PREMIO MARKETING

REGOLAMENTO

Ogni partecipante al Premio Marketing per l'Università SIM ("Premio") dovrà rispettare, a pena di esclusione, tutte le norme del presente Regolamento.

1) Requisiti dei partecipanti

1.1) La 39ª edizione del Premio Marketing (anno accademico 2026/2027) è riservata agli studenti universitari (italiani o stranieri) di tutti i corsi di laurea, triennali e specialistici, delle Università dell'Unione Europea; è ammessa la partecipazione anche ai neo-laureati da non più di un anno (ovvero a partire da giugno 2026).

1.2) La partecipazione al Premio è aperta a concorrenti singoli o a squadre formate al massimo da tre componenti. Sono ammesse anche squadre miste composte da studenti di Università/Facoltà e/o sedi diverse. Ogni squadra dovrà obbligatoriamente scegliere un caposquadra iscritto presso un'Università italiana.

1.3) La partecipazione al Premio è gratuita.

1.4) È richiesta una buona conoscenza dell'inglese.

2) Modalità di partecipazione e consegna o invio degli elaborati

2.1) Ogni squadra dovrà inviare il proprio elaborato (redatto nel rispetto delle regole previste nel successivo punto 4) a partire dal **13 ottobre 2026** e non oltre l'**11 giugno 2027** (caricando lo stesso, sull'apposita sezione del sito web del Premio (www.premiomarketing.com) alla sezione "Il caso", sottosezione "Partecipa al Premio". **Il caso deve essere caricato in formato .pdf e non deve avere una dimensione superiore a 20 Mb.**

2.2) Ogni squadra, quando caricherà l'elaborato sul sito del Premio, dovrà obbligatoriamente compilare anche il modulo online con l'indicazione dei dati richiesti e dichiarare di aver preso visione dell'informativa sul trattamento dei dati personali resa da SIM ai sensi degli artt. 13 e 14 del Regolamento UE 2016/679. Eventuali consensi richiesti per specifiche finalità ulteriori rispetto alla gestione della partecipazione al Premio saranno facoltativi e raccolti separatamente.

2.3) Nel caso si riscontri un errore di battitura successivo all'inserimento dei dati personali sul modulo online, non bisognerà procedere ad un nuovo inserimento, ma bisognerà contattare la Segreteria Organizzativa del Premio all'indirizzo **premiomarketing@simktg.it.** In ogni caso, non sarà possibile aggiungere o rimuovere componenti dalle squadre già registrate, né sostituire o modificare gli elaborati già inviati. Ciascuna squadra potrà partecipare con un solo elaborato, nel caso in cui una squadra invii due o più elaborati, ai fini della competizione verrà preso in esame solo l'elaborato inviato per ultimo.

3) Oggetto degli elaborati

3.1) I partecipanti dovranno elaborare progetti e studi al fine di risolvere un caso aziendale che quest'anno è svolto in collaborazione con ANCC-COOP, come partner istituzionale, e riguarda lo sviluppo di una proposta strategica riferita al caso di studio concernente tematiche di interesse per il sistema della cooperazione di consumatori, con particolare riguardo a quella a marchio Coop, secondo quanto descritto nel materiale ufficiale del caso ("Caso").

4) Caratteristiche e utilizzo degli elaborati

4.1) Ciascun elaborato dovrà:

4.1.1) Illustrare il piano marketing per la soluzione dell'obiettivo, in un numero massimo di **20 pagine** (formato A4, massimo 35 righe per pagina) compresi gli eventuali allegati. Il piano dovrà essere presentato esclusivamente in forma digitale (.pdf) e trasmesso secondo le modalità indicate al precedente punto 2).

4.1.2) Specificare tutte le fonti esterne di informazione utilizzate per la sua realizzazione; per utilizzare i dati forniti direttamente da aziende o istituti di ricerca (non inclusi nel materiale fornito dal Premio) citare la fonte dei dati, evitando l'inserimento di dati personali non pertinenti o eccedenti rispetto alle finalità dell'elaborato. **Salvo quando diversamente indicato nel caso, non è consentito richiedere informazioni all'azienda/organizzazione/ente oggetto del caso**;

4.1.3) **Essere assolutamente anonimo; non dovrà pertanto riportare al suo interno** alcuna

indicazione circa gli autori e la loro università di appartenenza al fine di consentire una valutazione totalmente obiettiva e anonima del lavoro (nomi dei partecipanti, Università di appartenenza e altri riferimenti ai componenti della squadra dovranno essere forniti unicamente compilando il modulo online di partecipazione), **pena l'esclusione della squadra**.

4.2) Ciascun concorrente garantisce che l'elaborato è stato sviluppato autonomamente (o dal gruppo di appartenenza), in modo lecito, tramite scritti, informazioni e dati raccolti e utilizzati nel rispetto delle vigenti normative. In particolare, il concorrente garantisce che l'elaborato non è coperto da diritti di proprietà intellettuale di terzi.
E' consentito l'utilizzo di strumenti di intelligenza artificiale generativa esclusivamente come supporto alla ricerca, all'analisi e alla predisposizione dell'elaborato, fermo quanto previsto dal par. 4.1.2 in merito all'obbligo di indicare le fonti.
I partecipanti garantiscono che l'eventuale utilizzo di strumenti di intelligenza artificiale non comporta la violazione di diritti di proprietà intellettuale di terzi né la riproduzione non autorizzata di opere protette e rimangono pienamente responsabili del contenuto finale presentato.
A tal riguardo, ogni concorrente si impegna comunque a manlevare e tenere indenne Società Italiana di Marketing e ANCC-Coop dalle conseguenze di ogni responsabilità derivante da richieste, ivi incluse eventuali azioni legali, avanzate da terzi o derivanti da violazione delle applicabili normative.

4.3) Con la partecipazione al Premio, i partecipanti concedono gratuitamente a SIM e ad ANCC-COOP, anche nell'interesse delle cooperative associate e delle società del sistema Coop, una licenza non esclusiva, irrevocabile, senza limiti territoriali e per tutta la durata di tutela dei relativi diritti, per la riproduzione, pubblicazione, comunicazione, presentazione e utilizzo degli elaborati nell'ambito delle attività connesse al Premio e delle finalità istituzionali di valorizzazione e diffusione dei relativi risultati, fermo restando il riconoscimento della paternità dell'opera agli autori.
SIM e ANCC-COOP potranno utilizzare gli elaborati anche a fini di studio, ricerca, formazione, comunicazione istituzionale e diffusione delle buone pratiche emerse nell'ambito dell'iniziativa, senza finalità di sfruttamento commerciale diretto degli stessi.
Resta fermo che l'eventuale utilizzo, pubblicazione o diffusione degli elaborati in associazione ai nominativi degli autori, ai dati dei finalisti o vincitori, a immagini o ad altri dati personali avverrà nel rispetto dell'informativa sul trattamento dei dati personali resa agli interessati e delle basi giuridiche applicabili.

4.4) Gli elaborati sviluppati in modo non conforme alle condizioni previste dal Regolamento non saranno ritenuti validi e saranno quindi automaticamente esclusi. Qualora tali elaborati, pur essendo non conformi, siano stati premiati, la Segreteria Organizzativa potrà revocare il premio. Gli elaborati consegnati non saranno restituiti.

5) Casi di esclusione

5.1) Non sono ammessi gli iscritti a corsi di formazione, master post-laurea o post-diploma (né singolarmente, né in squadra con universitari) e dottorati di ricerca, né componenti delle squadre classificatesi al primo posto in una delle precedenti edizioni del Premio.

5.2) Non è ammessa la partecipazione di studenti che svolgano un'attività lavorativa continuativa e prevalente nelle aree del marketing e della comunicazione aziendale.

5.3) La presenza in una squadra di un componente che rientri nei casi sopra citati comporterà l'esclusione dell'intera squadra.

6) Giuria

6.1) La Giuria si riserva, qualora lo ritenga opportuno, di non assegnare uno o più premi ovvero di designare un premio ex aequo.
La valutazione preliminare degli elaborati è effettuata dalla Società Italiana Marketing secondo i criteri indicati nel caso e sulla base della qualità, completezza, originalità e fattibilità degli elaborati, relativamente all'analisi, alle proposte strategiche, alle iniziative operative ed all'efficacia di presentazione degli stessi.
La graduatoria finale viene determinata sulla base della valutazione degli elaborati e della loro presentazione nell'ambito dell'evento conclusivo.

Il Comitato scientifico è composto da almeno otto docenti universitari di Marketing che, per ciascuna edizione del Premio, sono individuati tra quelli appartenenti ad atenei che hanno preso parte all'edizione corrente del Premio. Una volta definita la composizione del Comitato scientifico, la stessa verrà resa nota mediante pubblicazione sul sito web del Premio.

L'evento finale si svolgerà entro il mese di ottobre 2027.

La selezione finale dei progetti e l'individuazione dei vincitori avvengono con il coinvolgimento di rappresentanti di ANCC-COOP e delle cooperative/consorzi ad essa associati secondo le modalità organizzative individuate dalla Società Italiana Marketing. Il giudizio della Giuria e la conseguente classifica finale dei vincitori sono assolutamente insindacabili.

6.3) Coop Italia e le cooperative associate ad ANCC-COOP potranno inoltre offrire ai partecipanti selezionati opportunità di stage, tirocinio o altre esperienze formative.

L'eventuale attivazione di tali percorsi resta subordinata alla disponibilità dei soggetti ospitanti e al rispetto della normativa applicabile e non costituisce un diritto automatico per i partecipanti.

L'eventuale attivazione di tali percorsi costituirà attività distinta rispetto alla gestione ordinaria del Premio e sarà disciplinata, anche sotto il profilo del trattamento dei dati personali, dal soggetto ospitante, che agirà quale autonomo titolare del trattamento e tratterà i dati personali nel rispetto della normativa applicabile.

7) Legge applicabile e foro competente

7.1) Per quanto non sia previsto dal presente Regolamento, si applicheranno le leggi della Repubblica Italiana. Ogni e qualsiasi controversia relativa o in qualunque modo connessa al presente Regolamento sarà di competenza esclusiva del Foro di Pisa.