



A 11 NEO-LAUREATI LE BORSE DI STUDIO UNRAE

MOLTO ATTUALI I TEMI DELLE TESI DI LAUREA DELLA 21ª EDIZIONE DEL PREMIO

Dalla percezione del consumatore verso l'auto autonoma, fino al ruolo della comunicazione "dirompente" nel successo di brand automobilistici, passando attraverso le sfide ecologiche per l'industria automotive. Le tesi di laurea che si sono aggiudicate le borse di studio dell'edizione 2021 del concorso UNRAE per giovani laureati, giocano tutte sull'attualità del momento e offrono anche spunti di riflessione per superare gli ostacoli nella transizione energetica.

Nella 21.ma edizione del premio, UNRAE ha deciso di assegnare 11 borse di studio, una in più rispetto a quanto previsto dal bando, proprio per sottolineare l'interessante scelta degli argomenti e la qualità delle tesi elaborate. Gli studenti provengono da dieci atenei (Università Cattolica, IULM, LUISS Guido Carli, Milano Bicocca, Torino, Verona, Chieti-Pescara, Ca' Foscari Venezia, Roma Tre, Roma La Sapienza). Tra le facoltà di provenienza prevalgono quelle di Economia e Marketing, ma sono rappresentate anche Lettere e Lingue, Scienze della Comunicazione e Scienze Politiche. Dall'istituzione del premio nel 2000 sino ad oggi, l'UNRAE ha assegnato 186 borse di studio.

"Il premio ai giovani laureati – ha dichiarato il Presidente di UNRAE Michele Crisci - è una tradizione iniziata 21 anni fa, di cui noi e le nostre Associate andiamo fieri. La passione di tanti studenti e l'attenzione del mondo accademico verso il nostro settore dimostrano la vitalità, culturale oltre che economica, di un'industria che qualche volta, come nell'attuale momento di crisi, sembra invece sottovalutata dalle Istituzioni e lasciata sola nello sforzo enorme di governare la difficile transizione energetica".

Oltre a quelli indicati, i lavori premiati quest'anno riguardano le strategie di marketing innovativo come la 'digital servitization', le indagini statistiche sulla mobilità sostenibile, l'analisi di modelli dal successo senza tempo, il rapporto tra auto elettrica e generazione Z, le strategie di content e digital marketing, gli effetti del Covid-19 sull'evoluzione dell'automotive, l'analisi linguistica e socioculturale dei messaggi pubblicitari delle auto sportive, le partnership olimpiche fra brand sportivi e Case automobilistiche.

Il regolamento del premio prevede l'assegnazione di una borsa di studio di 1.200 Euro a ciascuno degli studenti scelti dalla giuria. Gli 11 premiati verranno inoltre segnalati alle 41 Associate UNRAE, che in Italia occupano migliaia di persone in modo diretto, per valutare eventuali opportunità di stage lavorativo, con la possibilità di avviare un percorso di specializzazione per futuri manager del settore. Grazie ad una collaborazione ormai consolidata, i vincitori avranno anche la possibilità di partecipare gratuitamente al Master in Marketing Automotive promosso dall'Editoriale Domus e dalla testata specializzata Quattroruote.

. / .

I laureati vincitori sono:

Giovanni Amarù (108/110), Università Cattolica del Sacro Cuore

Elena Ballone (106/110), Università Cattolica del Sacro Cuore

Alessia Di Bari (110/110 e lode), Università di Verona

Marsia Giulia Godino (106/110), Università LUISS Guido Carli

Adrian Gabriel Istoc (106/110), Università degli Studi di Torino

Matteo Maino (107/110), Università degli Studi di Milano Bicocca

Enrico Marcon (110/110 e lode), Università IULM

Matteo Oniga (109/110), Università Ca' Foscari Venezia

Chiara Palummo (110/110 e lode), Università degli Studi Roma Tre

Micaela Potenza (110/110 e lode), Università degli Studi G. d'Annunzio Chieti-Pescara

Marco Reali (110/110), Università degli Studi di Roma La Sapienza

Roma, 29 novembre 2021