

XXIII Edizione 2011

Premio Marketing

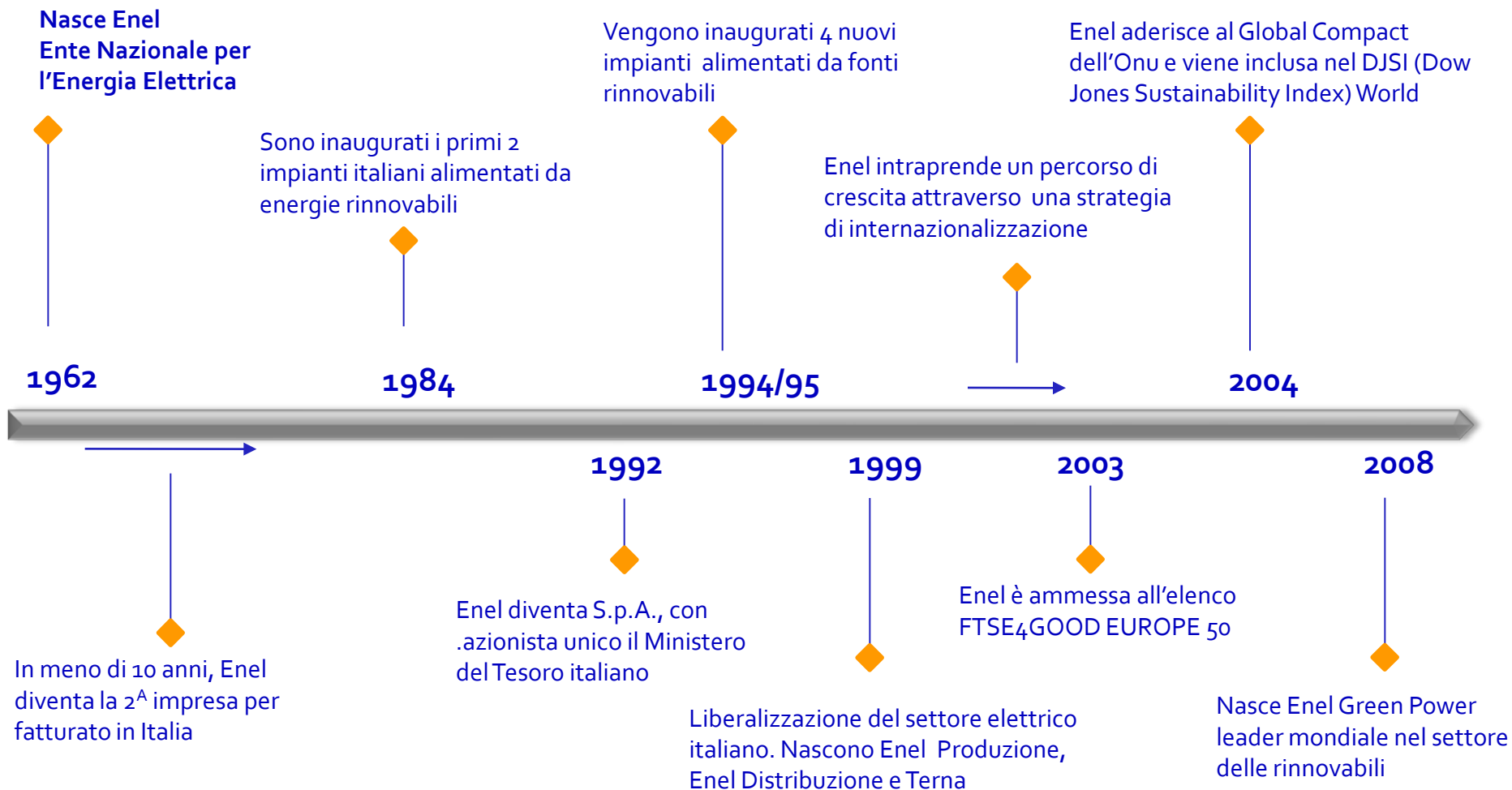


L'ENERGIA CHE TI ASCOLTA.

SIMktg

Società Italiana
Marketing

Enel - La storia



Enel - Oggi



- Enel è la più grande azienda elettrica d'Italia e la seconda utility quotata d'Europa per capacità installata.
- Opera in **40 paesi** del mondo, con una capacità installata netta di circa **95.000 MW** e vende elettricità e gas a più di **61 milioni di clienti**.
- Lavorano in Enel circa **80.000 persone**.
- Alcuni numeri del 2009:
 - **Ricavi**: superiori a 64 miliardi di euro (+4,7% sul 2008)
 - **MOL**: superiore a 16 miliardi di euro (+12,1% sul 2008)
 - **Utile netto del Gruppo**: 5,4 miliardi di euro (+1,9% sul 2008)



Enel e le energie rinnovabili

- La società è impegnata nella crescita nelle energie rinnovabili e nella ricerca e lo sviluppo di nuove tecnologie amiche dell'ambiente.



- **Enel Green Power** è la compagnia del Gruppo Enel dedicata allo **sviluppo e alla gestione della produzione elettrica da fonti rinnovabili**.
- Gestisce circa **5.900 MW di potenza installata** da impianti idrici, eolici, geotermici, fotovoltaici, a biomasse e cogenerazione in Europa e nelle Americhe.

Il caso Enel Auto Elettrica

Enel e la mobilità elettrica

Enel ha individuato nella **mobilità elettrica** un campo interessante di sviluppo, considerato che il settore dei trasporti è responsabile di circa 1/3 delle emissioni di gas serra prodotti dall'uomo e che **l'elettricità** svolge un ruolo significativo nella **riduzione delle emissioni** climalteranti e inquinanti.



Enel e la mobilità elettrica



Ha quindi ideato un **sistema di infrastrutture di ricarica "intelligenti"** (home station e public station), basate sulla tecnologia del contatore elettronico, che possano rendere la ricarica del veicolo facile, conveniente ed efficiente.

Il progetto Enel Drive

Una prima implementazione importante per sperimentare sul campo le funzionalità innovative del progetto Auto Elettrica è stata avviata nel **2009** con l'accordo siglato tra **Enel** e **Daimler** (**progetto E-mobility Italy**) che coinvolgerà le tre città italiane di **Roma, Milano e Pisa**, tre città che rappresentano al meglio i diversi stili di vita e modelli abitativi tipici del nostro Paese.



Il ruolo di Enel comprende la fase di ideazione, sviluppo, installazione e funzionamento di una **rete di infrastrutture pubbliche e private** costituita da oltre **400 punti di ricarica** e del relativo **sistema di controllo centrale**, mentre Daimler fornisce oltre **100 Smart elettriche** a clienti privati e si farà carico della loro manutenzione.

La Smart Electric Drive

Le **Smart Electric Drive** sono bianche e verdi, con gli interni nel livello di equipaggiamento **Passion**.

Le caratteristiche tecniche indicano:

- potenza massima del motore elettrico pari a **30 kW** (41 cv)
- batterie con capacità di **16,5 kW/h** alloggiate tra i due assi
- velocità massima autolimitata pari a **100 km/h**
- tempo per accelerare da 0 a 60 km/h pari a **6"5**



La ricarica può essere effettuata da apposite infrastrutture alimentate da energia elettrica completamente rinnovabile e dunque a **impatto ambientale zero**.

Il livello di ricarica e altre informazioni possono essere controllate **via Internet con un computer o tramite iPhone**.

Una ricarica completa effettuata in **6/8 ore** garantisce un'autonomia di **135 km**.

L'offerta promozionale di Enel

L'offerta promozionale Enel relativa a questo progetto pilota è attualmente una **"bolletta flat" di 25 euro al mese**, comprensiva della fornitura di energia elettrica, dell'installazione di una infrastruttura di ricarica (home station) presso l'abitazione del cliente e della possibilità di ricaricare nelle infrastrutture di ricarica Enel collocate in sede pubblica.

In termini economici, l'offerta corrisponde al **50% della spesa per carburante** di una Smart che percorre diecimila km/anno.

Oltre a questo progetto Enel, nel corso del 2010, ha stretto **accordi** con le istituzioni e le **più importanti case automobilistiche** al fine di favorire uno **sviluppo tecnologico congiunto** e l'imminente introduzione nel mercato italiano di numerosi veicoli elettrici.

Cosa si chiede agli studenti

- Indagare, attraverso interviste (vedi questionario proposto), le **esigenze ed aspettative del cliente** nei riguardi di un'auto elettrica.
- Valutare quali **tariffe, tipo e costi**, meglio potrebbero adattarsi a questo pubblico (ipotizzando eventualmente alternative diverse per diversi segmenti di domanda);
- Definire, in base ai risultati ottenuti, **un piano di marketing** che consenta di raggiungere **un numero di contratti di energia** (per semplicità si intende associato ad ogni contratto auto un contratto di fornitura elettrica) **pari al 10% della potenzialità annua del mercato auto della propria regione**.
- Per la realizzazione del piano di marketing, è disponibile un **budget nazionale di 5 milioni di euro** da ripartire in base al peso percentuale di ogni regione (in proporzione alla popolazione della regione).

Informazioni disponibili

Il mercato dell'auto elettrica è in rapida evoluzione e quindi ogni informazione rischia di invecchiare rapidamente.

Per partecipare al Premio è necessario quindi fare un'analisi sul web per conoscere ricerche o iniziative messe in atto dalle aziende, o sul campo (possibilmente con un questionario, disponibile online) per valutare gli atteggiamenti degli individui nei confronti dell'auto elettrica.

Disponibili sul sito www.premiomarketing.com

- Brochure Enel Drive
- Presentazione su scenari diffusione mobilità elettrica al 2020
- Esempio di studio demografico per la mobilità elettrica: il caso Roma e provincia
- Questionario da utilizzare per la rilevazione sul campo
- Foglio Excel per data entry

Il Premio Marketing Regolamento

Il regolamento: chi può partecipare

- Possono partecipare **tutti gli studenti** (italiani e stranieri) iscritti ad un corso di laurea triennale, specialistico e magistrale, delle Università italiane
- Si può partecipare **in squadra o singolarmente** (minimo 1 studente, massimo 3 studenti)
- Deve sempre essere identificato e comunicato alla SIMktg un **“capo squadra”**
- Si possono avere **massimo 29 anni**
- Gli iscritti a Master o Scuole di Specializzazione **non possono** partecipare

Il regolamento: l'elaborato

- L'elaborato deve essere inviato esclusivamente in **formato cartaceo** completo dei moduli di partecipazione
- Deve avere una lunghezza massima di **20 pagine** (formato A4, massimo 35 righe per pagina)
- È necessario che sia **assolutamente anonimo** (non deve riportare né i nomi dei membri della squadra, né la Facoltà e/o l'Università di appartenenza)
- Deve essere inviato **entro l'11 giugno 2011** alla Segreteria della SIMktg - Società Italiana di Marketing

SIMktg – Segreteria Società Italiana Marketing
Facoltà di Economia
Via J.F. Kennedy 6, 43100 – Parma

Il regolamento: valutazione dell'elaborato

1. Tutti gli elaborati conformi al Regolamento vengono consegnati in forma anonima alla Giuria
2. Gli elaborati vengono esaminati utilizzando una griglia di valutazione (analisi dati, strategia, mktg mix, budget, ecc.)
3. Vengono selezionati i primi 20 elaborati e consegnati anche ad un team Enel che parteciperà alla valutazione
4. Vengono individuati i migliori 8 e consegnati al Comitato Scientifico
5. Vengono selezionati i finalisti che presenteranno personalmente il piano elaborato

I premi

PRIMA SQUADRA CLASSIFICATA

Ognuno dei componenti della prima squadra classificata avrà l'opportunità di **seguire gratuitamente un Master di Marketing e/o Comunicazione** tra quelli accreditati dalla Società Italiana Marketing ed inoltre riceverà **una bicicletta elettrica**.



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA



**Master Universitario in Marketing Management
Università Roma La Sapienza**



**Master in Marketing Management
Università Parma**



UPA
UTENTI
PUBBLICITÀ
ASSOCIATI

UNIVERSITÀ
CA' FOSCARI
VENEZIA

**Master in Comunicazione d'Azienda
Università Venezia Ca' Foscari-UPA**



MARKETING
MANAGEMENT
Master universitario di primo livello
Facoltà di Economia

**Master in Marketing Management
Università Cattolica di Milano**

I premi

SECONDA SQUADRA CLASSIFICATA

Ognuno dei componenti della squadra seconda classificata potrà effettuare uno **stage** presso un'azienda del gruppo ENEL e riceverà in premio una **bicicletta elettrica**.

TERZA SQUADRA CLASSIFICATA

Una **bicicletta elettrica** per ciascuno dei componenti del gruppo.

I premi: Marketing Talent

DALLA PRIMA ALLA DECIMA SQUADRA

Il curriculum di ognuno dei componenti delle squadre classificate dal primo al decimo posto viene segnalato alla Direzione del Personale ENEL e di altre aziende partner della Società Italiana di Marketing, quale Marketing Talent .

La Direzione di tali aziende potrà invitare, a propria discrezione, i Marketing Talent a sostenere un colloquio selettivo per opportunità di stage e/o di lavoro.

**TUTTI I PARTECIPANTI ALLA GARA RICEVONO
IL DIPLOMA DI PARTECIPAZIONE AL
XXIII PREMIO MARKETING SIMktg**