altro importante argomento avvicina Continental Italia al mondo universitario: l'accordo di sponsorizzazione di POLI.Design, la struttura del Politecnico di Milano che si occupa di organizzare i corsi di specializzazione postuniversitaria orientati all'innovazione e al design, e dell'ideazione e progettazione di concorsi di idee per aziende.

Continental, sponsor accademico dell'innovazione con l'esclusiva merceologica per il settore pneumatici, supporta il corso "Temporary Space & Exhibition Design", dedicato all'ideazione, progettazione, arredamento di punti vendita e spazi espositivi secondo i più attuali linguaggi estetici e del design. I punti vendita assurgono oggi più che mai al ruolo di luoghi privilegiati dove è possibile comunicare al pubblico in modo innovativo ed efficace prodotti, brand e valori aziendali. Continental Italia, forte di un esteso multibrand che distribuisce su tutto il territorio nazionale i marchi Continental, Uniroyal, Semperit, Barum, General Tyre, Viking, Sportiva, e che cura una articolata rete di franchising pneumatici costituita da punti vendita con insegna "TAC" e "PneusExpert", avverte più degli altri la necessità di una immediata e corretta comunicazione nei propri punti di vendita attraverso strutture modulari atte a creare branding, comfort ed interazione. Compito dei giovani architetti è quello di creare un project work creativo e progettuale entro l'8 Febbraio 2013, in cui si mettano in evidenza i seguenti temi:

- l'arredo identifica che nel punto vendita è possibile richiedere informazioni ed acquistare prodotti Continental
- l'arredo "accompagna" la customer experience all'interno del punto vendita nei tempi tipici dell'attesa (pre-accettazione ed erogazione del servizio)
- l'arredo agevola il livello di interazione tra cliente e rivenditore.

Questi elementi devono rispettare una logica di installazione, e quindi di investimento, modulare e concorrono singolarmente o nel loro insieme alla capacità del punto vendita di erogare il servizio al cliente finale.

Tutti i lavori presentati saranno poi esposti alla Triennale di Milano in occasione del Salone del Mobile 2013, con un evento dedicato organizzato da POLI.Design per divulgare le

proprie attività ed esperienze agli organi di comunicazione ed ai progettisti interessati alla materia.

Continental, in qualità di sponsor accademico, curerà anche il finanziamento di borse di studio destinate ai giovani professionisti più meritevoli.

© riproduzione riservata
pubblicato il 24 / 01 / 2013