

Promopubblicità, sfida tra Cagliari e Sassari

Dal rapporto tra università, mercato e imprese alla campagna di comunicazione di una bevanda

Per un giorno si è passati dalla teoria alla pratica. È successo in un'aula di Economia quando il professor **Giuseppe Melis**, docente di Marketing, ha ceduto il microfono agli esperti del Gruppo *Ichnusa*: **Massimo Barboni** e **Gaia Riccardi**, Brand manager, **Annalisa Adamo** e **Ombretta Dettori**, del servizio Selezione, formazione e sviluppo. L'occasione dell'incontro è stata la presentazione del *Premio Ichnusa*, una competizione tra gruppi di studenti degli atenei di Cagliari e Sassari per ideare una nuova campagna di comunicazione della birra *Ichnusa* tra i giovani. In apertura, il preside **Aldo Pavan**, ha riaffermato quanto sia importante il rapporto tra università e imprese e l'obiettivo di far diventare la facoltà di Economia l'interlocutore naturale del territorio di riferimento. I rappresentanti della *Heineken* hanno ricordato che il gruppo ha acquisito nel 1986 il marchio *Ichnusa*, società fondata nel lontano 1912 dal pioniere Amsicora Capra. Durante il meeting sono state presentate e discusse le campagne di comunicazione di *Ichnusa*, tutte incentrate sul radicamento territoriale e l'orgoglio sardo. È stato affermato che il consumo della birra in Sardegna è in leggero calo e ormai si è attestato sulle medie nazionali. La quota di mercato di *Ichnusa* è del 49 per cento. Per favorire il compito dei giovani che parteciperanno alla competizione è stato applicato al

prodotto *Ichnusa* il metodo SWOT e sono stati esaminati i punti di forza-debolezza, le opportunità-minacce. In particolare è stato sottolineato che *Birra Ichnusa* intende rafforzare le sue posizioni di mercato tra i giovani e nel segmento del consumo fuori casa (pizzerie, ristoranti, hotel). Per queste ragioni è stata lanciata l'idea di far elaborare da un gruppo di giovani un piano di marketing e possibili spot: sono richieste buone idee, non sono necessarie particolari capacità tecniche. Al concorso possono partecipare gruppi di studenti di tutte le facoltà universitarie, sino a un massimo di cinque. Per aderire alla competizione uno studente del gruppo deve collegarsi su www.birraichnusa.it, sezione premio *Ichnusa*, registrarsi e scaricare il materiale. La scadenza per la sua consegna è fissata al 9 gennaio 2009. La prima settimana di febbraio 2009 verrà proclamato il gruppo vincitore. In palio, per i componenti del gruppo che si aggiudicherà il premio, una settimana di formazione nell'università della birra *Heineken*, un colloquio nel settore Risorse umane e, solo per un rappresentante del gruppo selezionato, la possibilità di uno stage retribuito di sei mesi nella sede centrale di *Heineken Italia*.

Luigi Sotgiu
direzione Orientamento



Stock option e dintorni

Uno studio di Andrea Melis, Silvia Carta e Silvia Gaia sulle società non finanziarie quotate in Italia

Notevole eco hanno avuto sulla stampa economica nazionale (*Il Sole 24 Ore* del 25/05/2008 e *Il Mondo* del 12/09/2008) i risultati di uno studio empirico sul tema della remunerazione degli amministratori delle società non finanziarie quotate in Italia. La ricerca è stata condotta da **Andrea Melis** (associato di Economia aziendale), **Silvia Carta** (dottoranda di ricerca) del dipartimento di Ricerche aziendali del nostro ateneo e **Silvia Gaia** (dottoranda di ricerca, all'univer-

agli organismi preposti alla redazione dei codici di autodisciplina delle imprese quotate in *Borsa*, sia al legislatore fiscale, il quale già nel 2006 ha provveduto a regolamentare in maniera differente la tassazione dei piani di *stock option* che non siano costruiti in maniera incentivante, confermando la necessità di un ripensamento della normativa. Ciò che i ricercatori mettono in evidenza è anche la mancanza di informazioni collegate ai piani, dati che dovrebbero essere pubblici e che, invece, spes-

Le recensioni

Stock option, chi le merita?

Secondo uno studio dell'Università di Cagliari i due programmi si tre sono sulla forma di rendita che non presta il valore

Stock option? Al 70% ai manager-soci

La ricerca sulle stock option dei ricercatori del dipartimento di Ricerche aziendali è stata commentata dal Sole24Ore e dal settimanale Il Mondo

sità Roma TRE). Il gruppo ha analizzato i piani di *stock option* per amministratori emessi da tutte le società italiane non finanziarie quotate negli anni 2004-2006, arrivando alla conclusione che circa il 70 per cento dei piani è costruito per consentire una rendita di posizione a favore degli azionisti di riferimento, piuttosto che incentivare questi ultimi a creare valore economico. Ciò significa, ed è questa la conclusione dello studio, che solo in un caso su quattro l'uso delle *stock option* è giustificabile dalla cosiddetta *teoria della contrattazione ottimale*, ossia in un'ottica di efficienza economica. Oltre che sul piano scientifico, i risultati del lavoro hanno riflessi di *policy* per gli organismi di regolamentazione. La ricerca fornisce indicazioni sia

so sono trattati come *confidenziali*. In questo caso, l'intervento spetta alla CONSOB. La proposta è che si continui sulla via della trasparenza evitando abusi a danno dei soggetti portatori di interessi delle società quotate in *Borsa*. L'interesse da parte della comunità scientifica e dell'opinione pubblica ha fornito, e continua a fornire oggi, un incentivo allo sviluppo della ricerca verso altre direzioni con l'intento di poter contribuire sia al dibattito scientifico che al miglioramento della regolamentazione esistente in materia, favorendo una migliore gestione delle imprese e, di conseguenza, lo sviluppo economico.

Valentina Sechi
dipartimento Ricerche aziendali

Il futuro? Col petrolio verde

Dai ricercatori israeliani il carburante ecologico

Mangiare o guidare? Questo il dilemma che ha diviso gli scienziati che di recente hanno discusso in Parlamento europeo di una nuova promessa nel campo delle energie ecosostenibili: il *biofuel*. Ricavato da mais, soia, canna da zucchero e altri prodotti commestibili, il *petrolio verde* potrebbe risolvere i problemi di approvvigionamento energetico, riducendo la dipendenza dal petrolio e contribuendo a mitigare gli effetti del riscaldamento del pianeta. Ma ogni medaglia ha il suo rovescio. Il 75 per cento dell'aumento dei prezzi degli alimenti nell'ultimo anno (secondo il rapporto della Banca Mondiale) è attribuibile proprio all'esplosione delle coltivazioni per produrre *biofuel*, a scapito delle derrate alimentari. Ma non è solo la drammatica competizione tra 800 milioni di automobilisti e due miliardi di poveri a preoccupare gli esperti. Uno dei temi più controversi è il fatto che la produzione di carburanti *biofuel* richiede il dispendio di molta energia, con ulteriori emissioni di gas a effetto serra. La soluzione potrebbe arrivare da Israele, dove una ricercatrice, Elaine Solowey, ha sviluppato una nuova tecnologia per produrre carburante dalle scorie agricole invece che dai prodotti alimentari. (g.m.)

Il presepe all'Orto botanico

Il dipartimento di Scienze Ibotaniche ospita fino al 6 gennaio il presepe di **Gianni Salidu**. I personaggi che portano il costume tradizionale sardo, sono realizzati in trachite, ginepro, limone e olivastro. San Giuseppe e Maria chini verso un Gesù Bambino non convenzionale che ha il dito in bocca. I tre Re Magi sono rappresentati da pastori sardi con *sa besti nera* che portano in dono il vino, il pane e l'agnello. In ricordo dei genitori, Salidu ha posto una coppia di anziani. Tutto intorno scene di vita agro-pastorale con donne che por-



tano l'acqua con *sa mariga* e il pane con *sa parinedda*, un pastore con l'agnello sulle spalle, due suonatori di fisarmonica e uno di *louneddas*. Il tutto inserito nella suggestione della cava romana