

Marketing e auto, premiati due laureati Liuc

Pubblicato: Martedì 20 Dicembre 2011

Due laureati LIUC in Economia Aziendale sono stati premiati da UNRAE (Unione Nazionale Rappresentanti Veicoli Esteri) nell'ambito dell'undicesima edizione del premio dedicato alle migliori tesi sul marketing auto.

Paolo Gnerro e Francesca Marinello, laureati rispettivamente a febbraio 2011 e a dicembre 2010, sono stati scelti insieme ad altri 6 neolaureati dell'Università degli Studi di Padova, del Politecnico di Milano, dell'Università Luiss Guido Carli di Roma, dell'Università degli Studi di Parma e dell'Università degli Studi La Sapienza di Roma. I premiati di quest'anno si vanno ad aggiungere agli 84 che hanno già ricevuto il riconoscimento da quando, nel 2000, fu introdotta questa iniziativa, tesa a dare un concreto sostegno ai giovani interessati ad avvicinarsi, con la loro tesi, al mondo dell'automobile. I premi sono stati assegnati nell'annuale conferenza stampa di UNRAE a Milano lo scorso 15 dicembre.



«La mia tesi – spiega **Paolo Gnerro** – era incentrata sull'analisi del caso Volkswagen, con un approfondimento sull'intero gruppo; partendo da una analisi complessiva del settore auto, il mio lavoro fornisce una valutazione da un punto di vista strategico su tutti i brand che il gruppo comprende. L'idea di realizzare una tesi su questo argomento è nata a partire dalla mia personale passione per le automobili». Un premio, quello assegnato ai vincitori, del valore di 1.200 Euro, al quale si aggiunge la possibilità di effettuare uno stage presso una delle case estere associate all'UNRAE. Di questa possibilità non ha usufruito nessuno dei due laureati LIUC, in quanto erano entrambi già inseriti nel mondo del lavoro, con un contratto di assunzione presso due aziende del settore. «Al momento – spiega Gnerro – lavoro in Hyundai Motor Company Italy come Market Analyst/Product Specialist».

Per **Francesca Marinello**, invece, l'accesso al premio UNRAE è avvenuto in virtù di una tesi in



marketing sulla misurazione della propensione all'acquisto dell'auto elettrica. «Una tesi in cui, dopo una prima parte relativa alla storia delle case automobilistiche che hanno ridotto le emissioni, segue un complesso lavoro di raccolta dati reso possibile attraverso la somministrazione di un questionario predisposto ad hoc a 200 persone, dai quali si evince che vi è molto interesse verso questo prodotto ma che il prezzo rimane uno scoglio. Mi sono

fatta l'idea che le case automobilistiche dovrebbero investire maggiormente nel far conoscere gli aspetti positivi dell'auto elettrica, affinché non ci si fermi appunto al problema del prezzo o a quello della limitata autonomia». Anche Francesca non ha avuto “bisogno” dello stage perché già collocata in Renault Trucks Italia, dove si occupa di statistiche e ricerche di mercato.

[Redazione VareseNews](#)

redazione@varesenews.it