Ecco il team vincitore del VIII Premio Ichnusa

04-targhe-premiazione-b38aec0d

Pensi di conoscere veramente la birra della nostra terra? Vieni a scoprirlo vivendo un'esperienza unica con Ichnusa e i tuoi amici: la VIII edizione del Premio Ichnusa per il Marketing vibra di innovazione e creatività. Merito di Alberto Carboni, Paolo Corda e Andrea Marini, studenti dell'Università di Cagliari, della Facoltà di Scienze Economiche, Giuridiche e Politiche dell'Università di Cagliari, che con il progetto SU GIOGU hanno conquistato la giuria composta, tra gli altri, da Stefano Usai, Presidente della Facoltà di Scienze Economiche, Giuridiche e Politiche, Antonietta Marra, vice Presidente della Facoltà di Studi Umanistici, Ignazio Putzu, pro Rettore per la didattica e Renato Cossidente, Brand Manager Ichnusa, storica bionda dal cuore sardo, che questa mattina li hanno premiati presso la Facoltà di Scienze Economiche, Giuridiche e Politiche dell'Università.

03 Team vincitoreA salire sul secondo e terzo gradino del podio, invece, sono stati: Martina Garau, Alessandro Viola, Fabio Zaccarelli e Alice Zuddas con il progetto Ichnusa Fest e Andrea Piroddi, Mauro Pruner, Luca Todde e Thomas Todesco con il progetto Ichnusa Day. Campagne che hanno sviluppato esperienze volte ad avvicinare il consumatore al mondo della birra e di Ichnusa e che daranno l'opportunità a uno degli studenti appartenente ai primi tre gruppi classificati di svolgere uno stage retribuito di 6 mesi all'interno del Brand Team Marketing di Ichnusa, confrontandosi con il mondo del lavoro in un contesto dinamico e stimolante.

«Un'occasione unica per almeno tre motivi: 1) perché ha permesso ancora una volta l'interazione dell'università con una importante azienda del territorio; 2) perché consente di coniugare tradizione e innovazione, trasferendo valori importanti del territorio della Sardegna; 3) perché rende possibile il "mettere in pratica" concetti e nozioni acquisite in aula» - dichiara **Ignazio Putzu**, Pro Rettore per la Didattica dell'Ateneo di Cagliari.

«È un'esperienza unica per i ragazzi che hanno sempre più necessità di trovare un collegamento diretto tra scuola e lavoro, tra formazione e professione. Per questo, ringraziamo Birra Ichnusa che continua a portare avanti negli anni il Premio Ichnusa per il Marketing, riproponendolo sempre con grande passione e impegno e rendendoci ogni volta desiderosi di scoprire con quale progetto gli

studenti parteciperanno alla competizione» - dichiara **Giuseppe Melis**, Professore Associato dell'Università di Cagliari.

«Anche quest'anno abbiamo ricevuto tantissime adesioni: per noi è un grande orgoglio poter contribuire, con questo progetto, a valorizzare i talenti sardi, la risorsa più importante e più promettente per questo territorio, una regione alla quale Birra Ichnusa è profondamente legata. E molto del merito va proprio all'Università che con i suoi professori è un pilastro fondamentale nella formazione dei professionisti del domani» - commenta **Gaia Riccardi**, Group Brand Manager di Birra Ichnusa.

01 La premiazioneIl contest, in particolare, ha avuto come obiettivo quello di ideare e sviluppare una nuova brand experience per Birra Ichnusa con relativo piano di marketing. Dopo aver ascoltato l'esposizione di tutti i gruppi, la giuria ha premiato il progetto SU GIOGU che ha stupito soprattutto per l'originalità dell'idea, la concretezza nell'esecuzione e l'attenzione ai dettagli. SU GIOGU, infatti, abbinando l'innovazione alla tradizione del marchio, è riuscito ad avvicinare il consumatore al mondo di Birra Ichnusa declinando all'interno dei bar e dei locali una modalità di intrattenimento davvero innovativa. Il programma prevede attività capaci di educare il consumatore sulle fasi di produzione della birra, sulla storicità del marchio e sull'esperienza delle persone che producono la birra presso il Birrificio di Assemini ogni giorno da 104 anni.

Gli studenti dallo scorso maggio sono stati messi alla prova con un progetto che ha previsto una prima fase formativa con un seminario della durata di 3 giorni finalizzato al conseguimento di 3 crediti formativi, e una seconda fase pratica che ha portato i ragazzi a realizzare un piano di marketing vero e proprio, mettendo in pratica le nozioni apprese.

Una concretezza che Birra Ichnusa persegue da sempre, tanto che alcuni degli studenti vincitori delle passate edizioni hanno avuto l'occasione di vedere la propria idea realizzata: i quattro bicchieri limited edition, dedicati alle quattro province sarde, sono realmente entrati in produzione e lanciati sul mercato in occasione del centenario di Birra Ichnusa.

www.birraichnusa.it