



Il Premio Marketing SIM 2010 sceglie il FAI – Fondo Ambiente Italiano come “caso” della XXII edizione

AMBIENTE E BENI CULTURALI NUOVO “CASO-STUDIO” PER GLI STUDENTI DI MARKETING

***Presentazione dell'edizione 2010
mercoledì 17 febbraio ore 15.30 all'Università degli Studi Roma Tre***

Anche quest'anno l' “ambiente” sarà il tema centrale della XXII edizione del **Premio Marketing SIM**: dopo il WWF – protagonista lo scorso anno con un caso-studio sulle sue Oasi in Italia – **nel 2010 la Società Italiana Marketing, promotrice del Premio, ha scelto il FAI – Fondo Ambiente Italiano**, Fondazione nazionale senza scopo di lucro che dal 1975 ha salvato, restaurato e aperto al pubblico importanti testimonianze del patrimonio artistico e naturalistico italiano. **Ambiente, quindi, ma anche beni culturali**, poiché la *mission* del FAI è quella di favorire una cultura di rispetto della natura, dell'arte, della storia e delle tradizioni d'Italia e tutelare un patrimonio che è parte fondamentale delle nostre radici e della nostra identità.

I partecipanti a questa **importante iniziativa dedicata agli studenti universitari** - che da oltre vent'anni permette a giovani talenti di mettersi alla prova cercando nuove soluzioni per promuovere note realtà aziendali - **dovranno elaborare entro il 31 maggio 2010 un piano di marketing** che consenta **al FAI di allargare il pubblico dei suoi sostenitori, coinvolgendo con maggiore efficacia la fascia della popolazione italiana compresa tra i 18 e i 25 anni.** I partecipanti sono quindi chiamati a predisporre un progetto che definisca in modo più puntuale il segmento obiettivo, ne analizzi caratteristiche e bisogni e preveda una *value proposition* - in termini di attività svolte, servizi offerti, canali di comunicazione e distribuzione, ecc. - che sia più in linea con tale *target*.

Mercoledì 17 febbraio alle 15.30 prende il via dalle aule dell'Università degli Studi Roma Tre - nell'ambito del corso di marketing tenuto dai professori **Giovanni Mattia e Carlo Alberto Pratesi** - **un intenso programma di oltre 50 appuntamenti, durante i quali fino ad aprile verrà presentato il caso-studio del FAI a circa 7.000 studenti** delle Facoltà di Economia, Scienze della Comunicazione, Lettere e Filosofia, Scienze Politiche **di tutta Italia**, per stimolare la partecipazione al concorso. **I vincitori** della competizione, scelti tra tutti i lavori pervenuti da una giuria composta da professori di marketing e rappresentanti del Fondo Ambiente Italiano, **avranno accesso gratuito ad alcuni tra i principali Master in Marketing italiani, mentre per i secondi e terzi classificati è previsto uno stage presso il FAI.**

“**I giovani stanno particolarmente a cuore al FAI perché sono il domani**: abbiamo indirizzato a loro molti progetti promossi dal settore Scuola Educazione della Fondazione ma il nostro obiettivo è sicuramente quello di raggiungere sempre più il loro mondo – dice **Angelo Maramai, direttore generale FAI** – proponendo nuovi eventi pensati per loro perché possano condividere attraverso la partecipazione e l'adesione al FAI la nostra *mission*. Siamo quindi molto grati al Premio Marketing SIM – iniziativa di alto livello che negli anni ha coinvolto il mondo universitario in progetti efficaci e innovativi - per avere scelto il Fondo Ambiente Italiano come caso-studio per il 2010 con un *focus* proprio sul *target* dei giovani, che sicuramente ci potrà dare nuovi suggerimenti che vadano nella direzione del rinnovamento della Fondazione.”

Nato nel 1988, quando gli studi economici erano ancora squisitamente teorici, il Premio Marketing ha portato ogni anno all'attenzione degli studenti di tutta Italia un caso aziendale concreto – dai prodotti alimentari (Milka, Hag, Simmenthal...) ai più importanti *brand* del “made in Italy” (Vespa, Maserati, Tim...) fino alla Rai e al mondo del non profit (WWF e, quest'anno, FAI – Fondo Ambiente Italiano) – innovando la metodologia didattica, stimolando creatività e capacità di lavorare in gruppo e favorendo il contatto diretto dei ragazzi con importanti realtà aziendali. Grazie a una rete di oltre 40 università su tutto il territorio nazionale, dalla prima edizione **il Premio ha coinvolto complessivamente quasi 100.000 studenti, dei quali oltre 10.000 hanno partecipato in prima persona alla competizione.** Per molti, come per Carlo Nardello (amministratore delegato Rai Trade) o Maximo Ibarra (Direttore Marketing Wind) la partecipazione al Premio, è stato l'inizio di una brillante carriera manageriale.

L'edizione 2010 del Premio Marketing SIM è stata organizzata con il supporto della Fondazione Cariplo.

Ufficio Stampa FAI

Simonetta Biagioni - stampa - tel. 02.467615219; s.biagioni@fondoambiente.it

Novella Mirri – radio e televisione – tel. 06.32652596; ufficiostampa@novellamirri.it