IPE
BUSINESS SCHOOL

Project Work I.P.E.

MASTER IN SHIPPING
STRATEGIE PER LA LOGISTICA E L'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE

VIII EDIZIONE

Napoli, 5 luglio 2016

d'Amico Società di Navigazione

"Strategie per il miglioramento dell'employer branding di d'Amico tramite il sito internet"

Il Gruppo d'Amico, tra i leader mondiali nel settore dello shipping, intende migliorare la propria strategia di employer branding potenziando l'attrattività del sito aziendale, in particolare della sezione "Lavora con noi. A seguito di un'attenta analisi dello stato dell'arte, dei dati sulle procedure di recruiting nell'ultimo anno e, inoltre, avvalendosi del supporto di un'intervista semi-strutturata, è emerso che la strategia più adatta alle esigenze dell'azienda consiste nel rafforzamento di un duplice canale. Pertanto, in primo luogo sarà analizzato il canale di recruiting esterno (il sito), per il quale verrà indicata una strategia volta a valorizzarne i punti di forza. In seguito, si prenderanno in considerazione le potenzialità del canale di recruiting interno (il network interno) e si proporrà l'istituzionalizzazione delle procedure di comunicazione interna al fine di aumentarne l'efficacia.

Allievi: Luisa Pirozzi, Eugenio Claudio Pustroino, Vanessa Ioannou, Maria Grazia Compagnone

KIMBO Spa

"Revisione mappature logistiche per il settore EXPORT"

Nel presente lavoro sono stati riportati i risultati dell'analisi per la revisione delle mappature logistiche del settore export per l'azienda Kimbo S.p.A. Dopo una breve presentazione dell'azienda viene descritto l'approccio metodologico adottato per tracciare la mappatura attuale con lo scopo di definirne i costi e le criticità. Sono state condotte, successivamente all'analisi della situazione attuale, delle ricerche nell'ottica di proporre nuove soluzioni alternative, al fine di inserire alcune innovazioni strutturali ed organizzative in grado di ottimizzare il peso economico delle attività logistiche sul processo distributivo. Le analisi suddette sono state effettuate con l'obiettivo di fornire un quadro completo e approfondito delle varie alternative che potrebbero essere implementate in futuro da parte dell'azienda.

Allievi: Giuliana Visconti, Ivano Catauro, Antonio Ruggiero, Giuseppe Grillo

Pastificio Palllante

"Lancio del marchio Pasta Pallante nel mercato inglese"

Il presente lavoro, realizzato in collaborazione con il Pastificio Antonio Pallante, ha l'obiettivo di perseguire l'interesse dell'azienda attraverso il rilancio del brand storico "Pallante" nel mercato UK tramite la catena distributiva "Iceland" e il co-branding con lo chef Gino D'Acampo. Nella prima parte del lavoro abbiamo condotto un'analisi di mercato con l'intento di identificare la frequenza del consumo di pasta tra la popolazione britannica e i principali competitor presenti nel mercato. Successivamente abbiamo rilevato le rispettive strategie di pricing, di marketing e i retailer a cui si rivolgono i principali players italiani nel Regno Unito, stimando la quota di mercato potenziale e prospettica dell'azienda, delineando così il profilo del consumatore target. Nella seconda parte abbiamo introdotto, come richiesto dall'azienda, un prodotto innovativo da affiancare alle referenze più consumate nel mercato

inglese focalizzandoci poi, su un packaging con un'immagine legata alla tradizione del marchio. Per concludere, abbiamo proposto un piano di comunicazione realizzato sui social network, sulla piattaforma Google e un app per smartphone che includa un game interattivo al fine di creare una brand awarness e una brand loyalty.

Allievi: Raffaele Di Sarno, Immacolata Cirillo, Marika Bencivenga, Davide De Biase

Reti del Mare

"Il progetto accoglienza: mare, terra e cielo"

Rete del Mare

Il Progetto "Accoglienza Napoli" nasce con l'obiettivo di valorizzare l'immagine del suddetto territorio, garantendo una fruizione sicura della città, tramite percorsi studiati su misura e tramite una maggiore assistenza all'arrivo. Dividendo il progetto in due fasi PRE-PARTENZA e ARRIVO abbiamo suddiviso le azioni previste nelle modalità che seguono. La prima fase PRE-PARTENZA, si propone di attirare turisti e visitatori tramite una specifica campagna di marketing territoriale, dal titolo "VEDI NAPOLI E POI…RITORNA!", sviluppata con la creazione di un video promozionale che mostri la bellezza del territorio e allo stesso tempo dia una immagine sicura della città. Tale campagna inoltre, potrà essere incentivata grazie all' ausilio di Blogger Travel che visitando Napoli enfatizzino la bellezza dei luoghi e raccontino anche delle sue tradizioni. Infine, il video concluderà con la presentazione dell' App., denominata "N'APP", da scaricare gratuitamente e contenente illustrazioni di percorsi guidati, prevedendo inoltre la divisione di Napoli per aree di interesse da percorrere senza l'uso di mezzi pubblici, ma solamente pedonali. Nell' ultima fase l'ARRIVO, (successiva allo scaricamento dell' App.), i turisti potranno individuare il loro percorso preferito, che sarà anche supportato da materiale cartaceo disponibile presso gli Help-Points, che nell'eventualità forniranno anche consulenza turistica. Abbiamo implementato queste azioni in quanto crediamo molto nelle potenzialità turistiche della città di Napoli, e nel fatto che queste possano servire da volano per la crescita economica di tutto il territorio.

Allievi: Paolo D'Aniello, Valerio Romano, Cristiana Angora, Rosa Buffolino

SACE

"Analisi del settore off shore"

SACE

Il lavoro analizza l'andamento del mercato offshore che negli ultimi anni ha subito una battuta d'arresto causata principalmente dalla volatilità del prezzo del petrolio. Una bassa valutazione dell'oro nero ha come conseguenza diretta una riduzione delle attività di esplorazione ed estrazione del petrolio in mare, con una conseguente diminuzione della domanda di navi (PSV e AHTS) per l'assistenza e il rimorchio delle piattaforme. Nella prima parte dell'elaborato verrà analizzato lo scenario attuale, attraverso la valutazione dei dati di mercato relativi all'andamento del prezzo del petrolio, e verrà effettuata una dettagliata analisi delle caratteristiche tipiche della flotta di questo segmento e le relative ripercussioni sull'andamento dei noli, oltre che ad una valutazione delle prospettive future del settore offshore. Nella seconda parte, verrà attentamente valutata la situazione delle diverse aree geografiche: Mare del Nord, America Latina e Sud-est Asiatico; per poi procedere ad una valutazione delle ripercussioni di tali avvenimenti sulle compagnie operanti in tale settore.

Allievi: Valerio Vitrone, Angela Carleo, Fabio Strazzullo, Giuseppe Moio

VSL – Venice Shipping & Logistics

"Il Caso di un Private Placement di un'azienda di Shipping Italiana sul Bond Market Istituzionale. L'attribuzione e la manutenzione del rating: Caso Moby"

Il presente lavoro, sviluppato in collaborazione con la società di investimento Venice Shipping and Logistics e attraverso strumenti di analisi da questa forniti, consiste nella simulazione di un processo di rating autonomo. Nella prima parte dello studio condotto, si è proceduto, grazie a dati di pubblico accesso, ad analizzare il settore di riferimento, la flotta e i dati di bilancio con cui opera il Gruppo Moby. Successivamente è stato preso in considerazione il contesto competitivo individuando i principali competitor e confrontando i più significativi dati finanziari rispetto alla Società oggetto di analisi. In conclusione, nel rispetto dell'obiettivo finale è stato effettuato un confronto tra il rating ufficiale attribuito al Gruppo Moby e quello risultante dal modello messo a diposizione da VSL evidenziando gli output salienti. I risultati ottenuti non hanno tenuto conto esclusivamente dell'andamento societario nel periodo 2012-2015 ma anche di quelli attesi nei prossimi anni.

Allievi: Giuseppe La Rocca, Antonio Portella, Alfonso Porpora, Vincenzo Verrazzo