

PROTAGONISTA

F A C C I A M O S T R A D A I N S I E M E



live
NUMERO 8



LA RICETTA DEL SUCCESSO



3 Care lettrici, cari lettori
di Pino Ricci

SCENARI FOOD

di Giancarlo Strocchia

6 La svolta che (non) ti aspetti
10 Nasce il nuovo Eni Café

MOBILITÀ & FOOD

12 Qualità, innovazione, sostenibilità corrono sulla rete Enilive Station
di Luigia Ierace

FOCUS ESTERO/MOBILITÀ&FOOD

18 Ambasciatori del cibo italiano con Eni Café sulle strade d'Europa
di Luigia Ierace

SCENARI FOOD

24 Food, come cambiano gli spazi
di Simona Manna
30 Un'Accademia a misura di eccellenza
di Giancarlo Strocchia
32 Una rivoluzione dal sapore di eccellenza
di Nerina Di Nunzio
34 Il consenso che parte dal cuore

COMMUNICATION

38 La parola ai partecipanti: la nostra word cloud
40 Una svolta da prima pagina

SCENARI FOOD

44 Formazione a tutto campo
di Giancarlo Strocchia
48 Assortimenti per il piacere di ogni palato
54 Qualità e territorialità: come nasce il nuovo menù panini di Eni Café
56 La colazione che profuma di gusto

STATION

58 Con Enilive, guidiamo verso il cambiamento
di Giancarlo Strocchia

STORIA

60 L'importanza della formazione dei gestori Agip
a cura dell'Archivio Storico Eni

BUONE NOTIZIE

63 Una storia da raccontare

SOMMARIO

PROTAGONISTA

BIMESTRALE - ANNO III - N. 8
GIUGNO 2024
AUTORIZZAZIONE DEL TRIBUNALE DI ROMA
N. 90 DEL 07.06.2022

EDITORE ENI S.P.A.

DIRETTORE RESPONSABILE RITA LOFANO

DIRETTORE EDITORIALE
ERIKA MANDRAFFINO

COMITATO EDITORIALE

COORDINATORE GIOVANNI MAFFEI
LUIGI ARCOZZI, FRANCESCA CEMOLLO,
MARIO FERRO, ANDREA PERCIVALLE,
VALENTINA PITRONE, STEFANO QUARTULLO,
ROBERTO SALADINI, MARCELLINO UVA

REDAZIONE

COORDINATORE CLARA SANNA

IN REDAZIONE

FEDERICO BOCCIA, EVITA COMES, MILENA
CONTE, SILVIA CONTI, ALESSANDRA MINA,
KATIA PINTI, GIANCARLO STROCCHIA

HANNO COLLABORATO

SIMONA MANNA, LUIGIA IERACE

REDAZIONE AGI

VIA OSTIENSE, 72 - 00154 ROMA

PROGETTO GRAFICO E IMPAGINAZIONE
IMPRINTING COMUNICAZIONE IMMAGINE

STAMPA QUINTILY S.P.A.

VIALE E. ORTOLANI, 149/151 00125 ROMA
WWW.QUINTILY.IT

CHIUSO IN REDAZIONE il 28/06/2024



CARE LETTRICI, CARI LETTORI,

DI **PINO RICCI**
DIRETTORE GENERALE
ENERGY EVOLUTION DI ENI

eni

IL PANORAMA ENERGETICO MONDIALE ci pone di fronte ad una sfida importante che un'azienda come la nostra, che opera nel settore dell'energia, può affrontare solo grazie alla capacità innovativa e tecnologica proprietaria e a un approccio integrato all'intera filiera dell'energia, che rende effettivo ed efficace il percorso di decarbonizzazione.

Un percorso di trasformazione ben definito che per essere efficace richiede un cambiamento che possa essere evidente agli occhi dei clienti. La centralità del cliente è uno dei pilastri della strategia di Eni ed è proprio su questo che stiamo tracciando il nostro percorso in Enilive. Un percorso che parte dalla trasformazione delle Enilive Station in hub di mobilità in grado di soddisfare i bisogni dei nostri clienti mettendo a disposizione non solo vettori energetici decarbonizzati, ma servizi legati

UPITAL
SERVIZIO FISSO

NASCE IL NUOVO

eniCafé

SCOPRIAMO INSIEME LA RICETTA DEL SUCCESSO





alla persona e alla mobilità in cui il food diventa centrale. I clienti diventano ospiti che accogliamo per offrire anche una pausa ristoro di qualità per una colazione o un light lunch presso i nostri Eni Café.

L'evento epocale di formazione e informazione di quasi 1000 store manager recentemente svoltosi a Villa Montecucco è la dimostrazione del cambiamento e della trasformazione delle Enilive Station ed in particolare degli Eni Café, elevando il food da elemento marginale a leva strategica del business di Enilive, ponendo l'accento sull'eccellenza gastronomica come pilastro fondamentale.

Abbiamo il compito di sostenere l'evoluzione di un brand, come quello di Eni Café, che gode già oggi di un consolidato e autorevole portato reputazionale, ma che può ancora contare su un ampio e diversificato potenziale di crescita. Con circa 1200 Eni Café presenti in Europa, di cui circa la metà in Italia, la sfida è ambiziosa: standardizzare la qualità e l'esperienza offerta, creando un modello distintivo che possa essere riconosciuto e apprezzato ovunque. Finora, ciascun Eni Café ha operato in maniera indipendente, con una gestione autonoma. Oggi l'obiettivo è quello di garantire ai clienti la stessa esperienza in termini di offerta, qualità e professionalità nel servizio in ogni punto vendita.

L'Italia è rinomata in tutto il mondo per il buon cibo, ed Enilive intende portare questo valore distintivo nei suoi mobility hub. Un progetto che riflette l'identità italiana, fatta di cura, passione ed eccellenza, e che promette di fare di ogni Eni Café un ambasciatore del gusto e della cultura in Italia e in Europa.

Attuare questo progetto richiederà impegno e dedizione da parte di tutti: dovremo tutti lavorare con zelo e tenacia per garantire che ogni visita presso un Eni Café diventi sinonimo di eccellenza italiana. L'entusiasmo e il coinvolgimento dei quasi 1.000 partecipanti alla grande avventura di Castel Gandolfo costituiscono la prova più lampante che siamo sulla strada giusta. È evidente che stiamo attraversando un momento di svolta cruciale per la nostra azienda e, come si suol dire in simili occasioni, il meglio deve ancora venire.

LA SVOLTA CHE (NON) TI ASPETTI

DI GIANCARLO STROCCHIA

NASCE IL NUOVO
eniCafé

SCOPRIAMO INSIEME LA RICETTA DEL SUCCESSO

Castel Gandolfo
14-15 Marzo 2024





Un tragitto, quello che segna la trasformazione degli Eni Café, che parte da una base forte di riconoscibilità, fidelizzazione e gradimento, per proiettarsi verso una filosofia che parla di nuova immagine, un'offerta food rinnovata e la ridefinizione dell'esperienza del cliente

A CASTEL GANDOLFO è andato in scena il cambiamento. Sulle sponde del Lago di Albano, accanto al prestigioso archivio storico di Eni, si sono alternati tutti gli store manager Eni Café d'Italia e anche tante persone Enilive, per comprendere, fin dalle sue fondamenta, in quale rinnovato contesto muoveranno i loro passi nel prossimo futuro. Il clima è quello dei grandi eventi. Sorrisi, incontri, mani che si stringono, presentazioni tra personale e affiliati che spesso non avevano avuto occasione di incontrarsi prima. Se non fosse che la posta in gioco, e il relativo impegno, è veramente alta, si potrebbe pensare a una grande festa. In realtà si entra subito nel vivo dell'itinerario formativo e informativo, con un programma serrato che alterna momenti "d'aula" a prove pratiche dietro agli scintillanti banconi delle cooking class.

UN PRIMATO CHE VA CONFERMATO

Sin dall'inizio del grande progetto di formazione, a febbraio 2024, è stato chiaro a tutti i partecipanti che si trovavano di fronte a una vera svolta. Enilive ha deciso da qualche tempo di marcare fortemente il futuro del food, riportandolo da una posizione marginale all'epicentro di una for-



“ Credo nella formazione e nell'importanza di questo corso a Castel Gandolfo così imponente e sfidante. Imparare ogni giorno, studiare il mercato, sperimentare e innovare sono la chiave di un'offerta pensata non solo per accontentare i clienti, ma per dare loro anche di più di quello che chiedono.

Niko Romito ”

mula di sosta che mira a offrire ai clienti un'esperienza di qualità e diversificata. I format e gli spazi di Eni Café si trasformano nello stile e nell'offerta gastronomica. Un'offerta che abbraccia tutti i momenti di consumo della giornata, dalle colazioni, ai pranzi veloci, all'aperitivo, sempre con prodotti stagionali e Made in Italy, per una clientela che non vuole più accontentarsi di una sosta solo funzionale.

Gli Eni Café, con gli oltre 1.200 punti vendita in Europa, circa 600 dei quali distribuiti lungo la nostra Penisola, compongono la più grande catena di caffetterie in Italia e una delle principali in Europa. Un'insegna già premiata alla fine del 2023 come la migliore del Belpaese nella categoria Travel Retail, con giudizi molto positivi in termini di pulizia, simpatia e professionalità del personale e varietà dell'offerta, e che oggi si trova al centro di un piano di profondo rinnovamento, sin dalla sua immagine.



LA MODERNITÀ CHE SI FONDE CON LA TRADIZIONE

Un attraente look&feel, dai colori caldi, accoglienti, eleganti ma anche capaci di creare un'atmosfera familiare e suggestiva, dove è piacevole soffermarsi. Una trasformazione che, prima di ogni intervento architettonico o di layout, poggia su tre piloni imprescindibili: qualità, soprattutto nell'offerta food; riconoscibilità, che fa riferimento a un brand già affermato ma con margini di consolidamento; e innovazione che si traduce nella volontà di raggiungere nuovi e più sfidanti obiettivi, senza snaturare l'identità autentica del marchio. Emergendo con forza la necessità di rivedere l'intera proposizione commerciale in linea con le nuove tendenze



di consumo, l'obiettivo è massimizzare i risultati economici per Enilive e per l'affiliato, presidiando al meglio i diversi momenti della giornata. Il desiderio è che il cliente, entrando in un Eni Café, ritrovi la medesima qualità, attenzione e avvolgente cordialità in ogni singolo punto vendita, piccolo o grande che sia. Un ambiente confortevole, un'offerta gastronomica ampliata e migliorata, all'insegna di una più manifesta territorialità. Un format modulare e flessibile, adattabile alle specifiche caratteristiche di ogni singolo punto vendita e area di mercato.

UNA SFIDA CHE PARTE DALLE PERSONE

Ogni rivoluzione ha bisogno di essere

avallata da chi l'agisce in prima persona. Per questo era importante individuare un luogo e un momento per riunirsi e partire insieme, circondati da un contesto che suggellasse degnamente questo cambio di passo. La scelta di Villa Montecucco e l'invito a tutti gli attori di questo cambiamento, sottolineano l'importanza di questa sfida. Un gruppo guidato da chef e formatori d'eccellenza come l'Accademia Niko Romito che ha il compito non solo di rielaborare parte della proposta food ma, soprattutto, di trasmetterne ai partecipanti il suo valore. Altri partner dalla solida e comprovata esperienza, come Lavazza e Sammontana (Tre Marie), anche loro simbolo di un'italianità che fa scuola nel mondo, continueranno ad

affiancare, ancora più partecipi, Enilive in questo entusiasmante cammino. Ma saranno soprattutto le persone degli Eni Café a essere "ambasciatori e ambasciatrici" del nuovo corso che si sta delineando. Il successo di questa iniziativa, infatti, dipenderà dalle capacità relazionali di chi ogni giorno è dietro al bancone, trasformando la propria soddisfazione e benessere in empatia, professionalità e rispetto verso il cliente. Fare colazione fuori casa e concedersi pause gastronomiche durante la giornata sono alcune tra le abitudini più amate dagli italiani: Eni Café dovrà essere il luogo perfetto per trasformare questi semplici piaceri in esperienze da ripetere.

NASCE IL NUOVO ENI CAFÉ

DI GIANCARLO STROCCHIA



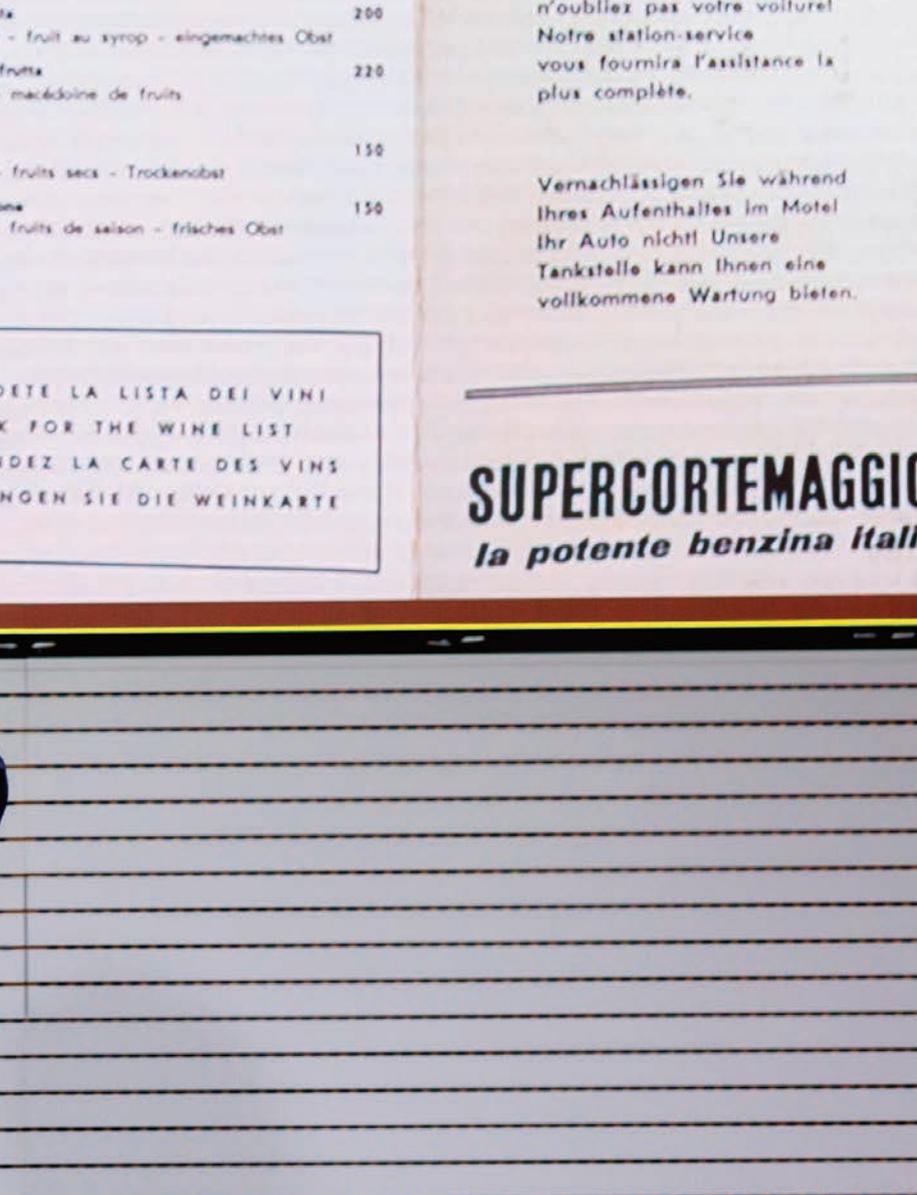
A Castel Gandolfo è andato in scena un evento senza precedenti che ha delineato il futuro degli Eni Café e raccolto la passione e l'impegno di tutti gli attori di un cambiamento che segnerà una svolta epocale per tutta la rete Enilive. Ne parliamo con Mario Ferro, Responsabile Retail Services & Smart Mobility di Enilive

SE DOVESSIMO DEFINIRE con un unico aggettivo il grande evento "Nasce il Nuovo Eni Café" che si è recentemente concluso sulle rive del lago di Albano, nei pressi di Roma, non avremmo dubbi: straordinario. Una prerogativa di eccezionalità che scaturisce da alcuni elementi salienti. Il primo riguarda la splendida Villa Montecucco che ha aperto le sue porte, e le sue suggestive terrazze, ai circa 900 partecipanti che qui hanno potuto comprendere l'entità del ruolo del food nella strategia di Enilive, oltre ad acquisire i segreti delle preparazioni della nuova offerta. Un luogo simbolico per Eni, già punto di accoglienza per importanti delegazioni internazionali, nonché culla della storia dell'azienda grazie al patrimonio di testimonianze documentali e fotografiche contenuto nell'archivio, che qui trova perfetta collocazione. "Mi piace sottolineare il valore simbolico di questa location prestigiosa

– spiega Mario Ferro, Responsabile Retail Services & Smart Mobility di Enilive - che testimonia il valore che l'azienda attribuisce a questa avventura e la ferma determinazione di Enilive di investire in un settore, come il food, ritenuto marginale solo fino a qualche anno fa".

QUASI 1000 PERSONE IN UNO SCENARIO MOZZAFIATO

Oggi le spinte innovative, la transizione sostenibile, un mercato in costante evoluzione e una clientela che manifesta esigenze sempre più diversificate, richiedono svolte decisive e una visione di sviluppo lungimirante. "Puntare su una proposta gastronomica di qualità, caratterizzata da standard di eccellenza e uniformi per tutti gli oltre 1.200 Eni Café presenti in Italia e all'estero, significa non solo potenziare un brand che già gode di riconoscibilità e reputazione positiva ma, soprattutto, scrivere un capitolo



nuovo e rivoluzionario nel settore della ristorazione in movimento e, in generale, della distribuzione di carburanti” continua Ferro. Un ulteriore elemento di straordinarietà riguarda la massiva partecipazione di personale Enilive e store manager. “Per numeri e durata, questa esperienza rappresenta un vero e proprio record, non solo per Eni ma per l’intero panorama imprenditoriale italiano” – spiega Mario Ferro. “Parliamo di una platea di quasi mille partecipanti, tra store manager provenienti da tutta Italia e personale di Enilive Italia e delle consociate estere, richiamati a Villa Montecucco per essere protagonisti di questo grande evento”. A ognuno di loro è stato trasferito il senso di un cambiamento, di una nuova filosofia dell’accoglienza orientata sempre all’eccellenza e al senso di familiarità che un Eni Café deve ispirare. In questo quadro si inserisce la presenza, altrettanto unica, di Accademia Niko

Romito, eccellenza italiana nel settore del food.

L’IMPRONTA INCONFONDIBILE DI ACCADEMIA NIKO ROMITO

“Con Accademia, il rapporto è partito già da qualche anno – spiega Mario Ferro, riferendosi al fortunato progetto dei ristoranti ALT Stazione del Gusto che stanno prendendo forma all’interno di alcune delle Enilive Station. Accademia Niko Romito ha portato la proverbiale competenza culinaria di livello stellato anche nella rielaborazione della nuova proposta food per tutti gli Eni Café, oltre ad aver contribuito attivamente alla progettazione e attuazione, con il suo corpo docente, delle sessioni di formazione”. Questa “prova d’orchestra” ha costruito un’esperienza che prefigura il futuro prossimo degli Eni Café e delle nuove Enilive Station, concepite come hub di mobilità sostenibile ma anche di servizi utili e ristori di qualità.

IL PROGETTO RAFFORZA NON SOLO IL BRAND GIÀ CONSOLIDATO MA APRE UN CAPITOLO NUOVO E RIVOLUZIONARIO NEL SETTORE DELLA RISTORAZIONE IN MOVIMENTO.

L’IMPORTANZA DELLA FORMAZIONE CONTINUA

L’appuntamento di Castel Gandolfo avrà un seguito nei territori. Infatti, si sta già costituendo il team Enilive, formato e supportato sempre da Accademia Niko Romito, che si recherà presso le varie Enilive Station e gli Eni Café per realizzare programmi di formazione continua a supporto degli store manager. Questi programmi prevedono momenti di approfondimento di molti capitoli affrontati durante le sessioni pratiche svolte a Villa Montecucco, confermando l’esigenza di raggiungere livelli di qualità al servizio della soddisfazione dei clienti. Spiega Ferro: “Tengo molto a questo progetto che vuole assicurare il presidio della qualità dell’offerta, a tutela di tutti. Non voglio anticipare troppo, ma anche qui ci sono in serbo delle belle sorprese”.

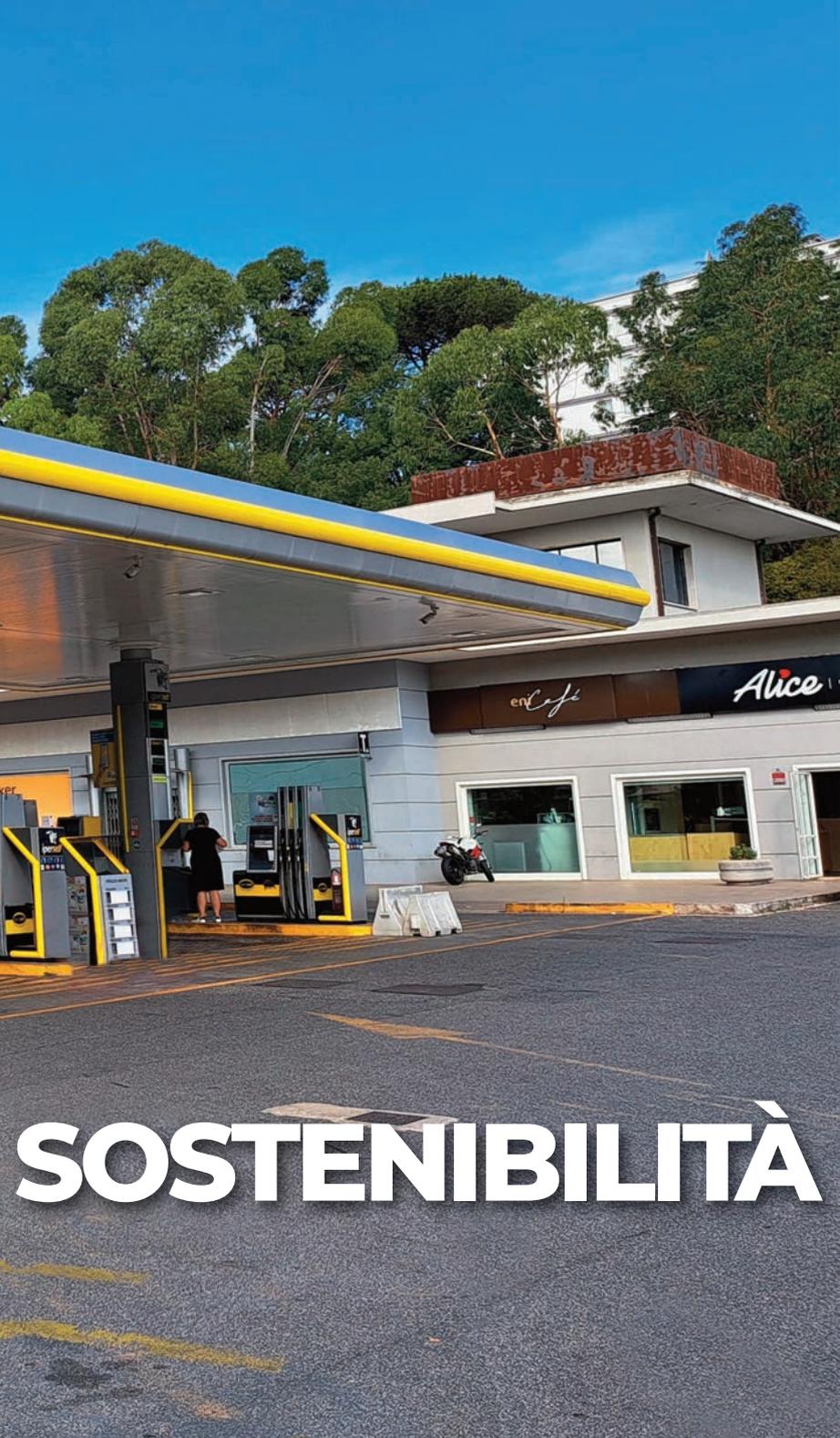
RISPETTARE UN RUOLINO DI MARCIA CHIARO E IMPEGNATIVO

“Una rivoluzione che prevede adeguati tempi di roll out a fronte di un progetto tanto complesso quanto esteso”. Specifica Ferro: “È fondamentale che tutti gli attori di questo cambiamento siano allineati sugli obiettivi, sui caratteri innovativi, sulle esigenze e sull’impegno che questa sfida richiede. Stiamo affrontando questa sfida con vigore, consapevoli della sua importanza e con la convinzione di aver ottenuto già alcuni successi”. Conclude: “Questo progetto ha raccolto tante aspettative: da parte dell’azienda che ha investito tanto, da parte dei clienti e da parte degli affiliati stessi. Ora abbiamo il dovere di incontrarle e nei prossimi, cruciali, mesi continueremo a lavorare alacremente affinché questo grande universo di novità si trasformi in una appassionante realtà”.

QUALITÀ, INNOVAZIONE, CORRONO SULLA RETE ENILIVE STATION

DI LUIGIA IERACE

Un nuovo modello di gestione per un percorso sfidante. Obiettivo della rete del Cane a Sei zampe: diventare la vetrina di un Paese che sta cambiando e guarda al futuro per offrire al cliente un'esperienza unica ed esclusiva. Ma occorrono competenze, capacità e una nuova cultura. Parla Andrea Percivalle, Amministratore Delegato di Enimooov, società all'interno di Enilive che gestisce le stazioni di carburanti, hub multiservice progettati per offrire ai clienti in mobilità la migliore offerta di prodotti e servizi. Con importanti novità in vista che vengono annunciate in anteprima a "Protagonista"



SOSTENIBILITÀ

SI CAMBIA GUARDANDO AVANTI, al futuro e alle nuove sfide che pongono la transizione energetica e l'innovazione. Un percorso sfidante che non dimentica mai la persona, sempre più centrale nella nuova rete di Enilive Station. Stazioni multiservizi che diventano hub in cui sostenibilità e innovazione si intrecciano con le nuove esigenze del quotidiano e dove la sosta diventa un'esperienza anche di gusto: da Eni Café, a Emporium, fino alla cucina di ALT Stazione del Gusto

firmata dallo chef stellato Niko Romito. Ma non solo food, le Enilive Station sono anche il luogo in cui è possibile noleggiare un'auto Enjoy, ritirare pacchi nei lokers Amazon e Inpost, pagare bollettini, attivare e gestire servizi di telepedaggio.

Qualità, innovazione e sostenibilità diventano i tre pilastri di un'offerta standardizzata, unica ed esclusiva, destinata a una clientela trasversale per età, genere e preferenze di acquisto, che sceglie di sostare nelle

Enilive Station "anche per fare rifornimento".

Ne parliamo con Andrea Percivalle, Amministratore Delegato di Enimooov, società che gestisce un significativo numero di stazioni di "servizi" Enilive, con un modello orientato alla centralità del cliente, alla qualità del servizio e all'ampiezza dell'offerta.

Un cambiamento epocale, quale quello della transizione energetica, ha richiesto anche un nuovo modello di gestione della rete che coesiste accanto al modello di gestione tradizionale. In cosa consiste questo modello?

A differenza dei modelli di gestione che vedono l'affidamento dell'impianto a un soggetto terzo, "il modello Enimooov" prevede che sia la stessa società a gestire il punto vendita, sia per la parte oil che food, avvalendosi di un partner cui viene affidata la responsabilità dell'attuazione dei servizi con un contratto di appalto. E questo è possibile in quanto abbiamo uno schema di regole e di ruoli perfettamente definiti e standardizzati.

Perché è stato necessario adottare ora questo modello?

Vogliamo trasformare la nostra rete e questo è un momento cruciale per farlo. Il mercato della mobilità e dei suoi servizi sono al centro di una radicale trasformazione guidata da due driver molto forti, collegati fra loro: la transizione energetica e la centralità del cliente. La transizione energetica passa attraverso un'offerta di prodotti decarbonizzati e servizi innovativi. La centralità del cliente è fondamentale, poiché è lui che sceglie di utilizzare questi prodotti, di-

A DESTRA, INTERNO DI ALT STAZIONE DEL GUSTO. NELLA PAGINA A FRONTE, ANDREA PERCIVALLE, AMMINISTRATORE DELEGATO DI ENIMOOV.

ventando un elemento chiave in questo percorso. Il modello in cui Enimooov è gestore dell'impianto ci consente di rispondere rapidamente a questi due obiettivi, garantendo ai clienti un'esperienza basata su qualità e sostenibilità.

Ma è un modello che trova applicazione ovunque?

Si tratta di un modello che trova applicazione su una rete selezionata di impianti, quella che per erogato sulla parte oil, per fatturato sulla parte food, per posizionamento territoriale, per potenzialità di sviluppo e di crescita rappresenta un segmento strategico della rete Enilive. Siamo partiti applicandolo alla nostra "comfort zone", la vendita dei carburanti, ma vogliamo ora estenderlo anche al food ed ai servizi, che devono rispondere agli stessi criteri e principi. Quando il cliente entra nei nostri punti vendita deve vivere un'esperienza assolutamente omogenea e distintiva sia sulla part oil che in quella food e servizi, che sempre di più caratterizzeranno in maniera integrata la nostra offerta.

Poi c'è il resto della rete. Due modelli che viaggiano in parallelo?

Non ci sono due reti, la rete Enilive è unica, come unica deve essere l'esperienza del cliente, con tantissimi punti di contatto fra i diversi prodotti e servizi offerti. La gestione in capo ad Enimooov è perfettamente funzionale alla nostra strategia di mettere il cliente al centro, di standardizzare l'offerta, il modello di gestione e di servizio, le politiche di pricing, di spingere nella direzione della qualità, dell'innovazione e della sostenibilità. Questo non significa che al di fuori di questo modello non ci siano altrettanti operatori capaci di fare tutto ciò altrettanto bene. Si tratta di mo-



delli complementari, che continueranno a esistere in maniera sincrona e senza compartimenti stagni. Basti pensare che fra i partner di Enimoov vi sono molti gestori che hanno scelto di ingaggiarsi in questo nuovo modello, valorizzando ancor di più la loro esperienza e le loro capacità, con ottimi riscontri in termini di reciproca soddisfazione.

Quali sono i benefici per un gestore che diventa appaltatore di Enimoov?

Innanzitutto non dovrà più sostenere gli oneri finanziari collegati all'acquisto dei carburanti, che viene fatto direttamente da Enimoov. Poi viene sgravato di tutta una serie di oneri e di responsabilità collegati alla gestione del punto vendita (dal pagamento delle utenze e delle varie tasse, alla verifica degli accrediti delle carte bancarie e petrolifere, a tutta una serie di adempimenti in materia HSE, alla semplificazione della gestione contabile). L'obiettivo è focalizzare l'attività dell'appaltatore Enimoov sulla tenuta del punto vendita e sulla gestione della relazione con il cliente, due tasselli fondamentali nella nostra strategia. E poi c'è il beneficio più importante: al fianco degli appaltatori c'è Enimoov, che li sostiene e supporta nelle attività gestionali ed operative e mette a disposizione continui programmi di aggiornamento con l'obiettivo di sviluppare sempre di più le sinergie che possono scaturire da questa collaborazione.

Ma il contratto di appalto ha una durata e compensi diversi da quelli dei gestori "tradizionali"?

Per quanto riguarda la durata il nostro obiettivo è creare una relazione a lungo termine con i nostri appaltatori, che a me piace in quest'ottica chiamare partner, che si affiancano a noi nella gestione dei nostri punti vendita. Quando parlo di partnership intendo proprio questo: vogliamo investire sulla professionalità delle persone, sulle loro competenze, sulla qualità del loro lavoro. Su queste basi si fondano le relazioni a lungo termine,

perché non ci priveremo mai delle persone che fanno bene il loro lavoro e rappresentano un valore aggiunto per noi e per i nostri clienti.

I compensi che riconosciamo sono in linea a quelli dei gestori, al netto degli oneri sostenuti direttamente da Enimoov. Il nostro obiettivo non è risparmiare sui compensi, al contrario vogliamo investire su una figura chiave che rappresenta l'azienda verso il cliente, incentivando le performance e premiando i risultati. In più anticipo che stiamo valutando, a partire da quest'anno, il riconoscimento di una ulteriore componente economica con un meccanismo in linea a quello previsto a tutela dei gestori tradizionali dal cd. bonus di fine gestione.

Ci parlava prima di soddisfazione degli appaltatori Enimoov. Come viene misurata?

Abbiamo commissionato ad Ipsos, una società indipendente che fa analisi di mercato, una indagine sul livello di soddisfazione dei nostri appaltatori, con l'obiettivo di avere il loro diretto punto di vista, anche eventualmente in termini critici. Ed è risultato che l'84% si dichiara soddisfatto o molto soddisfatto di questo modello contrattuale e lo consiglierebbe rispetto agli altri modelli. Poi certo, ci sono ambiti in cui possiamo fare ancora meglio, e non ci tiriamo certamente indietro.

Mi pare che il modello Enimoov apra le porte anche a nuove generazioni che rappresentano la base su cui costruire il futuro...

È esattamente così. Vogliamo da un lato valorizzare le competenze e l'esperienza di chi è con noi da tanti anni e decide di orientarsi verso questo modello di gestione, ma anche immettere energie nuove nella nostra rete, aprire a giovani che hanno voglia di investire sul proprio futuro, favorendo un ricambio generazionale indispensabile per portare un'innovazione reale su questo mercato. Il fatto di non dover disporre di importanti capitali finanziari per soste-



nere l'attività, in quanto di questo si fa carico direttamente Enimoov, abbatte le barriere all'ingresso e apre le porte delle nostre stazioni di servizio e dei nostri punti vendita a giovani che si affacciano al mondo del lavoro con spirito imprenditoriale e hanno voglia di investire su questo bellissimo progetto.

E in questo contesto nasce una nuova figura: lo store manager.

Enilive sta lavorando a un progetto in tutta Italia di reperimento e di formazione di queste nuove figure che abbiano la capacità di guardare alle stazioni di servizio a 360 gradi, cogliendo tutte le potenzialità che questi punti vendita hanno. Non più gestori di un impianto di carburanti, ma veri e propri partner nella ge-

stione dei nostri store multiprodotto e multiservizi, che ingaggiano il cliente, comunicano l'offerta e fidelizzano la clientela. Il cambiamento inizia sempre dalle persone, che sono consapevoli delle strategie aziendali, le fanno proprie e sono in grado di comunicarle e portarle ai clienti, con un gioco di squadra importante fra tutti gli attori di questo meccanismo.

Insomma, cambia del tutto la prospettiva?

Sì, perché passiamo dalla vendita dei carburanti, che sono una commodity indistinta, a quella di prodotti e servizi che il cliente sceglie perché ne apprezza la qualità, il valore, la sostenibilità. Questo passaggio richiede di sviluppare una nuova cultura, in cui le relazioni, la comunicazione, l'immagine che trasmettiamo ai clienti fanno tutta la differenza. E per fare ciò abbiamo sempre di più la necessità di standardizzare non solo i prodotti e i servizi ma anche i comportamenti di tutti coloro che si interfacciano con i nostri clienti.

Ampia scelta, format e target di clientela diversa, ma gli stessi driver in tutta la rete, sia che si parli di oil che di food?

Quasi tutte le aziende dicono di voler mettere il cliente al centro, ma sono pochissime quelle che ci riescono. È un lavoro importante che dobbiamo fare sul nostro personale e su quello dei nostri partner per far comprendere il valore dei comportamenti all'interno di una strategia aziendale che vuole dare centralità al cliente. Un altro elemento chiave è la comunicazione. Stiamo investendo tantissimo su una comunicazione che diventa sempre più continua, digitale, multicanale, per ingaggiare il cliente quando è sul punto vendita, ma anche quando è altrove.

Standardizzazione però non vuol dire omologazione?

No, non vuol dire omologazione, ma non vuol dire neanche che ognuno



possa pensare di interpretare liberamente il proprio ruolo. Dobbiamo diventare un sistema organizzato con le sue regole, i suoi modelli di funzionamento e di riferimento. All'interno di questo schema, poi, c'è quello che io chiamo lo "human touch", la capacità di metterci quel tratto distintivo che nella relazione umana con il cliente è l'elemento che fa la differenza. È evidente che un addetto che comunica sorridendo avrà più chance di trasferire un'esperienza positiva al cliente, rispetto a un addetto che non esprime nessuna empatia. Ognuno sui punti vendita può fare la differenza, ma all'interno di uno schema di gioco che non può essere cambiato, altrimenti si rischia

di avere esperienze diverse in un punto vendita rispetto a un altro.

Insomma, possiamo dire che la rete cambia partendo dalle persone?

Le persone fanno la differenza, in qualunque azienda e in qualunque business. Ma in un mercato retail in profondo e veloce cambiamento come il nostro, ancora di più. Ed io credo che il modello Enimoov vada proprio nella direzione di valorizzare le persone. Gli investimenti che stiamo facendo in termini di formazione e sviluppo si accompagnano con quelli che riguardano gli asset, fisici e digitali, e la nostra immagine. La nostra ambizione è diventare una vetrina, un luogo dove si tocca con mano la ca-



ALT APRE A CORSO FRANCIA (RM)

UNA NUOVA DESTINAZIONE PER GLI AMANTI DEL BUON CIBO

IL 9 MAGGIO, IN CORSO FRANCIA 238, ha aperto il nuovo store ALT Stazione del Gusto, il terzo punto vendita nella zona di Roma e provincia, dopo quelli di Viale America e Ostia. Situato in un'area residenziale vivace anche di notte, ALT è aperto fino a mezzanotte dalla domenica al giovedì e fino alle 2:00 il venerdì e il sabato, per soddisfare le esigenze gastronomiche di residenti e avventori del quartiere in ogni momento della giornata, dalla colazione allo spuntino notturno. Il menù di ALT Stazione del Gusto offre una varietà di pietanze semplici ma di alta qualità, tra cui bombe dolci e salate, pollo fritto, toast, focacce e insalate. Inoltre, sono disponibili i servizi da asporto e delivery, per gustare i propri piatti preferiti a casa.

GESTIONE A CURA DI ENIMOOV

La gestione dello store di Corso Francia è affidata a Enimooov, che si occupa anche di altri punti vendita Enilive, garantendo un'esperienza di qualità e un servizio eccellente.



ENILIVE STATION 7140, PIAZZALE DELLA POSTA, OSTIA (ROMA).

pacità non solo di innovare ma di sviluppare qualità e centralità del cliente. Le nostre stazioni di servizio devono diventare un biglietto da visita non solo della nostra Azienda ma, mi piace pensare, anche del nostro Paese. Un'infrastruttura chiave che si trasforma per offrire ancora più servizi, più qualità e per accompagnare la transizione energetica rendendo il cliente protagonista di questi cambiamenti.

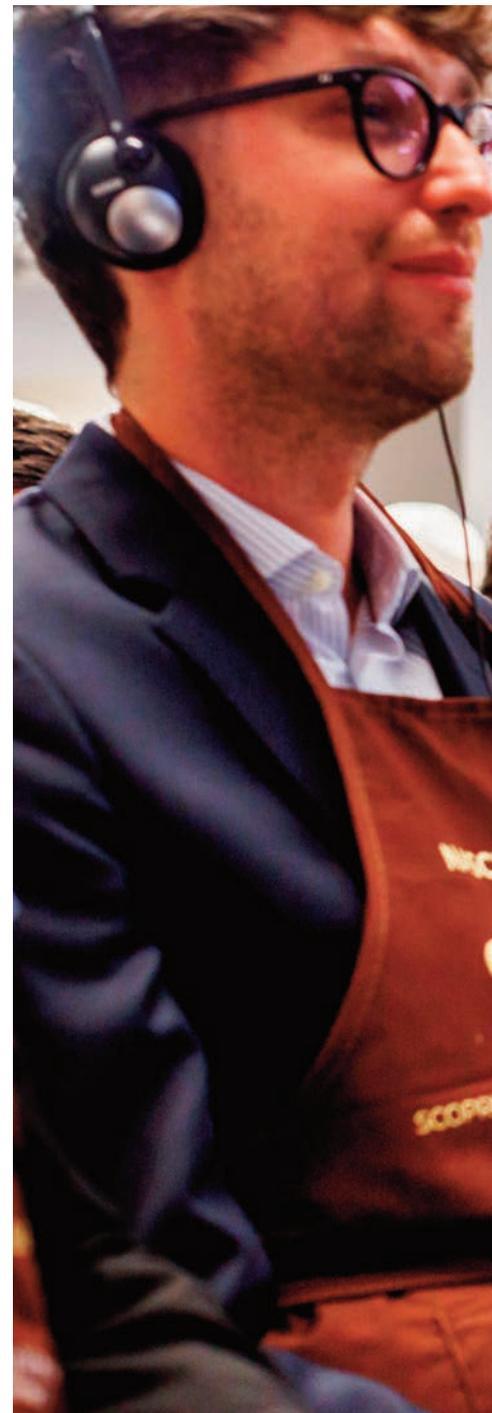
AMBASCIATORI DEL CIBO ITALIANO CON ENI CAFÉ SULLE STRADE D'EUROPA

DI LUIGIA IERACE

Dall'Italia alla Germania, dall'Austria alla Svizzera, dalla Francia alla Spagna, il nuovo Eni Café conquista con la sua offerta culinaria unica. La tradizione italiana a tavola è il cuore pulsante di questo concept innovativo: da un piatto di pasta caldo al classico espresso, in un ambiente avvolto dai toni caldi della nuova immagine "moka" che racconta le emozioni dell'Italia. Il ruolo chiave del food e di questo format all'estero nella strategia #Enilive. Ne parliamo con Stefano Quartullo, Responsabile Rete ed Extrarete Estero, e con Gianluca Libertini, Responsabile Sviluppo Rete Estero

UN BUON PIATTO DI PASTA, ancora fumante: dagli gnocchi al pomodoro, alle lasagne al ragù, alle penne all'arrabbiata da consumare comodamente in una stazione di servizio dopo aver fatto un pieno di carburante o mentre la nostra auto elettrica si sta ricaricando. Dove? Naturalmente in un Eni Café di un'unica grande rete

europea dove l'italianità è il comune denominatore di un'offerta standardizzata e di qualità. E non importa che ci si trovi in Italia o all'estero perché quando si entra in un Eni Café ci si lascia avvolgere dalla sua atmosfera calda e accogliente che riporta subito alla tradizione italiana del caffè e della buona cucina del Belpaese. È questa



l'anima del nuovo concept di Eni Café che si sta diffondendo in tutta Europa. Ne parliamo con Stefano Quartullo, Responsabile Rete ed Extrarete Estero, e con Gianluca Libertini, Responsabile sviluppo dei nuovi progetti sulla rete estera e che ha coordinato la partecipazione dei Responsabili Non-Oil delle Consociate estere che hanno



partecipato alle Cooking Class tenute dagli chef dell'Accademia Niko Romito a Castel Gandolfo.

«Vogliamo diventare – ha sottolineato Quartullo – ambasciatori del cibo italiano all'estero grazie alla nostra presenza nei punti più strategici della rete di distribuzione di carburanti in Europa, negli Eni Café dove possiamo

offrire a chi è in viaggio un buon pasto, rapido, genuino, di qualità, sicuramente a prezzo contenuto, ma soprattutto italiano».

Una vetrina del food per una clientela in mobilità che, come confermano tutte le tendenze del mercato, vede un incremento del consumo dei pasti fuori casa, necessitando di risposte

MANAGER NON OIL PROVENIENTI DALLA GERMANIA, DALL'AUSTRIA, DALLA SVIZZERA E DA ALTRI PAESI HANNO PARTECIPATO CON GRANDE INTERESSE ALLA FORMAZIONE, ENTUSIASTI DEL COINVOLGIMENTO.



efficaci e di qualità. Dal caffè ai prodotti da consumare in loco ma anche quelli da asporto, i prodotti da forno con impronta italiana fino ad arrivare ai vini italiani, da sempre apprezzati dai clienti della nostra rete eni all'estero.

UN'UNICA RETE EUROPEA

All'estero, gli Eni Café, che prima si chiamavano "Ciao Agip", sono 631: 347 in Germania, 190 in Austria e 73 in Svizzera, con una presenza minore in Francia (18) e Spagna (3). Una rete molto standardizzata non solo nel marchio Eni Café, ma anche nell'immagine ormai unificata a livello europeo: "la nuova immagine dell'Eni Café, chiamata "Moka", è caratterizzata dai toni caldi del marrone e da un look&feel italiano, grazie alle immagini a parete delle principali città italiane (come Roma, Firenze, Venezia) o di giovani in sella ad una Vespa o di paesaggi evocativi del Bel Paese.

Una italianità che poi si ritrova sia nell'offerta degli stessi prodotti dell'Eni Café ma anche in quella gentilezza e cortesia che contraddistingue la nostra cultura e che rappresenta una costante del nostro standard di servizio all'estero. Un sorriso non costa niente ma crea una relazione positiva e immediata con il cliente. E poi lo

stile italiano ed il modo di vivere "all'italiana" è molto apprezzato dalla clientela di molti paesi esteri in cui operiamo.

TANTE ITALIANITÀ

Spiega Quartullo: «Sulla rete Eni all'estero, da molti anni, abbiamo ricreato un autentico "bar-shop italiano," precedentemente noto come Ciao Agip». In ciascuno di questi bar si poteva trovare caffè di marche italiane (Segafredo in Germania, Kimbo in Svizzera, ecc.) e prodotti tipici italiani come il calzone in Austria e la bruschetta in Germania. «Questa impronta italiana ci ha permesso di differenziarci da una concorrenza piuttosto uniforme, caratterizzata da un concept di C-Store privo di vera anima e identità, dove tutti offrono le stesse cose e la stessa esperienza cliente. Tuttavia, la nostra italianità era standardizzata solo a livello di singolo Paese: all'interno dei Ciao Agip di un paese si trovava la stessa marca di caffè e lo stesso panino italiano, ma attraversando il confine si passava a caffè e panini differenti».

Perciò, l'azienda si è posta l'obiettivo di una vera standardizzazione a livello europeo, avviando, alcuni anni fa, questo processo partendo dalla standardizzazione del layout del C-Store:



ogni nuovo punto vendita doveva avere la stessa configurazione del bancone del bar, lo stesso percorso per il cliente all'interno dello shop, gli stessi planogrammi, il posizionamento dei frigoriferi delle bevande, ecc. Successivamente, è stata uniformata la marca del caffè, convergendo su Lavazza, leader mondiale del settore, e poi l'offerta colazione. Questo processo ha portato immediatamente ottimi risultati ai nostri gestori, registrando le migliori per-



formance di mercato rispetto ai competitor nel segmento C-Store.

Ora grazie al nuovo progetto food “Eni Café” sarà possibile sviluppare un’offerta standardizzata a livello europeo, per quanto concerne la pausa pranzo e cena, con gli stessi panini, gli stessi piatti di pasta ed anche alcuni secondi.

INTEGRARE L’OFFERTA LOCALE

Nonostante l’estero abbia un avanzato

livello di standardizzazione dell’immagine degli Eni Café, l’offerta negli anni ha dovuto seguire necessariamente anche la cultura della clientela locale, legate ai gusti ed alle tradizioni dei vari paesi (come, ad esempio, il leberkäse e il brezel in Germania e in Austria, la baguette con prosciutto e formaggio in Francia e Svizzera ed il panino con Jamon Iberico in Spagna) per non perdere segmenti di clientela e garantirsi adeguati livelli di consumi e fatturati.

Per questo motivo all’estero non sarà possibile riprodurre integralmente la totalità dell’offerta italiana ma faremo una selezione più ristretta di prodotti (panini, primi piatti e anche alcuni secondi) che comunque il cliente ritroverà negli Eni Café dei vari paesi e che rappresenterà il fil rouge che unirà la customer experience dei nostri clienti esteri nelle loro pause colazione pranzo e cena.

Estero quindi molto avanti nel processo di standardizzazione ma con un’italianità declinata ed integrata con prodotti locali secondo i gusti del posto. C’è una cultura alimentare dei consumatori che, comunque, va rispettata attraverso l’integrazione tra prodotti italiani e prodotti locali, seguendo la regola del “Think globally, act locally”. Un approccio “glocal”, quindi, che combina una chiara strategia globale con la flessibilità ad adattarsi alle opportunità e ai requisiti locali.

Ribadisce Quartullo. La new entry dei primi e secondi piatti, che prima non esisteva come offerta in Italia e all’estero, rappresenta senz’altro un’integrazione molto importante che permetterà di renderci ancora più distintivi rispetto alla concorrenza e ci darà opportunità di crescita dei fatturati della nostra catena di Eni Café all’estero che già gode di fatturati medi molto elevati sia grazie agli estesi orari di apertura che alla cultura della clientela locale già abituata a recarsi sulla stazione per comprare il latte o altri generi alimentari.

PRIMI E SECONDI PIATTI E NON SOLO

Gnocchi al pomodoro, lasagne al ragù, risotto ai funghi, penne all’arrabbiata, tortellini alla panna, penne al salmone, scaloppine ai funghi e polpette al sugo, sono alcuni



STEFANO QUARTULLO, RESPONSABILE RETE ED EXTRARETE ESTERO.

dei piatti nuovi che i gestori esteri potranno servire. Questi elementi nuovi, attesi da tempo, sottolineano ancora di più l'italianità dell'offerta negli Eni Café. Primi e secondi, ma anche focacce, piadine, toast e panini farciti che si distinguono per una qualità superiore e un condimento più ricco.

«Le previsioni di ritorno economico - evidenza Libertini - sono estremamente favorevoli. Stiamo valutando di esportare sulla rete estera più del 50% della nuova offerta italiana. Siamo in una fase di valutazione di fattibilità economica, ma i dati risultati da un'analisi effettuata considerando i volumi attuali venduti all'estero, sono molto incoraggianti».

IL TRAINING SUI TRAINER

L'estero è molto strutturato a livello di training dei gestori. «L'estero - ha spiegato Libertini - da molti anni prevede nelle diverse consociate, 3-4 sessioni di training all'anno. Inoltre, all'estero la gestione della stazione è unica, non c'è distinzione tra chi gestisce la parte carburanti chi gestisce l'Eni Café o lo shop quindi il training viene fatto contemporaneamente sull'oil e sul non oil». All'evento ecce-



zionale "Nasce il Nuovo Eni Café" a Castel Gandolfo, non hanno potuto partecipare direttamente i 630 gestori dei vari paesi per questioni logistiche e di lingua, ma hanno partecipato i responsabili del non oil delle consociate estere. Sono arrivati in Italia dalla Germania, dall'Austria, dalla Svizzera, dalla Francia e dalla Spagna e hanno partecipato con grande interesse alla formazione, entusiasti del coinvolgimento e della modalità di erogazione del corso. Saranno loro che, con l'ausilio di tutorial, di pillole, di video ricette e QR Code, faranno da trainer ai circa 630 gestori nei rispettivi Paesi. Manager non oil e collaboratori operativi che, sotto la sapiente guida degli chef di Accademia Niko Romito, hanno indossato i cappelli da chef e si sono cimentati nella preparazione dei panini della nuova offerta. Non quelli classici che vengono serviti solitamente sulle stazioni

di servizio, ma ricchi di prosciutto di Parma, di mortadella di Bologna, di mozzarella e di altri ingredienti tipici, come la 'nduja piccante calabrese, molto apprezzati oltre confine. Prodotti semplici, genuini e rapidi da preparare, che difficilmente si trovano all'estero e che si vanno a integrare con il debutto dei piatti negli Eni Café. La formazione e l'integrazione dell'offerta saranno completate sulla rete estera entro fine anno.

BENEFICI SUL FATTURATO

Un cambiamento che porterà benefici anche in termini economici. «Riteniamo che queste integrazioni - ha sottolineato Libertini - possano aumentare il fatturato dei nostri Eni Café all'estero, grazie a un nuovo approccio alla cucina e alla presentazione dell'offerta e della vetrina secondo lo stesso standard previsto in Italia. Questo porterà anche a un in-



GIANLUCA LIBERTINI, RESPONSABILE SVILUPPO RETE ESTERO.

cremento della selezione dei prodotti italiani da esportare, dal cibo, alle bevande, ai vini, molto richiesti nei loro angoli Emporium».

Tutto naturalmente accompagnato da una comunicazione coerente. Standardizzazione del concept di Eni Café e integrazione dell'offerta faranno sì che gli impianti Enilive diventino una sorta di ambasciatori del food italiano all'estero. Un cliente che si sposta in Europa non si renderà conto entrando in un Eni Café di aver cambiato Paese. Gli sembrerà di essere sempre in un angolo di Italia lungo un'unica rete europea.

UNA SOSTA DOVE PUOI ANCHE FARE LA SPESA: UN NUOVO APPROCCIO AL CONSUMATORE

La presenza della gran parte degli impianti Enilive all'estero lungo la rete ordinaria cambia il modo di vi-

vere la stazione di servizio. Si entra in Eni Café per mangiare un primo piatto italiano, accompagnato da un bicchiere di vino, ma si va anche a comprare il latte, il pane, i biscotti, grazie agli orari di apertura prolungati dalle 6 alle 22, weekend inclusi. È la grande differenza della rete estera rispetto a quella italiana. Ma qual è il punto di forza di questa standardizzazione? Quartullo e Libertini ribadiscono «L'italianità è particolarmente apprezzata all'estero. Un cliente tipo che va in una stazione Enilive trova lo stesso tipo di servizio ovunque si trovi sul territorio. È un importantissimo fattore di attrattività, di fidelizzazione del cliente in funzione di un'offerta omogenea, fatta di prodotti autentici italiani e di una preparazione semplice per il gestore». Una figura completamente diversa da quella cui siamo abituati in Italia. «Da 20 anni - continuano Quartullo

e Libertini - il gestore all'estero è un manager che vive soprattutto dei proventi del non-oil. Anche perché i carburanti sono venduti tutti in self-service, non c'è più l'addetto che fa servizio sul piazzale».

PROSSIMO PASSO? GLI ALT

«Dopo gli Eni Café, l'obiettivo sarà portare un vero ristorante di qualità su selezionate stazioni Eni all'estero - conclude Quartullo -. Apriremo entro fine anno un ALT Stazione del gusto a Vienna e altri due a Monaco di Baviera. Ne seguiranno altri due in Autostrada ad inizio 2025, nelle vicinanze di Berlino e Vienna. Un ulteriore salto di qualità che richiederà nuovo personale, reclutato nei rispettivi Paesi ma formato in Italia all'Accademia di Niko Romito».

La scelta di Eni oggi è di fare da pioniere in questo settore, elevando la qualità della rete in Italia e all'estero, adottando alcuni tratti distintivi di italianità, quale l'amore per la cucina italiana, e facendone un punto di forza di una grande rete europea.

Con il lancio di ALT Stazione del Gusto e il restyling degli Eni Café, cambiano i processi di lavoro, arrivano nuove figure professionali, si progetta in maniera diversa. Ci racconta questa “rivoluzione” Roberto Saladini, responsabile Tecnico e Progetti Eni

FOOD, COME CAMBIANO GLI SPAZI

DI SIMONA MANNA

IL RINNOVO DEGLI OLTRE 600 Eni Café in tutta Italia, che non a caso hanno vinto il titolo di “Miglior Insegna 2024” nell’indagine indipendente prodotta da Largo Consumo e realizzata da Ipsos, e il lancio di ALT Stazione del Gusto indicano chiaramente la direzione di Eni: una grande azienda energetica che punta fortemente sul Food. Un food che concili la mobilità, caratteristica principale della clientela di Eni, con l’alta qualità, garantita dalla partnership con lo chef stellato Niko Romito.

Dietro questa sfida, partita tanti anni fa con la visione di Enrico Mattei di realizzare stazioni di servizio funzionali, esteticamente belle e luogo di sosta e di consumo per i clienti, c’è un lavoro complesso, un “dietro le quinte” che è importante conoscere. Ne parliamo con Roberto Saladini, responsabile Tecnico e Progetti Eni.

Con la novità di ALT Stazione del Gusto e il rilancio degli Eni Café la sfida di Eni di puntare sul food si fa sempre più complessa...

L’idea antesignana di Enrico Mattei, quella per cui l’investimento in immagine non si ferma ai loghi ma è molto più ampia, era di realizzare stazioni di servizio conferendo loro un’identità distintiva. Penso, ad esempio, alle strutture realizzate dall’architetto Mario Bacciocchi, che nei primi anni Cinquanta dettava nuovi standard estetici e funzionali, caratterizzate da una copertura unica, aggettante, sviluppata in un solo pezzo in calcestruzzo sorretto da contrappesi. Già allora si guardava avanti, e questa è l’idea che oggi raccogliamo nuovamente e rilanciamo, pur stando al passo con i tempi.

Sono passati tanti anni da allora ed il mondo e le regole che lo governano sono cambiati. Nell’idea originaria le stazioni, pur avendo grandi volumetrie, erano pensate come spazi suddivisi in ambienti più piccoli, destinati a diverse attività funzionali per quell’epoca. Un esempio significativo di stazione tipica del modello Bacciocchi è quella di Ostia, dove abbiamo realizzato lo store ALT Stazione del Gusto. Questo



LE ENILIVE STATION SONO GRANDI SPAZI DOVE LE NOSTRE OFFERTE E I SERVIZI SONO IN CONTINUITÀ IN UN CONTESTO DI TOTALE ACCOGLIENZA E COMFORT.

tipo di stazione di servizio, presente in tante località sul territorio nazionale, nasceva su due livelli. Al primo piano c’era il locale destinato al gestore, utilizzato proprio come abitazione. Al piano terra, invece c’erano vari ambienti, destinati a differenti funzioni: grassaggio, lavaggio ed officina, WC e bar tabacchi. Ora le necessità sono cambiate, pertanto, dobbiamo adeguare gli spazi alle esigenze attuali. Oggi l’idea è di offrire al cliente un unico grande spazio, che si sviluppa anche in dehors esterni, dove l’offerta



dei nostri servizi, non solo rifornimento e ristorazione, sia in continuità, in un contesto di totale accoglienza e comfort.

Quali sono state le principali difficoltà che avete affrontato nell'adattare le vecchie strutture per il nuovo format di ristorazione di ALT Stazione del Gusto?

Innanzitutto, abbiamo incontrato delle difficoltà realizzative, proprio perché siamo dovuti intervenire su strutture originariamente pensate per spazi più ridotti. Le modifiche hanno richiesto un ripensamento delle strutture, dei prospetti oltre che delle vie di collegamento tra i piani. Inoltre, il numero del personale è aumentato, perché un'attività di ristorazione come

quella di ALT Stazione del Gusto necessita di un numero di risorse certamente superiore rispetto ad un piccolo bar del passato. Va considerato inoltre che oggi le normative sono sempre più stringenti e prevedono locali destinati a spogliatoi e servizi igienici distinti tra uomini, donne e disabili. Va poi tenuto conto della destinazione urbanistica con cui erano nati questi ambienti che quasi sempre rende necessario richiederne il cambio.

La parte strutturale è certamente quella che pesa di più, anche perché si interviene su edifici nati in un contesto normativo che poi in Italia, a seguito dei drammatici eventi sismici che si sono verificati negli ultimi 20 anni, è stata drasticamente modificata ed inasprita. Ogni volta, dunque, che

interventiamo su un edificio, non solo di tipo Baccocchi, dobbiamo riconsiderare la rispondenza delle strutture esistenti agli aggiornamenti normativi in essere, procedendo attraverso un rilievo delle preesistenze con conseguente adeguamento sismico delle stesse.

Dunque, gli impatti da un punto di vista amministrativo e strutturale sono complessi. Spesso operiamo poi in zone vincolate, dove è necessaria una autorizzazione paesaggistica o archeologica o dove, nel caso di Roma, ci dobbiamo interfacciare con la sovrintendenza capitolina soprattutto in ambito "centro storico", che è soggetto a tutele particolari. Giusto per dare un'idea, parliamo di autorizzazioni anche per lievi modifiche, come



PRIMA



DOPO

LE MODIFICHE HANNO RICHIESTO UN RIPENSAMENTO DELLE STRUTTURE, DEI PROSPETTI OLTRE CHE DELLE VIE DI COLLEGAMENTO TRA I PIANI. UN ESEMPIO DI PRIMA E DOPO I LAVORI.

il prospetto di una finestra per rendere più luminosi locali che un tempo, essendo officine o aree lavaggio, avevano solo un'apertura per l'ingresso delle vetture.

Un altro aspetto importante riguarda la sorvegliabilità dei pubblici esercizi e le vie di esodo, che devono essere adeguate alla nuova configurazione degli spazi.

Va considerata, infine, e non certo per minori impatti e importanza, l'evoluzione della normativa ambientale a cui come azienda siamo particolar-



A DESTRA ROBERTO SALADINI E ANDRZEJ TARLOWSKI, RESPONSABILE STANDARD CONTRATTI, ATTUAZIONE TECNICA E MANUTENZIONE RETE ENILIVE.

o pratico, ma anche normativo. Ad esempio, il trattamento dell'aria e dei fumi di estrazione è fondamentale per garantire sicurezza ed allo stesso tempo un ambiente estremamente confortevole. Per ottenere questo, abbiamo utilizzato delle macchine dal peso considerevole che hanno un impatto notevole su un solaio all'interno di un fabbricato realizzato negli anni '50 o '60. Per questo motivo, nello store ALT di Ostia abbiamo dovuto realizzare delle strutture in metallo che potessero sostenere il peso delle macchine.

Nel tempo abbiamo sviluppato diversi standard per la realizzazione delle cucine: una cucina completa; una cucina ridotta di tipo uno e una ridotta di tipo due, a seconda del menu più o meno ampio che desideriamo proporre. Siamo arrivati addirittura ad immaginare, soprattutto per l'estero, una soluzione di front cooking: cucine a vista all'interno del locale prive di bancone. Abbiamo già identificato le prime tre posizioni: due in Germania e una in Austria, in cui stiamo provando soluzioni di questo genere, introducendo qualcosa di ancora più innovativo.

Cosa ha significato tutto questo a livello di organizzazione del processo?

Tutte queste novità hanno portato a dotarci di nuovi standard progettuali, specifiche e strumenti contrattuali. Penso alle attrezzature ma anche agli arredi. Non tutte le imprese che utilizzavamo per la realizzazione dei nostri impianti carburante avevano poi delle competenze specifiche per realizzare dei locali Food. Per questo motivo, abbiamo aperto al mercato con manifestazioni di interesse per individuare nuovi fornitori, e proprio recentemente abbiamo lanciato le prime sei gare, complete di progettazione esecutiva, con l'obiettivo di rea-

mente attenti. Anche qui le norme e i controlli sono estremamente severi, fatti con il coinvolgimento degli Enti di controllo, con impatti significativi sui tempi di realizzazione.

Dalla progettazione di impianti petroliferi alla creazione di cucine professionali per gli store ALT Stazione del Gusto. Che impatto ha avuto questo percorso di rinnovo sul modus operandi di realizzazione di questi spazi?

La novità ha riguardato anche l'organizzazione e i nostri procedimenti interni, perché siamo partiti da zero in materia di progettazione ed arredamento di cucine professionali. Siamo un'azienda che lavora seguendo procedure e processi, e quindi ci siamo

dovuti strutturare per acquisire strumenti che non avevamo. Nel caso di ALT, si tratta di un progetto dietro al quale c'è uno studio molto preciso e raffinato per arrivare alla produzione di un alimento "rinvenuto". Il processo richiede cucine progettate sapientemente, con spazi studiati per rispettare l'ergonomia di chi vi lavora, e macchine, indicate specificatamente dallo chef Romito, per rispettare i canoni dei suoi processi. Ci siamo dotati di figure specifiche per il settore Food, ad esempio di un Kitchen Designer: una professionalità che non avevamo né internamente né tra i professionisti di cui ci avvaliamo, dotati prettamente di un background in ambito petrolifero. La realizzazione delle cucine, poi, non riguarda solo un aspetto estetico



OGNI VOLTA CHE INTERVENIAMO SU UN EDIFICIO, DOBBIAMO RICONSIDERARE LA RISPOSTA DELLE STRUTTURE ESISTENTI AGLI AGGIORNAMENTI NORMATIVI IN ESSERE.

lizzarle entro l'anno. Abbiamo modificato l'approccio contrattuale, passando da contratti quadro che venivano preventivamente assegnati a ditte con requisito oil, al modello di Master Agreement, cioè dei contratti che abilitano le imprese selezionate e qualificate a partecipare alle gare per la realizzazione dei nuovi siti, permettendoci di trovare il miglior assegnatario per ogni progetto alle migliori condizioni di prezzo. Abbiamo dovuto fare un gran lavoro di squadra con i colleghi delle funzioni di approvvi-

gionamento, qualifiche ed HSE, che ringrazio. Ci siamo dotati anche di una nuova organizzazione interna dedicata, che non avevamo.

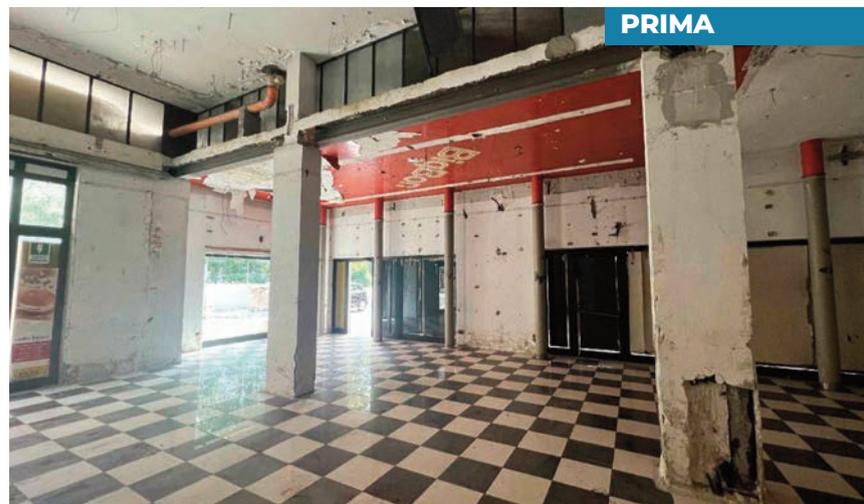
Anche il Food, come tutto il resto, in Eni sottostà ai principi e agli obiettivi di sostenibilità.

Sì, certo. Le cucine di ALT richiedono tra i 70 e i 90 KW di potenza, mentre un impianto con solo rifornimento mediamente assorbe appena 10 KW. A fronte di questo, cerchiamo di attuare soluzioni sostenibili proprio per ridurre l'impatto. A Ostia, per esempio, abbiamo installato con i colleghi di Plenitude, un impianto fotovoltaico da 18 kWp con accumulo a batteria da 50 KW, che ci consente di utilizzare con maggiore flessibilità l'energia

prodotta compensandola con l'accesso alla rete. Pensiamo di attuare questa soluzione anche in altri locali. Presso l'ALT di Roma Eur, invece, dove non si possono realizzare soluzioni di impatto sulla struttura, proprio perché vincolata, stiamo lavorando, come altrove, con il solare termico, producendo l'acqua calda attraverso energia solare. Utilizziamo inoltre sistemi di condizionamento che recuperano parte dell'energia termica del locale (aria calda e fredda) al fine di ridurre l'impatto energetico ed ambientale della struttura.

Stiamo studiando infine soluzioni tecnologiche smart per gestire i consumi della cucina risparmiando energia.

Passando invece al progetto di rin-



novamento degli Eni Café, quali sono state le modifiche relative al restyling?

Il restyling degli Eni Café è un processo che stiamo portando avanti da un po'. Questo è il terzo anno, quasi certamente l'ultimo, in cui completeremo il rinnovo di tutta la nostra rete, dandole un'unica identità. Si tratta di un refresh estetico, per cui abbiamo avviato un rebranding interno dei locali, in modo da dare unicità alla catena, e cambiato l'allestimento dell'arredo. In questo modo, si rafforza, sia in Italia che all'estero, una riconoscibilità per il cliente.

Nello specifico, siamo intervenuti sulle pavimentazioni, con un gres dai colori chiari in contrasto con le pareti a sfondo marrone. Abbiamo rinnovato

i controsoffitti dei locali dotandoli di illuminazione led. Siamo intervenuti con pellicolature di arredi e banconi, con una colorazione bianca che porta i nostri loghi; in molti casi li abbiamo completamente sostituiti. Abbiamo dotato i locali di audio diffusione, wi-fi e smart TV. Trasversalmente a tutto il progetto Food, poi, abbiamo lavorato molto a livello di automazione, realizzando una App – ormai pronta e in fase di rilascio – che servirà per le ordinazioni, e i kiosk (totem multimediali touch screen) che facilitano le ordinazioni e il pagamento. Li utilizzeremo anche per vendere i nostri servizi.

Il rinnovo dei locali riguarda anche i servizi igienici, un elemento importante nell'offerta al cliente.

Certo, abbiamo rivisto completamente lo standard dei nostri bagni, introducendo nuove soluzioni moderne e confortevoli per migliorare l'esperienza dei nostri clienti. I servizi igienici sono un biglietto da visita per chi entra in un bar, specie se presente in una stazione di servizio. Se un cliente sa di poter trovare in una nostra stazione un servizio igienico pulito e confortevole, sarà più propenso a fermarsi lì piuttosto che altrove. Investire nella qualità dei servizi igienici non solo migliora la percezione del nostro brand, ma contribuisce anche a fidelizzare i clienti, offrendo loro un motivo in più per scegliere le nostre stazioni di servizio durante i loro viaggi.

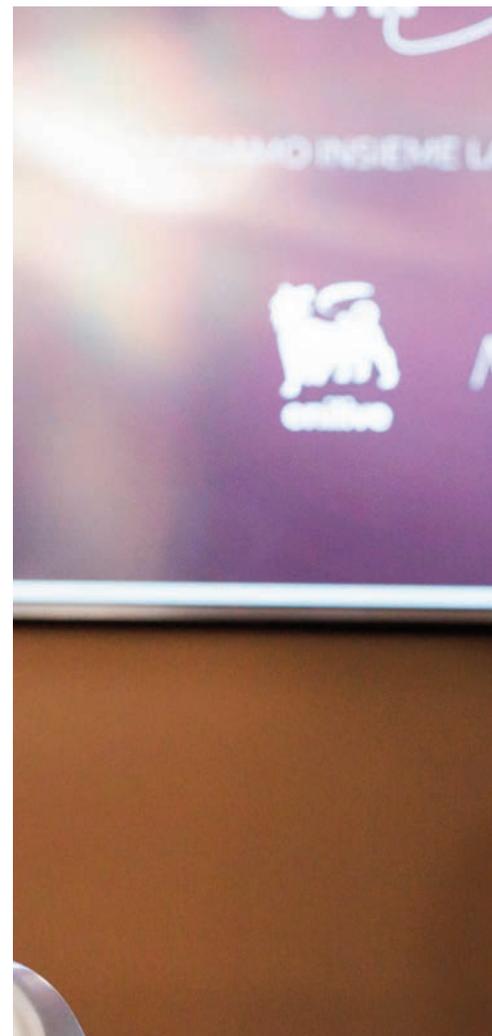
L'Accademia fondata dallo chef pluristellato Niko Romito, dopo il successo del progetto ALT Stazione del Gusto, ha collaborato con Enilive per sviluppare l'evento formativo rivolto al personale e agli store manager degli Eni Café. L'obiettivo è definire il nuovo standard per le circa 1200 caffetterie in Italia e in Europa, puntando su qualità e innovazione culinaria. Con il Direttore dell'Accademia Fabio Bucciarelli abbiamo ripercorso l'esperienza vissuta insieme agli store manager

IL FOOD RAPPRESENTERÀ uno degli elementi centrali nella strategia di riposizionamento e restyling dell'intera rete di Enilive Station. Questo avanzamento è frutto di una attenta valutazione delle esigenze di chi viaggia, che richiede esperienze di sosta sempre meno "mordi e fuggi" e sempre più contrassegnate dalla qualità della proposta alimentare e servizi di livello eccellente. A supportare Enilive in questo percorso di trasformazione è l'Accademia Niko Romito, la Scuola di Alta formazione e Specializzazione professionale fondata nel 2011 dallo chef pluristellato. L'Accademia ha già collaborato con Enilive per il progetto di realizzazione dei ristoranti ALT Stazione del Gusto. Abbiamo chiesto al direttore dell'Accademia, Fabio Bucciarelli, come questa collaborazione si estenda ed entri a pieno titolo nel piano di rinnovamento degli Eni Café, anche grazie alla partecipazione attiva dei formatori di Accademia durante il progetto di formazione che si è svolto nella sede Eni di Castel Gandolfo. "Il nostro rapporto di collaborazione con Enilive – sottolinea Bucciarelli – si fonda su basi solide, avviate ormai quasi due anni fa e poi consolidate grazie al progetto ALT Stazione del Gusto. Questo ci ha permesso di apportare l'esperienza e l'eccellenza culinaria dell'Accademia anche al progetto Eni Café".

Passiamo invece alla formazione del personale: in che modo avete organizzato e strutturato insieme a Enilive le masterclass gastronomiche per ga-

rantire un contributo pratico significativo ai partecipanti?

I nostri docenti hanno impartito lezioni su personal branding, visual food, marketing e comunicazione e sicurezza alimentare. Ma il nostro contributo maggiore è stato sicuramente quello pratico. Grazie a un'organizzazione meticolosa e all'allestimento dei grandi tavoli da cucina, dotati di tutti gli strumenti necessari messi a disposizione da Enilive, abbiamo potuto svolgere vere e proprie masterclass gastronomiche. Queste non solo illustrano la tipologia di alimenti uti-



UN'ACCADEMIA A MISURA DI ECCELLENZA

DI GIANCARLO STROCCHIA



lizzati e l'importanza di una composizione tecnicamente scrupolosa dei panini, ma anche come effettivamente procedere alla loro realizzazione, prestando attenzione agli abbinamenti di sapori e colori degli alimenti, nonché alla loro presentazione.

L'Accademia Niko Romito ha anche ideato la nuova proposta di panini e degli Eni Café. In che modo l'offerta è stata ripensata e come è stata illustrata durante la formazione a Castel Gandolfo?

Enilive ci ha chiesto un supporto professionale ed esperienziale per ripensare la proposta food degli Eni Café, basandoci su alcuni riferimenti concettuali e pratici ben definiti. Prima di tutto la qualità. L'idea di fondo è che i clienti possano ritrovare nell'offerta food degli Eni Café gli elementi di eccellenza, genuinità e territorialità che distinguono la tradizione italiana. In secondo luogo, abbiamo operato affinché lo stesso livello di eccellenza e predisposizione dei panini fosse

diffuso in ogni singolo Eni Café, sia in Italia che all'estero, garantendo ai clienti le stesse caratteristiche e sapori lungo tutta la Penisola. Durante la formazione i nostri chef hanno quindi illustrato a tutti i gestori (store manager) come raggiungere questi obiettivi attraverso la scelta di materie prime di qualità e una preparazione attenta e accurata.

Quali sono i valori di Accademia Niko Romito che sono stati trasferiti ai partecipanti delle varie sessioni formative?

Tra i valori distintivi dell'Accademia Niko Romito, che abbiamo inteso trasmettere nel corso di queste settimane, ci sono sicuramente il senso di appartenenza e l'importanza imprescindibile del lavoro di squadra. Inoltre, i concetti di standardizzazione e innovazione che devono essere alla base dell'offerta gastronomica di tutti gli Eni Café, e quello di collaborazione sinergica per conseguire risultati di eccellenza. Infine, abbiamo potenziato

la percezione di "familiarità" e calda accoglienza che il cliente deve ritrovare sempre all'interno degli Eni Café, affinché ogni sosta si trasformi in una esperienza gradevole non solo per il palato ma anche per lo spirito.

Qual è il bilancio dell'Accademia Niko Romito rispetto all'esperienza da poco conclusa?

Sicuramente molto positivo. Abbiamo verificato sul campo l'efficacia delle dinamiche e dei programmi di formazioni studiati per un più di un anno con la squadra di Enilive, calibrando il nostro contributo anche sui feedback raccolti durante le sessioni formative. Abbiamo applicato un modello bidirezionale, ponendoci sempre in un atteggiamento di ascolto dei numerosi feedback ricevuti dagli store manager, scaturiti dalla loro esperienza quotidiana. Abbiamo prestato attenzione a far sì che tutti si sentissero a proprio agio e motivati a intraprendere un percorso entusiasmante e trasformativo, in un contesto completamente estraneo alla loro quotidianità. La squadra degli Eni Café è la linfa vitale di questo progetto, la chiave del suo successo. Questo percorso unico conduce Eni Café a un cambiamento radicale a cui siamo orgogliosi di aver contribuito.

Quale valore aggiunto ha apportato, a suo avviso, una location così prestigiosa?

La sede Eni di Castel Gandolfo, con il suo prestigioso archivio storico, è stata davvero ispirante. La storia stessa di Eni e del suo fondatore, Enrico Mattei, è un chiaro esempio di come affrontare ogni tipo di cambiamento con coraggio e resilienza, sostenuti dalla conoscenza del mercato e degli interlocutori. Il lago ha rappresentato una metafora della vita; alle nuvole e alle increspature sono seguiti cieli sereni e soleggiati. Noi desideriamo che la stessa solarità, insieme all'eccellenza e al gusto delle proposte gastronomiche, accolgano ogni giorno tutti i clienti degli Eni Café.



UNA RIVOLUZIONE DAL SAPORE DI ECCELLENZA

DI **NERINA DI NUNZIO**
DOCENTE FORMATORE
ACCADEMIA NIKO ROMITO

Non si vendono più prodotti o servizi, ma un'esperienza completa che coinvolge il cliente in movimento offrendogli una pausa conveniente e di qualità.

Il format stilistico e organizzativo è standardizzato, ma a fare la differenza saranno gli store manager con il loro modo di dare il benvenuto e il loro spirito imprenditoriale

IL MONDO STA CAMBIANDO e così cambiano anche gli Eni Café.

Oggi la catena degli Eni Café ha le carte in regola per attrarre nuovi clienti e sfatare il pregiudizio sui bar delle stazioni di servizio.

Non si vendono più prodotti o servizi, ma un'esperienza completa che coinvolge il cliente in movimento e lo aiuta a sperimentare una pausa conveniente e di qualità, una pausa veloce e genuina, dove ristorarsi, riposare, ricaricarsi e impiegare al meglio il tempo di sosta.

Gli Eni Café seguono sempre di più un format stilistico e organizzativo deciso dal brand Enilive; in questa standardizzazione si garantisce al cliente, che diventa ospite, di vivere la stessa esperienza di valore in tutte le location appartenenti all'insegna in Italia e in Europa. L'esperienza è sicura per la propria salute, di livello e corretta nel rapporto qualità/prezzo. Saranno poi gli store manager a fare la differenza con il loro modo di dare il benvenuto alle persone e quello di rapportarsi e collaborare con Enilive con spirito imprenditoriale e propositivo. Sono gli store manager ad essere i veri detentori dell'offerta sul territorio e solo con la loro completa aderenza al progetto si potranno raggiungere i risultati desiderati.

L'evento di Castel Gandolfo che lancia il nuovo Eni Café offre anche un corso proposto da Accademia Niko Romito operativo, pratico, altamente stimolante e di crescita personale. Non solo banchi di cucina dove preparare tutti i panini inseriti nel menu, non solo lezioni di metodo in cucina per la conservazione e preparazione di tutta l'offerta, ma una grande parte teorica che arricchisce il bagaglio di informazioni per tutto il personale. Nel dibattito con gli store manager presenti ogni giorno per due mesi a Roma, i docenti e gli chef di Accademia Niko Romito e lo staff di Enilive hanno costruito una struttura solida dove l'accoglienza e il servizio sono al centro dell'attenzione per il cliente.

Più l'esperienza dell'automobilista e in generale del pubblico "on the go" sarà positiva, più avremo la possibilità di fidelizzare i clienti e farli tornare. In ottica motivazionale gli store manager sono invitati a esplorare le tecniche di comunicazione interna (quella con se stessi) ed esterna (quella



relazionale) per fortificare le proprie competenze, congratularsi con se stessi per l'operato svolto fino ad oggi e riscoprire le risorse necessarie per questo importante cambiamento.

In aula si utilizzano elementi di programmazione neurolinguistica e coaching, si affronta il tema del cliente dal punto di vista dei sistemi rappresentazionali (visivo, uditivo e cinestetico) e sul valore della comunicazione nel punto vendita.

A supporto di questi strumenti ci sono le ricerche di mercato sulle abitudini degli italiani relative alla prima colazione, al light lunch e all'importanza del bar in generale come punto di incontro e luogo sociale per eccellenza. Il caffè si pone al centro della nostra riflessione, come prodotto iconico e convincente. Bere un buon caffè può cambiare l'esito di una riunione, di un incontro o di un'intera giornata.

In particolare, è da sottolineare nel mercato del "fuori casa" il generale trend salutistico del momento storico in cui tutti sono molto più attenti alla propria salute e alle scelte di consumo. Si affaccia prepotente la tendenza alla prima colazione salata (consigliata dai nutrizionisti) e a un cambio generale delle abitudini. Si mangia meno e con maggior frequenza, a volte si salta la cena. Tra le novità c'è infatti anche l'inserimento del momento aperitivo pre-pranzo e pre-cena, una consuetudine tutta italiana che coinvolge la popolazione dai 18 ai 76 anni e che può portare nuovo fatturato negli Eni Café.

NELLA FOTO, NERINA DI NUNZIO, DOCENTE FORMATORE, ACCADEMIA NIKO ROMITO.

Accoglienza, sorrisi, divise non solo indossate, ma soprattutto vissute come vero e proprio simbolo di appartenenza a un brand tutto italiano. L'Italia è sicuramente uno dei valori aggiunti della catena Eni Café. Tutti i fornitori sono italiani al 100%. Essere italiani è sinonimo di cultura, tradizioni, radici, paesaggi, bellezza del territorio e delle persone che lo popolano con la loro simpatia e capacità di vivere sempre in maniera ottimistica e intraprendente. Sono soprattutto gli italiani oggi a credere nel Bel Paese e il "Made in Italy" è strumento di vendita non solo all'estero. Oggi il Made in Italy si trasforma in "Sense of Italy", di fronte all'invasione dei prodotti provenienti da tutto il mondo, il prodotto italiano risulta più sicuro e più desiderabile. Gli Italiani amano la propria civiltà e in qualche modo la sopravvalutano e per loro comprare italiano è diventato un fatto etico. Il consumo di prodotti e servizi italiani è un consumo critico positivo per supportare imprese, lavoratori e famiglie italiane. "Aiutiamoci a casa nostra" è la frase che scatta al momento dell'acquisto. Il nostro è un vero e proprio orgoglio campanilistico nazionale di cui andare fieri. Eni Café può puntare su questo e molto altro. Staremo a vedere.

Dalle numerose voci di store manager degli Eni Café e delle persone Enilive raccolte a margine dell'evento di Castel Gandolfo, emerge un chiaro e sentito consenso verso il proseguimento del percorso di trasformazione che individua, nell'eccellenza dei referenti e nel dialogo costante, le sue leve principali di interesse

IL CONSENSO CHE PARTE DAL CUORE

DI **GIANCARLO STROCCHIA**

NON È UN'ESAGERAZIONE AFFERMARE che l'evento formativo di Castel Gandolfo sia stato vissuto in un clima di "festa". Pur tra momenti di impegno e concentrazione, l'atmosfera è stata sempre permeata da grande entusiasmo e allegria. I partecipanti hanno espresso la propria soddisfazione e l'apprezzamento per l'organizzazione, i moduli di apprendimento, l'allestimento della cooking class e, ovviamente, la location incantevole. Inoltre, alla fine di ogni sessione pratica, staff e partecipanti hanno avuto modo di testare e gustare le numerose proposte gastronomiche preparate "in tempo reale".

LA PRESENZA DI ACCADEMIA NIKO ROMITO

Prestigiosa, un riferimento d'eccellenza, un canale di apprendimento e d'esperienza incomparabile. A nessuna delle oltre mille persone che hanno attraversato i cancelli di Villa Montecuccio è sfuggito il contributo d'eccellenza apportato dagli chef e dai formatori di Accademia Niko Romito.

“Un valore aggiunto evidente quello offerto da Accademia Niko Romito - sottolinea **Simona D'Andria**, Responsabile zona vendite nord ovest di Enilive - che si inserisce in un contesto nuovo per la nostra azienda che proviene da un settore totalmente diverso, quello del carburante. Un contributo prezioso che si è rispecchiato nella preparazione degli chef che ci hanno guidato nelle preparazioni”.



TRA COOKING CLASS E ESPERIENZE "IN AULA" LE SESSIONI DI FORMAZIONE HANNO COINVOLTO OLTRE MILLE TRA STORE MANAGER ENI CAFÉ E PERSONALE ENILIVE. IN GENERALE, TUTTI I PARTECIPANTI HANNO MANIFESTATO

SODDISFAZIONE PER UN'ESPERIENZA UNICA CHE HA OFFERTO L'OCCASIONE DI CONOSCERSI, CONFRONTARSI E APPREZZARE LE LINEE GUIDA DI QUELLA CHE SI PREANNUNCIA COME UNA VERA "RIVOLUZIONE".



“Un’iniziativa più che positiva, sotto tutti i punti di vista – ha sottolineato **Stefania di Battista**, store manager di Pescara – sono rimasta particolarmente contenta delle sessioni pratiche con Accademia Niko Romito. Per me, che gestisco il mio Eni Café solo da un anno e mezzo, è stata un’occasione particolarmente preziosa che mi ha insegnato tanto. Sono sicura che i clienti apprezzeranno la varietà della proposta e la qualità dei nuovi ingredienti che troveranno nei panini”.

LA CRESCITA CHE PASSA ATTRAVERSO IL DIALOGO

Approfondire le dinamiche gestionali di un Eni Café e comprendere meglio le esigenze di chi quotidianamente affronta i complessi meccanismi di una grande o piccola Enilive Station sono stati obiettivi fondamentali del corso. Il coinvolgimento

nel percorso formativo delle persone Enilive direttamente impegnate nel rapporto con i gestori ha sicuramente offerto un’occasione per conoscersi meglio e migliorare il dialogo reciproco.

“Conoscere i passaggi per la preparazione di un buon piatto o di un panino gustoso ci consente di rendere più produttivo il rapporto con gli store manager – dichiara **Aniello Falanga**, Coordinatore zone vendita nord est di Enilive – e, di conseguenza, offrire un miglior servizio a tutti i clienti”.

La differenza principale, rispetto a prima di questa bella esperienza a Castel Gandolfo – sostiene **Angelo Bruni**, Responsabile zona vendite centro sud - è che ora potremo contare su una visione differente quando visiteremo gli Eni Café e potremo supportare gli store manager contribuendo in maniera più consapevole alla valutazione dell’offerta negli Eni Café”.

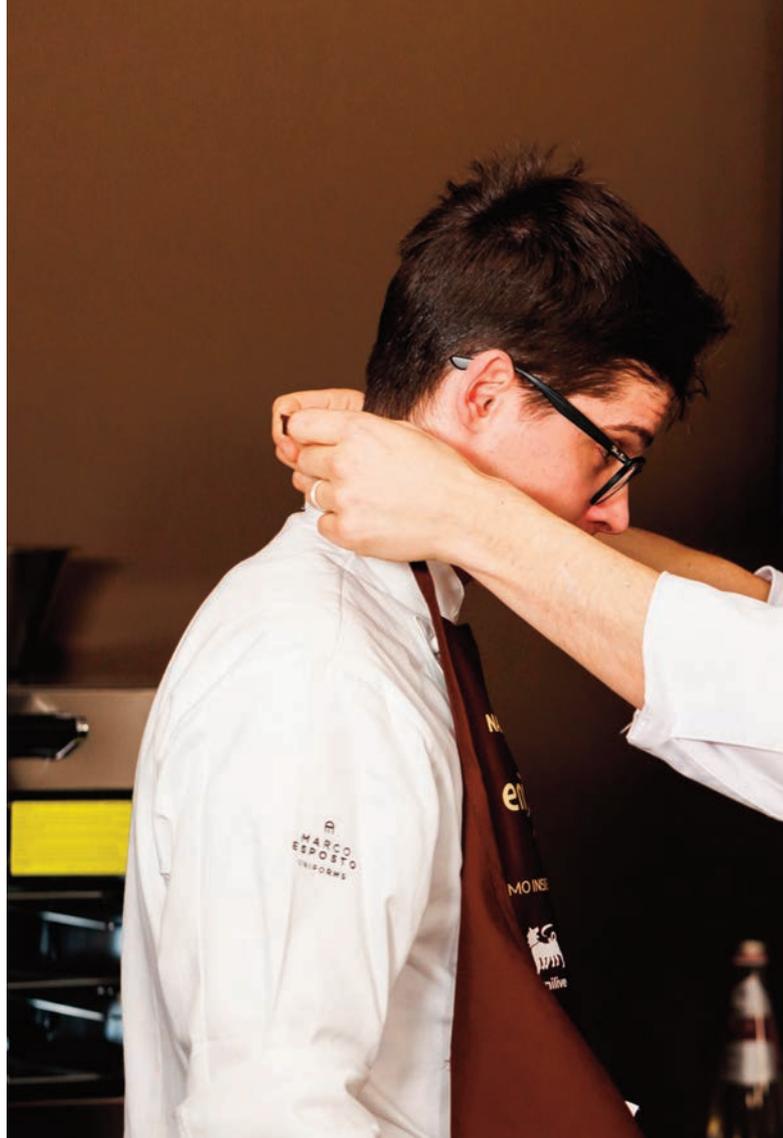
UN CIRCOLO VIRTUOSO DI CONOSCENZE E DI BUONE PRATICHE

I numeri relativi ai partecipanti all'evento formativo di Villa Montecucco dovranno essere rivisti al rialzo. Infatti, anche se indirettamente, coloro i quali beneficeranno dell'esperienza e delle competenze diffuse durante i momenti di confronto a Castel Gandolfo saranno molti di più dei quasi mille che hanno partecipato fisicamente alle cooking class.

“ La diffusione su tutto il territorio nazionale di un'offerta standardizzata presso le circa 600 Enilive Station dotate di Eni Café - commenta **Omar Maiolini** Responsabile zona vendite nord est - sarà molto apprezzata dai clienti, che potranno trovare la stessa qualità in tutti i punti vendita, dalla Valle d'Aosta alla Sicilia.”

“ La qualità e la sicurezza saranno alcuni dei maggiori punti di forza della nuova offerta - secondo **Bruna Giovannetti**, store manager di Città Sant'Angelo, - Il cliente troverà dei nuovi panini fatti “su misura” per lui, che potrà scegliere con maggiore sicurezza, certo degli ingredienti di qualità presenti all'interno”.

“ **Francesco Lo Parco** Commerciale Area Nord Ovest: “Un Eni Café è un luogo di incontro. Sono sicuro che grazie a questo progetto di trasformazione gli Eni Café cresceranno molto e diventeranno veramente un centro di riferimento per chiunque voglia prendere un caffè, fare una colazione o un pranzo veloce”.



INTERESSANTE LA TEORIA MA PIACE LA PRATICA

Grande affermazione delle cooking class. Se le nozioni teoriche su sicurezza e sanificazione sono ritenute essenziali per una perfetta conduzione degli Eni Café, un gradimento particolare hanno riscosso le cooking class sulla preparazione della nuova offerta con gli chef e i formatori di Accademia Niko Romito.

“ **Luciano Di Simone**, Penne (Pescara) racconta: “Io, dal 1985, sono gestore di una Enilive Station. Dal '93 gestisco anche il bar, quindi negli anni ho assistito alla trasformazione che c'è stata, dal primo bar Agip all'attuale Eni Café. L'innovazione è indispensabile per poter migliorare, e quando ci sono corsi di formazione, sono ben lieto di partecipare. Come dice il vecchio proverbio “Non si finisce mai di imparare!” E prosegue: “Tutto quello che abbiamo imparato in questi due giorni è stato molto interessante per noi, dall'incontro con l'azienda e i fornitori, alla parte pratica con lo staff dell'Accademia Niko Romito. Ora non vedo l'ora di applicare nella quotidianità tutto quello che ho imparato”.





“**Davide Camaioni e Jasmine Di Luigi** sono una giovane coppia che gestisce un impianto a Corropoli. “Mi aspetto che la nuova offerta attragga anche nuovi clienti” dice Jasmine, che lavora al bar da ora di pranzo alla chiusura “quindi anche il nostro approccio con la clientela cambierà”. La cosa che colpisce di più i giovani fidanzati è la varietà della nuova offerta che consentirà ai clienti abituali di variare ogni giorno la loro scelta.

“**Luigi Di Francesco** store manager di Roseto degli Abruzzi ne è convinto: “Da questa esperienza ho imparato tantissimo ma adesso il compito più importante sarà portare a casa tutte le conoscenze acquisite e trasmetterle ai miei collaboratori per poterle attuare al meglio nel punto vendita”.

UN MODELLO CHE SARÀ ESPORTATO ANCHE ALL'ESTERO

Il lancio del nuovo Eni Café rappresenta un pilastro fondamentale della strategia Enilive, destinato a valorizzare ulteriormente anche la rete internazionale dell'azienda. Anche i responsabili delle consociate estere hanno le idee chiare sul futuro di Eni Café nei rispettivi paesi.

“**Andrea Ginster**, Responsabile Non-Oil Rete di Enilive Deutschland GmbH, evidenzia l'importanza di Eni Café per il mercato tedesco: “Eni Café è un focus importante della strategia Enilive. Sarà un elemento di ulteriore valorizzazione della nostra rete anche in Germania, una base forte per rilanciarci verso un futuro importante”.

“**Johann Hochuli**, Responsabile Non-Oil Enilive Suisse S.A., riflette sull'impatto positivo della formazione ricevuta a Castel Gandolfo: “La formazione ci ha dato tutte le risposte alle domande che avevamo. Sia la parte teorica che quella pratica del corso di due giorni sono state svolte molto bene. La preparazione, la qualità del materiale di supporto e la dimostrazione dal vivo sono state di altissimo livello! Non ho mai visto nulla di simile. Siamo tornati in Svizzera con nuove conoscenze e, soprattutto, con un livello di motivazione molto da trasmettere coinvolti nell'implementazione. Lavoreremo con il massimo impegno per realizzare nel 2024 il Nuovo Eni Café per Enilive Svizzera”.

“**Anche Patrick Borer**, Gastronomy Specialist di Enilive Suisse S.A., è entusiasta di mettere in pratica ciò che ha appreso: “Sono stati due giorni intensi, in cui abbiamo visto grande professionalità nell'insegnamento. Mettere in pratica tutto quello che abbiamo imparato sarà un compito piacevole e tutto il personale e i gestori di Enilive Svizzera contribuiranno pienamente al progetto”.

“**Mario Puts**, Non Oil Coordinator di Enilive Austria, sottolinea l'ottima organizzazione dell'evento di Castel Gandolfo e il potenziale dei nuovi prodotti italiani per il mercato austriaco: “gli austriaci apprezzano profondamente il cibo italiano. L'integrazione di questi prodotti nella nostra offerta food sosterrà la nostra strategia di marketing promuovendo lo stile italiano. I nostri clienti vivranno una vera esperienza italiana presso le Enilive Station in Austria”.

UNA SVOLTA DA PRIMA PAGINA

Il grande evento formativo promosso da Enilive presso la sede Eni di Castel Gandolfo ha suscitato, come era prevedibile, il legittimo interesse degli organi di stampa, specializzati e non. Una risonanza che conferma la straordinarietà di un appuntamento che rimarrà impresso nella memoria storica dell'azienda

C'ERA DA ASPETTARSELO. Oltre mille persone che indossano un copricapo da chef per provare la propria abilità nel riproporre, dietro il banco d'acciaio scintillante di una cooking class, la preparazione di un panino o uno snack fanno notizia, nell'accezione più positiva dell'espressione. A parte le battute, sicuramente nessun organo di stampa, soprattutto se specializzato nel settore della distribuzione, si sarebbe fatto sfuggire un appuntamento che sulla carta si annunciava storico e che sicuramente non ha smentito le aspettative. Tante, infatti, le testate che hanno voluto raccontare la svolta degli Eni Café che stava andando in scena a Villa Montecucco, riportando la cronaca di giornate che avrebbero riscritto la storia del travel retail.

FOOD&WINE ITALIA →

Pubblicazione specializzata sui temi della moderna distribuzione, costola italiana di una delle più rinomate testate internazionali di settore, ha sottolineato l'innovatività di un modello formativo inedito e straordinario "finalizzato a preparare il personale in previsione delle novità che coinvolgeranno 600 Eni Café dello Stivale e, nei prossimi mesi, anche altrettanti punti vendita in Europa".

"Un'iniziativa - come sottolinea la testata - che per Enilive s'inserisce in un quadro più ampio di rinnovamento di un'offerta scalabile, in cui la ristorazione ha sempre più un ruolo centrale...che punta a una capillare trasformazione della rete di stazioni di servizio...che ogni giorno accolgono più di un milione e mezzo di clienti".

FOOD&WINE

ITALIA



News

Accademia Niko Romito formerà il personale degli Eni Café

4 Aprile 2024 | Redazione

Con un programma di 40 giornate di lezione, 320 ore tra teoria e cooking class, fino a metà maggio la scuola di alta formazione e specializzazione professionale dello chef abruzzese seguirà il progetto della più grande catena di bar in Italia.

In occasione dell'inaugurazione di **Alt - Stazione del Gusto** a Roma Eur (a cui è poi seguita **Apertura a Ostia**), che ha sancito la collaborazione tra **Enilive** e lo chef **Niko Romito**, il responsabile commerciale e marketing di **Enilive Giovanni Maffei** ha sottolineato come i già esistenti **Eni Café** funzionassero molto bene per l'offerta di colazione e caffetteria. Oggi a dare una visione ancora più alta di queste caffetterie-shop, pensate per "una pausa conveniente e di qualità", è un nuovo progetto di formazione, che suggella l'intesa tra **Accademia Niko Romito** e la più grande catena di bar italiana.

Partirà proprio in questi giorni l'innovativo modello suddiviso in **40 giornate formative**, per un totale di **320 ore tra lezioni teoriche e cooking class** fino a metà maggio, finalizzate a preparare il personale in previsione delle novità estive che coinvolgeranno **600 Eni Café dello Stivale e, nei prossimi mesi, anche altrettanti punti vendita in Europa**. Chi segue questi corsi? Al momento sono 640 persone, tra manager e staff degli Eni Café, i quali parteciperanno alla masterclass organizzata nella sede storica di Eni, quella a Castel Gandolfo, alle porte della Capitale. Un'iniziativa che per Enilive s'inserisce in un quadro più ampio di rinnovamento di un'offerta scalabile, in cui la ristorazione ha sempre più un ruolo centrale (stessa motivazione che ci ha spinto ad assegnare il nostro premio "Innovazione del cibo" ad Alt-Enilive), che punta a una capillare trasformazione della rete di stazioni di servizio - su 5mila punti vendita in Europa oltre 4mila sono in Italia e ogni giorno accolgono più di un milione e mezzo di clienti.

La scuola di alta formazione e specializzazione professionale dedicata al mondo della ristorazione e della cucina dello chef abruzzese formerà la nuova offerta declinata per i diversi momenti di consumo della giornata, dalla colazione al light lunch fino all'aperitivo, con un menu basato su prodotti di qualità che varieranno in base alla stagionalità e alla territorialità.

Gradualmente qualcosa è stato già fatto. Negli ultimi anni le Enilive Station sono diventate, ad esempio, "mobility point" in grado di soddisfare un numero sempre maggiore di esigenze delle persone in movimento: oltre a un'ampia offerta di prodotti, tra cui HVOlution, il biocarburante diesel al 100% da materie prime rinnovabili, il bio-CPL e il biometano, idrogeno e elettrico, le stazioni Enilive danno ai propri clienti l'opportunità di ottimizzare la sosta per il rifornimento trasformandola in un'occasione in cui utilizzare anche servizi, basti pensare ai di prossima Emporium, i punti Telepass, il car sharing Enjoy, il pagamento dei bollettini postali e il ritiro dei pacchi postali in appositi locker.

A guidare questi due mesi di formazione su temi come branding, competenze degli operatori, riconoscibilità, visual food, marketing e comunicazione, saranno il direttore dell'Accademia **Fabio Bucclarelli**, lo chef **Claudio Bellavia**, da 15 anni nel team di Niko Romito, l'esperto di Haccp per la sicurezza alimentare **Roberto Lunella** e **Nerina Di Nunzio**, docente universitaria ed esperta di comunicazione e crescita personale.





CIBO

Una grande scuola di cucina ripensa gli Eni Café. Il bar del benzinai ora punta tutto sulla qualità

Continua il piano di investimenti di Eni, colosso dell'energia, all'interno delle proprie stazioni di rifornimento. Dopo la nascita del progetto ALT Stazione del Gusto con il chef Niko Romito, parte il corso di formazione gastronomica per i dipendenti di Eni Café.



Il colosso multinazionale italiano del settore energetico Eni da tempo è protagonista di un corposo piano di investimenti che riguarda ristorazione e caffetteria. Il progetto si chiama da anni **Eni Café**, la catena di bar in franchising più grande d'Italia con oltre 600 punti vendita all'interno dei benzinai. Una rete capillare di caffetterie pensate per chi viaggia. E ora la novità, appena annunciata da Eni: si punta forte sulla formazione con una masterclass di due mesi per il personale degli Eni Café. Un passo in avanti da leggere anche alla luce dell'importante collaborazione messa in atto a settembre 2023 con il primo ALT Stazione del Gusto, insieme al chef stellato **Niko Romito**. Che avrà un ruolo centrale in questo nuovo processo aziendale che grazie a intensi processi di formazione punta alla qualità.



Parte il corso di formazione di Eni Café

Il corso di formazione per i dipendenti di Eni Café insieme ad Accademia Niko Romito

Il progetto, avviato in questi giorni, prevede una formazione capillare per il personale e i manager dei numerosi Eni Café in giro per l'Italia. Il corso di 40 giorni per un totale di 320 ore è stato sviluppato proprio insieme all'**Accademia Niko Romito**, già partner di Eni nel progetto ALT, nonché scuola di alta formazione e specializzazione professionale dedicata al mondo della ristorazione e della cucina inventata dal grande chef abruzzese. Obiettivo? Alzare l'asticella della qualità, attraverso lezioni teoriche, cooking class, momenti di incontro con professionisti del settore. Un investimento importante che punta sulla didattica aziendale anche alla luce degli ulteriori 600 punti venditi che nasceranno in tutta Europa a partire dai prossimi mesi. A partecipare saranno 640 persone, tra manager e personale degli Eni Café, che si ritroveranno negli spazi aziendali di Castel Gandolfo fino a maggio per ridisegnare la rete di servizio.



Una nuova proposta gastronomica per Eni Café.

“Un corposo piano di investimenti che riguarda ristorazione e caffetteria”. Una sintesi eloquente è quella che Roma Today, testata del circuito Citynews, utilizza per descrivere il progetto che sta progressivamente rivoluzionando il settore del travel retail e della ristorazione in movimento, grazie all'impegno di Enilive. “Un passo in avanti – spiega la testata – da leggere anche alla luce dell'importante collaborazione messa in atto a settembre 2023 con il primo ALT Stazione del Gusto, insieme allo chef stellato Niko Romito”. Un obiettivo, come sottolinea il giornale, utile ad alzare l'asticella della qualità, attraverso “un investimento importante che punta sulla didattica aziendale anche alla luce degli ulteriori 600 punti venditi che nasceranno in tutta Europa a partire dai prossimi mesi”.

FORTUNE ITALIA →

La testata economica internazionale enfatizza la “visione ambiziosa” che ha indotto Enilive a “trasformare la sede storica di Eni a Castel Gandolfo in una Masterclass per la formazione dei manager e del personale degli Eni Café, attraverso un percorso intensivo di due mesi”. Uno sforzo formativo senza precedenti “che coinvolge 640 persone, tra manager e personale degli Eni Café, che diventano i protagonisti di una trasformazione destinata a ridefinire l'offerta gastronomica nei 600 Eni Café in Italia e nei successivi 600 punti vendita in Europa”. Un rinnovamento che si inserisce in un contesto più ampio di “trasformazione delle stazioni di servizio Enilive in veri e propri “mobility point” in grado di offrire una vasta gamma di servizi ai clienti in movimento”.

FOOD

Il nuovo Eni Café arriva in Italia e sbarca in Europa, l'Accademia Niko Romito formerà il personale

di ANDREA NIERI
APRILE 4, 2024



Con il lancio del nuovo **Eni Café** (600 Eni Café in Italia, e nei prossimi mesi anche negli ulteriori 600 punti vendita in Europa), le stazioni **Enilive** (il colosso dell'energia italiana conta oltre 5.000 punti vendita in Europa dei quali oltre 4.000 in Italia, che ogni giorno accolgono più di un milione e mezzo di clienti) si preparano ad offrire un'esperienza gastronomica rivoluzionaria, mirata a soddisfare le esigenze delle persone in movimento. Per realizzare questa visione ambiziosa, la sede storica di Eni a Castel Gandolfo (nella foto in evidenza) si trasforma in una Masterclass per la formazione dei manager e del personale degli Eni Café, un percorso intensivo di due mesi che culminerà a metà maggio.

L'iniziativa, avviata recentemente, prevede 40 giornate di formazione, per un totale di 320 ore di lezioni teoriche e pratiche di cucina. **Questo sforzo formativo coinvolge 640 persone, tra manager e personale degli Eni Café, che diventano i protagonisti di una trasformazione destinata a ridefinire l'offerta gastronomica nei 600 Eni Café in Italia e nei successivi 600 punti vendita in Europa.**



Eni Café Master Class - Castel Gandolfo Villa Montecucco

La collaborazione con l'**Accademia Niko Romito**, rinomata scuola di alta formazione gastronomica, assicura un programma completo che spazia dalla colazione all'aperitivo, con un'attenzione particolare alla qualità e alla stagionalità dei prodotti. Questa partnership riflette l'impegno di Enilive nel fornire un'offerta alimentare sempre più al passo con le aspettative dei clienti.

L'**Eni Café non è solo una componente importante delle stazioni Enilive, ma rappresenta anche la più grande catena di bar in Italia.** Questo rinnovamento dell'offerta gastronomica si inserisce in un contesto più ampio di trasformazione delle stazioni di servizio Enilive, che si sono evolute in veri e propri “mobility point” in grado di offrire una vasta gamma di servizi ai clienti in movimento.

NERINA DI NUNZIO

Accademia Niko Romito - Formatore



Oltre ai prodotti petroliferi tradizionali, le stazioni Enilive offrono una varietà di servizi aggiuntivi, tra cui negozi di prossimità Emporium, punti Telepass, car sharing Enjoy e molto altro ancora. **La ristorazione gioca un ruolo chiave in questa offerta integrata, con il nuovo modello di ristorazione ALT Stazione del Gusto, che si propone di offrire un'esperienza culinaria di alta qualità presso le stazioni Enilive.**

HO.RE.CA. NEWS →

Specializzata sui temi della moderna distribuzione dell'ambito dei bar e dell'hotellerie, la pubblicazione, oltre a rimarcare la portata dell'iniziativa di Enilive, sottolinea come l'azienda stia ripensando le "Enilive Station che sono diventate 'mobility point' in grado di soddisfare un numero sempre maggiore di esigenze delle persone in movimento... ottimizzando la sosta per il rifornimento, trasformandola in un'occasione in cui utilizzare anche servizi tra cui i negozi di prossimità Emporium, i punti Telepass, il car sharing Enjoy, il pagamento dei bollettini postali e il ritiro dei pacchi postali in appositi locker". In questo contesto la ristorazione avrà un ruolo di primo piano con "gli Eni Café, che rappresentano la più grande catena di bar in Italia, e con Accademia Niko Romito protagonista del nuovo modello di ristorazione ALT Stazione del Gusto".



Nasce il nuovo **Eni Café**: una nuova offerta nelle **Enilive station** per essere sempre più vicini alle esigenze delle persone in movimento. Per metterla a punto, la sede storica di Eni, a Castel Gandolfo (Roma), si trasforma per oltre due mesi in una Masterclass per la formazione dei manager e del personale degli Eni Café.

L'innovativo progetto, avviato in questi giorni, prevede **40 giornate di formazione**, per un totale di 320 ore tra lezioni teoriche e cooking class, fino a metà maggio. Per porre le basi delle tante novità che dal prossimo giugno saranno disponibili nei **600 Eni Café in Italia**, e nei prossimi mesi anche negli ulteriori **600 punti vendita in Europa**, Enilive ha dato avvio a un imponente progetto di formazione in collaborazione con **Accademia Niko Romito**, Scuola di Alta formazione e Specializzazione professionale dedicata al mondo della ristorazione e della cucina: vi partecipano 640 persone tra manager e personale degli Eni Café, protagonisti della trasformazione avviata da Enilive per un'offerta food più vicina alle esigenze dei clienti.



La nuova offerta, coordinata da **Mario Ferro** (Responsabile Retail Services e Smart Mobility) ed elaborata in collaborazione con l'**Accademia Niko Romito**, coprirà i diversi momenti di consumo, dalla colazione al light lunch fino all'aperitivo, e sarà basata su prodotti di qualità che varieranno in base alla stagionalità e alla territorialità.

Per Enilive, questa particolare e nuova iniziativa di formazione che prelude al rinnovo dell'offerta degli Eni Café si inserisce nella più ampia trasformazione della sua rete di stazioni di servizio, che conta oltre 5.000 punti vendita in Europa dei quali oltre 4.000 in Italia, che ogni giorno accolgono più di un milione e mezzo di clienti. Negli ultimi anni le Enilive Station sono diventate 'mobility point' in grado di soddisfare un numero sempre maggiore di esigenze delle persone in movimento. Le stazioni Enilive danno ai propri clienti l'opportunità di ottimizzare la sosta per il rifornimento trasformandola in un'occasione in cui utilizzare anche servizi tra cui i negozi di prossimità Emporium, i punti Telepass, il car sharing Enjoy, il pagamento dei bollettini postali e il ritiro dei pacchi postali in appositi locker.

In questa offerta, un ruolo di primo piano ha la **ristorazione**: oltre agli Eni Café, che rappresenta la più grande catena di bar in Italia, Enilive è con Accademia Niko Romito protagonista del nuovo modello di ristorazione **ALT Stazione del Gusto**, con i primi due store aperti a Roma Eur e a Ostia.



Il progetto, oltre alla nuova offerta gastronomica, è anche un'occasione di formazione su temi come il branding, competenze degli operatori, riconoscibilità, visual food, marketing e comunicazione. I docenti coinvolti, coordinati dal direttore dell'Accademia **Fabio Bucciarrelli**, sono lo **Chef Claudio Bellavia**, da 15 anni nel team di Niko Romito, l'esperto di HACCP per la sicurezza alimentare **Roberto Lunella**, la dottoressa **Nerina Di Nunzio** docente universitaria e esperta di comunicazione e crescita personale.

Horecanews.it informa ogni giorno i propri lettori su notizie, indagini e ricerche legate alla ristorazione, piatti tipici, ingredienti, ricette, consigli e iniziative degli chef e barman, eventi Horeca e Foodservice, con il coinvolgimento e la collaborazione delle aziende e dei protagonisti che fanno parte dei settori pasticceria, gelateria, pizzeria, caffè, ospitalità, food e beverage, mixology e cocktail, food delivery, offerte di lavoro, marketing, premi e riconoscimenti, distribuzione Horeca, Catering, retail e tanto altro!

L'OFFERTA DELLA CATENA DI BAR LEGATA ALLE ENILIVE GRAZIE A UN PROGETTO DI COLLABORAZIONE CON ACCADEMIA NIKO ROMITO CHE AFFIANCA L'AZIENDA ANCHE NEL LANCIO DEL FORNELLO DEL GUSTO, CON L'OBIETTIVO DI 100 PDV NEL PROSSIMO AUTUNNO.

Enilive, nuovo

COMPANY PROFILE

- 600** Gli Eni Café attivi in Italia. 190 punti vendita aperti in Europa
- 40** Le giornate di formazione che l'azienda ha riservato in collaborazione con l'Accademia Niko Romito per mettere a punto la nuova offerta, punta ad appurare negli Eni Café a partire dall'estate
- 640** I manager e il personale degli Eni Café coinvolti nell'iniziativa
- 100** I locali dell'Energia ALT Stazione del Gusto che apriranno nel prossimo quadrimestre

Ciò si cambia. A partire dall'estate negli Eni Café, catena di riferimento del travel retail, approda a una offerta completamente rinnovata. Una proposta a tutto tondo, pensata per coprire i diversi momenti di consumo dei clienti in movimento, spaziando dalla colazione al light lunch fino all'aperitivo, e basata su prodotti di qualità destinati a variare in base alla stagionalità e alla territorialità. Tra i quali troverà posto una più ricca offerta per la colazione, affiancata da panini, pinse, tramezzini, primi e secondi piatti.

Per mettere a punto il nuovo corso - e qui sta la seconda novità di cui prendere nota -, la sede storica di Eni, a Castel Gandolfo (Roma), si è trasformata per oltre due mesi in una master class dedicata alla **formazione** di chi opera nei locali. Il progetto, realizzato in collaborazione con Accademia Niko Romito - Scuola di Alta formazione e Specializzazione professionale dedicata al mondo della ristorazione e della cucina, si è articolato lungo 40 giornate, per un totale di 320 ore tra lezioni teoriche e cooking class. Un periodo necessario per porre le basi delle tante novità che da questo mese saranno dispo-

da leggere dopolavoro

100

Comunicaffè

Eni Café: parte il corso di formazione di Niko Romito per i dipendenti della catena di caffè

Obiettivo? Alzare l'astice della qualità, attraverso lezioni teoriche, cooking class, momenti di incontro con professionisti del settore. Un investimento importante che punta sulla didattica aziendale anche alla luce degli ulteriori 600 punti vendita che nasceranno in tutta Europa a partire dai prossimi mesi

7 Aprile 2024



Continua il piano di investimenti di **Eni**, colosso dell'energia, all'interno delle proprie stazioni di rifornimento. Dopo la nascita del progetto ALT Stazione del Gusto con lo chef **Niko Romito**, parte il corso di formazione gastronomica per i dipendenti di Eni Café di 40 giorni per un totale di 320 ore. Leggiamo di seguito la prima parte dell'articolo pubblicato su Cibo Today.

Il percorso di formazione per i dipendenti di Eni Café

MILANO - Il colosso multinazionale italiano del settore energetico Eni da tempo è protagonista di un corposo piano di investimenti che riguarda ristorazione e caffetteria. Il progetto si chiama da anni **Eni Café**, la catena di bar in franchising più grande d'Italia con oltre 600 punti vendita all'interno dei benzinai.

Una rete capillare di caffetterie pensate per chi viaggia. E ora la novità, appena annunciata da Eni: si punta forte sulla formazione con una masterclass di due mesi per il personale degli Eni Café.

Un passo in avanti da leggere anche alla luce dell'importante collaborazione messa in atto a settembre 2023 con il primo ALT Stazione del Gusto, insieme allo chef stellato Niko Romito. Che avrà un ruolo centrale in questo nuovo processo aziendale che grazie a intensi processi di formazione punta alla qualità.

Il progetto, avviato in questi giorni, prevede una formazione capillare per il personale e i manager dei numerosi Eni Café in giro per l'Italia. Il corso di 40 giorni per un totale di 320 ore è stato sviluppato proprio insieme all'Accademia Niko Romito, già partner di Eni nel progetto ALT, nonché scuola di alta formazione e specializzazione professionale dedicata al mondo della ristorazione e della cucina inventata dal grande chef abruzzese.

Obiettivo? Alzare l'astice della qualità, attraverso lezioni teoriche, cooking class, momenti di incontro con professionisti del settore. Un investimento importante che punta sulla didattica aziendale anche alla luce degli ulteriori 600 punti vendita che nasceranno in tutta Europa a partire dai prossimi mesi.

A partecipare saranno 640 persone, tra manager e personale degli Eni Café, che si ritroveranno negli spazi aziendali di Castel Gandolfo fino a maggio per ridisegnare la rete di servizio.

STAZIONE SI RINNOVA
ACCADEMIA NIKO ROMITO.
FORMAT ALT STAZIONE
PRIMO QUADRIENNI

CORSO



...nibili nei 600 Eni Café attivi in Italia, per arrivare nei mesi successivi a interessare anche la rete dei 400 punti vendita presenti in altri Paesi Europei. Un'iniziativa imponente e differenziante, quindi, che ha coinvolto 640 persone tra manager e personale degli Eni Café. E che si inserisce nella più ampia trasformazione delle stazioni di servizio Enilive, una rete che conta oltre 5.000 punti vendita in Europa, di cui oltre 4.000 in Italia, dove ogni giorno transita più di un milione e mezzo di clienti. «Il rinnovamento dell'offerta dei Café - spiega Giovanni Maffei, responsabile commerciale e marketing di Enilive - rappresenta un tassello centrale nel progetto che ha portato negli ultimi anni le nostre stazioni di servizio a diventare "mobility point" in grado di soddisfare un numero sempre maggiore di esigenze delle persone in movimento».

Il risultato è un menu declinato dalla colazione alla cena attraverso un'offerta "all day dining", da gustare al tavolo, in un'atmosfera informale e accogliente, oppure scegliendo l'asporto o il delivery. Un menu che include prodotti tipici, tra cui la bomba dolce e salata, il pollo fritto e il gelato. In questo caso, il filter formativo destinato al personale ingaggiato è stato affidato a una squadra di docenti che, coordinati dal direttore dell'Accademia Fabio Baccarelli, sono stati chiamati a mettere sotto la lente non solo l'offerta gastronomica, ma anche materie come marketing e comu-

» Vogliamo creare veri e propri mobility point per soddisfare tutte le esigenze dei consumatori in movimento «



nicazione. In cattedra sono, così, saliti lo Chef Claudio Bellavia, da 15 anni nel team di Niko Romito, l'esperto di HACCP per la sicurezza alimentare Roberto Luneia, e Nerina Di Nunzio, docente universitaria ed esperta di comunicazione e crescita personale. A loro, dunque, è affidato il compito di preparare la squadra che deve, e dovrà, sostenere la riuscita di una iniziativa su cui Enilive sembra puntare convintamente. E non solo a parole. I numeri dicono, infatti, che questo format si prepara a vivere una stagione di intensa crescita. «Prevediamo nuove aperture nelle principali città italiane ed europee - anticipa Maffei - con l'obiettivo di raggiungere 100 locali nel prossimo quadriennio». Una programma davvero serrato, quindi, che - informa l'azienda - in una prima fase si concentrerà sul mercato nazionale. C.B. MIXER

In alto, la master class nella sede storica di Eni. A destra, Giovanni Maffei e Niko Romito, che firma la nuova proposta degli Eni Café e del format ALT Stazione del Gusto

Giugno 2023

Giugno 2023

← MIXER MAGAZINE

“Ciak, si cambia” è il fulmineo incipit che introduce l'articolo di Mixer Magazine che parla di un'iniziativa e di un investimento “imponente e differenziante” quello che coinvolge la rete di Eni Café e che si inserisce nella più ampia trasformazione che investe le stazioni di servizio Enilive. Il risultato, come afferma la testata, è un menù di qualità, declinato dalla colazione alla cena, attraverso un'offerta secondo la formula moderna e distintiva, all'insegna della qualità e da gustare in un'atmosfera informale e accogliente. In cattedra, racconta la pubblicazione, Nerina Di Nunzio e Claudio Bellavia, formatori di Accademia Niko Romito, e Roberto Luneia a cui è spettato il compito di spiegare l'importanza delle norme della sicurezza alimentare per una catena, come quella degli Eni Café, che intende confermare un primato italiano ed europeo fatto anche, e soprattutto, di rispetto delle regole di una corretta distribuzione.

← COMUNICAFFÈ

Una occasione unica, che coinvolge la più estesa rete di caffetterie italiane, e che sta ripensando dalle fondamenta i paradigmi del settore della “distribuzione in movimento”. Comunicaffè coglie la straordinarietà non solo relativa alla presenza attiva, per oltre tre mesi, di quasi 1.000 persone presso la sede Eni di Castel Gandolfo alle prese con un cambiamento epocale, ma anche sull'entità di “un investimento importante che punta sulla didattica aziendale anche alla luce della rinascita dei 600 punti venduti in Italia e di quelli presenti in tutta Europa”. Un passo in avanti, come dice la testata, da leggere anche alla luce dell'importante collaborazione messa in atto a settembre 2023 con il primo ALT Stazione del Gusto, insieme allo chef stellato Niko Romito.



FORMAZIONE A TUTTO CAMPO



Profilo dei nuovi clienti Eni Café, sicurezza e sanificazione, una vetrina impeccabile. Sono alcuni degli aspetti, ritenuti strategici, che hanno rappresentato l'oggetto dei capitoli di aggiornamento destinati a tutti gli store manager presenti a Castel Gandolfo



GLI ASPETTI E GLI ARGOMENTI che hanno caratterizzato la sequenza di sessioni di aggiornamento che si sono svolte a Castel Gandolfo hanno disegnato un percorso a 360 gradi sul variegato mondo degli Eni Café.

CHI È IL NUOVO CLIENTE ENI CAFÉ

Un punto su cui si è soffermata l'attenzione di tutti i referenti che si sono alternati al microfono o dietro ai banconi delle cooking class, è il nuovo

profilo dei clienti Eni Café. Dinamici, avvezzi alle nuove tecnologie, attenti alla sostenibilità ma senza rinunciare alla qualità. A Nerina Di Nunzio, formatrice di Accademia Niko Romito, è toccato il compito di introdurre a tutti i partecipanti alla formazione di Castel Gandolfo un nuovo e più moderno identikit del cliente Eni Café, oggi sempre più esigente. Non sarà più sufficiente vendere solo prodotti e servizi ma i nostri Eni Café dovranno offrire un'esperienza completa. Il cibo



NELLE GIORNATE DI CASTEL GANDOLFO È STATO AFFRONTATO ANCHE IL TEMA DELLA SICUREZZA E DELL'IGIENE SUL POSTO DI LAVORO.

è cultura e intrattenimento, nutrimento per il corpo e l'anima.

LA SICUREZZA AL PRIMO POSTO

Sicurezza, appropriata sanificazione e igiene non solo rappresentano fattori imprescindibili per ogni ambiente in cui si offrano e si consumino alimenti, ma costituiscono un valore in sé che si riallaccia direttamente ai concetti di qualità e gusto. E quando si parla di sicurezza e igiene nella filiera della produzione e distribuzione alimentare si fa riferimento a norme inderogabili a tutela della salute di tutti ma anche della qualità dell'offerta. Roberto Luneia, formatore di Accademia Niko Romito ed esperto in materia di sicurezza alimentare, ha sottolineato il valore dell'applicazione delle normative HACCP e di autocontrollo che devono guidare gli store manager Eni Café, coinvolti in prima persona nel grande progetto di riposizionamento e restyling del-



**PER ACCOMPAGNARE LA SCELTA DEL CLIENTE
LA VETRINA DEVE SEMPRE ESSERE
BEN ASSORTITA E COMPOSTA.**

l'insegna, nella corretta conduzione dei propri punti vendita. Una sanificazione corretta, un'igiene attenta e costante potranno non solo mettere gli operatori al riparo da eventuali infrazioni ma, soprattutto, offrire al cliente un servizio sicuro e protetto, a garanzia di qualità, gusto e adeguata ospitalità. La cultura dell'accoglienza passa anche dal controllo di tutte le fasi di preparazione, presentazione e offerta delle proposte food. Semplici regole per il benessere di tutti.

UNA VETRINA IRRESISTIBILE E STUZZICANTE

Il concetto di gusto è immancabilmente legato all'effetto di una adeguata presentazione. Una vetrina ben assortita e sapientemente composta "accompagna" letteralmente il cliente verso la scelta dello snack dolce o del panino da gustare durante la prima colazione o per un rapido lunch. Poche ma rigorose sono le indicazioni che disciplinano la predisposizione di una vetrina funzionale e attraente. Mai troppo affollamento, ogni singolo prodotto deve beneficiare dello spazio sufficiente per essere apprezzato nella forma, nei colori e nella composizione. Ad esempio, per i panini deve essere ben visibile la sovrapposizione dei diversi alimenti che ne compongono la farcitura. E poi una adeguata suddivisione dei vari settori, tra dolce e salato, e un rifornimento costante. Infine, pulizia e igiene continue e costanti rappresentano delle priorità inderogabili.

Gli Eni Café si rinnovano in tutta la proposta food che coniuga qualità, materie prime selezionate e, soprattutto, tanto sapore. Una gamma di panini, primi e secondi piatti e un'offerta aperitivo per trasformare una sosta veloce in un'esperienza di gusto e rigenerazione

ASSORTIMENTI PER IL PIACERE DI OGNI PALATO

UN PERCORSO EMOZIONALE che fa leva sul gusto e la qualità della tradizione gastronomica italiana. È quello che, entrando in un Eni Café, ogni cliente potrà idealmente compiere accostandosi alla rinnovata offerta di panini, primi e secondi piatti e l'intera gamma di proposte di menù da gustare durante i diversi momenti della giornata: dalla colazione al pranzo, dalla merenda all'aperitivo. Abbinamenti

sfiziosi di diversi ingredienti che prendono spunto dalle peculiarità culinarie di ogni regione attraverso sapori avvolgenti e una preparazione attenta e piacevole per gli occhi.

UNA COLAZIONE ALL'INSEGNA DELLA DOLCEZZA E DELLA FRAGRANZA

Se individuassimo come start il momento della colazione, non potrem-

mo fare a meno di orientare il nostro sguardo verso il vasto assortimento di dolci e croissants di cui è ricolma la vetrina della caffetteria. Un tripudio di sapori e farciture che caratterizzano le innumerevoli variazioni di croissants, regular e mini, e di gran croissants vuoti o ripieni di marmellata, alla crema o ai cinque cereali con miele. E poi i gustosi risvegli ai frutti di bosco, al fiordilatte e alla crema nocciola, i pain au chocolat dal vago sentore transalpino, i rodrigo nelle numerose varianti, e ancora le trecce, i muffin e i donuts. Spazio anche alle "dolcezze" tipiche regionali, divenute dei must a livello nazionale, come i pasticciotti salentini, le sfogliatelle napoletane o i cannoli siciliani.

L'ECCELLENZA DEL CAFFÈ NEGLI ENI CAFÉ: LA NUOVA PROPOSTA FIRMATA LAVAZZA

Un punto vendita di qualità si distingue soprattutto per il caffè, elemento cruciale per fidelizzare una clientela sempre più esigente riguardo alla



“ Gli eventi formativi di Enilive a Castel Gandolfo hanno rappresentato un'occasione unica, memorabile e di confronto con le realtà più rappresentative della rete nazionale degli Eni Café. L'organizzazione da parte di Enilive è stata impeccabile anche nella cura di tutti i dettagli che hanno reso questo evento davvero speciale.

Noi come Sammontana abbiamo presenziato a tutte le sessioni con grande entusiasmo e partecipazione.

Si sono alternati diversi colleghi specialisti della categoria che hanno interpretato il ruolo di formatore nella corretta maniera: era fondamentale rimettere al centro tutti i principi e i fattori cardine della gamma Tre Marie e del ruolo strategico che gioca nella prima fascia di consumi della mattina certamente rappresentativa per gli Eni Café.

Ci sono stati tanti elementi che hanno arricchito la nostra partecipazione uno tra tutti la viva interazione con i vari gestori presenti in sala che non hanno perso occasione per esprimere la loro gratificazione verso Sammontana e confermare quanto la qualità di Tre Marie abbia contribuito ad elevare la fidelizzazione e la piena soddisfazione dei loro clienti. Il sondaggio che coinvolgeva i gestori nell'esprimere con una parola il contributo di Tre Marie rispetto ad un normalissimo croissant di pasticceria credo sia stato emblematico.

Siamo certi che questa iniziativa a ridosso del lancio della nuova offerta Tre Marie per Eni Café possa ancor più focalizzare tutte le gestioni ad un corretto utilizzo dei nostri prodotti tutti selezionati insieme al team di Enilive, e che tale utilizzo possa sempre più elevare l'offerta degli Eni Café verso i milioni di consumatori che transitano sui loro impianti e ne apprezzano tutta la qualità espressa.

MASSIMO GALANTI

CAPO DIVISIONE CLIENTI NAZIONALI FOOD SERVICE
DI SAMMONTANA S.P.A.

**ALLA CAFFETTERIA SI ACCOMPAGNA
UN VASTO ASSORTIMENTO DI DOLCI
E CROISSANTS DI CUI È RICOLMA LA VETRINA.**

qualità dell'offerta. Lavazza, marchio simbolo di tradizione e eccellenza nel panorama del caffè italiano con Enilive ha rinnovato la proposta caffetteria degli Eni Café, offrendo un assortimento di ricettati esclusivi e curati nei minimi dettagli. L'offerta standard include il celebre caffè espresso Lavazza, il Caffè espresso DEK, il Cappuccino e altre deliziose varianti come il Marocchino e il Moccaccino. Ad essa si affianca un'offerta complementare di specialità stagionali e innovative come il Cappucream Gustoso e il Caffè Crunchy Affogato. Questa sinergia non solo assicura un'alta qualità del caffè servito, ma eleva anche l'ambiente del bar, creando uno spazio accogliente e raffinato dove ogni tazza racconta una storia di passione e competenza.



“ La padronanza nell'uso della macchina espresso e del macinino è cruciale per l'eccellenza nella caffetteria. Un corretto addestramento da parte di un formatore esperto assicura qualità costante, ottimizzazione delle risorse ed efficienza operativa.

Il Training Center Lavazza attraverso i suoi formatori esperti ha trasmesso agli Store Manager degli Eni Café conoscenze tecniche sulle varietà di caffè, la macinatura e le impostazioni ottimali della macchina, fondamentali per esaltare aroma e sapore dell'espresso al bar. Una formazione accurata per prevenire errori comuni, ridurre i tempi di manutenzione e prolungare la vita delle attrezzature, favorendo un ambiente di lavoro sicuro ed efficiente.

TRAINING CENTER LAVAZZA





PANINI RIPIENI DI GUSTO

Quando si è deciso di ridisegnare l'intero ventaglio di proposte di panini per arricchire l'offerta degli Eni Café, si è subito pensato a un percorso tra ingredienti e accostamenti che rivisitasse in chiave più gustosa e moderna i capisaldi della tradizione. Grazie al fondamentale contributo dell'Accademia Niko Romito e alla garanzia di qualità del pane fornito da Forno D'Asolo, i nuovi panini coniugano una base classica con varianti innovative. . Daitramezzini al tonno e pomodoro, cotto e formaggio e tacchino e pomodoro al Milanese, il panino ripieno con la riconosciuta cotoletta panata di tradizione meneghina; passando dal Siciliano composto da una croccante ciabattina che racchiude il sapore intenso delle melanzane grigliate e di un appetitoso pesto siciliano, si sale poi verso la Calabria con un panino insaporito dalla tradizionale 'Nduja accostata a mozzarella e pesto di basilico. Si resta ancora al sud con il Pugliese, che presenta prosciutto cotto di Alta Qualità, Provola affumicata e melanzane grigliate, per poi risalire



L'esperienza formativa appena conclusa ritengo sia stata un arricchimento reciproco anche per noi.

Abbiamo avuto l'occasione di condividere e far toccare con mano la nostra realtà di azienda produttrice e con grande soddisfazione abbiamo trasmesso i valori e le caratteristiche che connotano l'offerta riservata ad Eni Café: all'interno dei nostri stabilimenti le tecnologie sono a supporto e garanzia del prodotto finito, tuttavia il valore aggiunto è l'artigianalità e la maestria della manodopera con cui è realizzato il prodotto.

Al contempo abbiamo arricchito la nostra esperienza ascoltando l'intera rete di Store Manager, che ringrazio nuovamente, per il proficuo confronto che ci ha consentito di dare seguito agli spunti avuti per un reciproco miglioramento. Eni Café ha realizzato un progetto unico sul territorio italiano in un mercato dove oggi è indispensabile la formazione, l'organizzazione e la motivazione di tutti gli stakeholder coinvolti e credo fortemente che questo progetto porterà il consumatore ad vivere un sempre migliore esperienza negli Eni Café.

MARCO PAONE

DIRETTORE VENDITE NKA FDA GROUP



gradualmente la Penisola per soffermarsi sul Piacentino, che si compone di una ciabattina multicereali, la Coppa Gran Riserva, lo yogurt greco e il fresco lattughino. Inoltre, presenta i colori della nostra bandiera l'Italiano, il filoncino rustico che racchiude il rosso del Prosciutto crudo di Parma DOP e del pomodoro, il bianco della mozzarella e il verde del profumato basilico, inebria per la sua semplicità il Mediterraneo, con i profumi del tonno, del pomodoro e della rucola, con olio extravergine d'oliva, il tutto contenuto da una ciabatta con semi e lievito madre.

SEMPRE PIÙ VARIETÀ PER TUTTI I GUSTI

Rimanendo sempre al settentrione, si può fare uno stop rigenerante gustando un'Emiliana, una focaccia morbida e saporita che si accompagna a mortadella Bologna IGP, stracchino e granella di pistacchio. Senza spostarsi troppo si arriva alla Romagna, la classica piadina ripiena di prosciutto crudo di Parma DOP, stracchino e rucola, mentre si ispira alla tradizione

gastronomica lombarda la Pinsa Valtellina con Bresaola punta d'Anca IGP, rucola, scaglie di parmigiano reggiano DOP e Olio extravergine di oliva. Un'altra versione della Pinsa è quella Bolognese, con Mortadella Bologna IGP, stracchino, olio extravergine di oliva e granella di pistacchio, per passare a quella di Parma, con Prosciutto crudo di Parma DOP, stracchino e olio extravergine di oliva. Si punta dritti al nord Europa se si vuole assaporare una originale Pinsa Norvegese con salmone, spalmalatte, olive nere denocciolate, olio extravergine d'oliva e pepe nero. Il salmone ritorna nel Pan croissant insieme a spalmalatte e rucola. Lo stesso Pan croissant si può trovare anche farcito con Prosciutto crudo di Parma DOP, spalmalatte e rucola. E infine, per chi volesse mantenersi su formati un po' più "contenuti" la vetrina di Eni Café propone il Tris di Bocconcini con Prosciutto crudo di Parma DOP e pesto siciliano (Verde), con Salmone affumicato e spalmalatte (Giallo) e Tachino e stracchino (Rosso), un'opzione perfetta per l'aperitivo.



L'INTERO VENTAGLIO DI PROPOSTE DI PANINI È STATO RIDISEGNATO PER ARRICCHIRE L'OFFERTA DEGLI ENI CAFÉ.



UN POSTO D'ONORE AI PRIMI PIATTI

Attinge a piene mani dai menù più significativi della gastronomia nazionale la proposta di primi piatti per un pranzo veloce e gustoso all'Eni Café. Chi può resistere agli Gnocchi al Pomodoro, con olio e basilico o alle Lasagne al Ragù. Di quest'ultima c'è anche l'opzione Vegetariana, con funghi champignon, zucchine, carote, carciofi, biette, fagiolini, prezzemolo e olio d'oliva. Appetitoso e avvolgente il Risotto con i funghi di bosco così come i Cannelloni con ricotta e spinaci. Un classico intramontabile sono le Pennette, al salmone nella versione all'Arrabbiata. Si può scegliere ancora tra Tagliatelle alla Bolognese, Tortellini panna e prosciutto, un po' di Liguria con le Casarecce al pesto.





FERMARSÌ PER UN APERITIVO IN RELAX

Una scoperta che è una riscoperta. Una proposta rinnovata per i clienti degli Eni Café è quella che riguarda la parentesi dell'aperitivo, sempre più presente nelle giornate degli italiani. Le alternative presentate sono differenziate per "misura" e assortimento. Si parte dalla versione Regular, con drink a scelta e una proposta di snack e stuzzichini classici, per poi arrivare

all'Extra che, oltre al consueto drink a scelta, propone snack, stuzzichini e tris di bocconcini. In alternativa, si può gustare il Tris di tigelle con Coppa di Parma IGP o il Tagliere misto composto da tigelle, prosciutto crudo 14 mesi, salame Milano, mortadella, Parmigiano Reggiano 30 mesi.

"SECONDI" A NESSUNO PER BONTÀ

Passando ai secondi, troviamo un gustoso ed esotico Pollo al Curry, le immancabili Polpette al sugo e poi la Cotoletta al forno con patate per i più golosi e Branzino alla griglia con Zucchine per i più salutisti. E ancora, leggero e gustoso l'Arrostato di tacchino con patate, la ghiotta Parmigiana di Melanzane o il più "light" Petto di Pollo ai ferri con verdure. Nel solco della leggerezza e della salubrità anche l'Hamburger alla griglia, il Petto di pollo ai ferri o il Salmone al forno con le verdure, e ancora l'Insalata di Totano con le patate, le Scaloppine ai funghi e gli Straccetti di pollo.

IL CORREDO PER UN ALLESTIMENTO AD HOC

Invogliare anche il cliente più "distratto" a godere delle prelibatezze degli Eni Café. È questo l'obiettivo dei nuovi allestimenti, dai menù board rappresentativi dei diversi momenti di consumi, alle vetrofanie, fino ad arrivare alle locandine e ai totem, per chiudere con la nuova proposta menù o i cavalieri da banco tutti nell'identitario stile MOKA che si sposa con l'ambiente degli Eni Café.



QUALITÀ E TERRITORIALITÀ: COME NASCE IL NUOVO MENÙ PANINI DI ENI CAFÉ



Claudio Bellavia, chef di Accademia Niko Romito, ha accompagnato tutti i partecipanti nelle cooking class di Villa Montecucco alla scoperta dei nuovi panini elaborati da Accademia Niko Romito per gli Eni Café. Qui ci racconta un percorso tra ingredienti di qualità e sapori della tradizione italiana, per far sentire ogni cliente come a casa

DURANTE LE SETTIMANE di formazione a Villa Montecucco, Chef Claudio Bellavia, con sapienza e pazienza, ha guidato gli store manager nella realizzazione di gustose preparazioni. Insieme a Nerina Di Nunzio, ha incarnato l'anima più autentica e dinamica dell'Accademia Niko Romito, incaricata da Enilive non solo della formazione degli store manager e del personale Enilive, ma anche della riformulazione gourmet della proposta di panini per gli Eni Café. Abbiamo chiesto allo Chef di raccontarci il processo creativo dietro il nuovo menù di panini, che porta in tutti gli Eni Café delle nostre Enilive Station il meglio dei sapori e degli ingredienti delle regioni italiane.

Buongiorno Chef, grazie per essere qui con noi oggi. Iniziamo parlando del concetto dietro il nuovo menù panini ideato da Accademia Niko Romito per Eni Café.

Per Eni Café abbiamo puntato ad una gamma di proposte di panini che rappresentassero al meglio la cultura gastronomica italiana. Proposte semplici ma di grande impatto, che coniugano elementi tipici della nostra

cucina, reperibili in ogni regione.

Un elemento che ha caratterizzato questa proposta è la territorialità

Si tratta di un fattore imprescindibile in luoghi, come le Enilive Station e gli Eni Café, che diventano punti di riferimento all'interno di comunità e realtà locali articolate, e che fanno di questa prerogativa un elemento di forza. Abbiamo proceduto, nella nostra proposta, seguendo il principio della standardizzazione dell'offerta e della italianità dell'offerta, quindi considerando modalità di preparazione e alimenti che potessero essere reperibili ovunque e sempre freschi.

Ci parli un po' degli ingredienti e delle ricette che avete scelto. C'è qualche ingrediente particolare che vuole mettere in evidenza?

Ogni panino del menù è pensato per





esaltare i sapori tipici di una specifica regione italiana. Per esempio, nel panino Calabrese utilizziamo la 'nduja piccante, il salume morbido e spalmabile tipico della Calabria, che conferisce un gusto unico e deciso. Oppure nella focaccia Emiliana, la mortadella di Bologna IGP è la protagonista, accompagnata da granella di pistacchio che aggiunge croccantezza e un sapore inaspettato, creando un contrasto perfetto con la morbidezza della focaccia e la cremosità dello stracchino.

Il viaggio culinario che propone è molto variegato. Come avete scelto gli abbinamenti?

Gli abbinamenti sono frutto di un'attenta ricerca e sperimentazione. Volevamo creare armonia e creatività in ogni panino, bilanciando i sapori e le consistenze. Prendiamo, ad esempio, la Pinsa Valtellina: uniamo la bresaola, tipica della Valtellina, con rucola e scaglie di Parmigiano Reggiano, creando un equilibrio perfetto tra sapori e consistenze diverse.

I panini saranno protagonisti anche di nuovi momenti di consumo negli

Eni Café, come l'aperitivo

Per molti italiani, e anche tanti turisti, la parentesi gastronomica prima del pranzo e nel tardo pomeriggio è divenuta una piacevole consuetudine. Ad esempio, il Tris di Bocconcini è una proposta ideale per un aperitivo. Anche in questo caso gli Eni Café potranno avere un ruolo da protagonisti, aprendosi ad accogliere sempre di più chi deciderà di assaporare le proposte che verranno realizzate specificatamente per questi vivaci momenti conviviali, sempre a base di qualità e confortevolezza.

E poiché l'occhio vuole la sua parte, durante la formazione grande attenzione è stata riservata alla presentazione dei panini

Esatto. Anche un semplice panino,

se tagliato e disposto in vetrina con accuratezza, può suscitare maggiore o minore interesse. I colori e la confezione dello stesso panino devono risaltare all'interno di una vetrina, e anche il modo con cui si porge è indice della cura e del rispetto chi si ha per i clienti, in primis, ma anche del nostro piatto.

C'è un panino o una proposta del menù a cui è particolarmente legato?

È difficile scegliere, ma se dovessi indicarne uno, direi il panino Italiano. È un'esplosione di sapori con ingredienti freschi e genuini come pomodoro, mozzarella e basilico. Rappresenta perfettamente la semplicità e la bontà della cucina italiana.

[G.S.]





LA COLAZIONE CHE PROFUMA DI GUSTO



Tre Marie, marchio storico di punta del Gruppo Sammontana, offre ai clienti Eni Café una varietà di croissant sempre freschi e adatti a tutte le tipologie di clientela. Una proposta all'insegna della dolcezza che rivive nelle parole di Massimo Galanti, Capo Divisione Clienti Nazionali Food Service di Sammontana S.p.A.



MASSIMO GALANTI,
CAPO DIVISIONE CLIENTI NAZIONALI
FOOD SERVICE DI SAMMONTANA.

DA SEMPRE, uno dei punti di forza dell'offerta food degli Eni Café destinata alla colazione è rappresentato dalla variegata gamma di croissant e cornetti. Profumi, impasti e fragranze che accolgono tutti i clienti che si apprestano a godere del primo pasto della giornata, magari dopo un lungo tragitto notturno in auto, all'interno delle oltre 600 caffetterie distribuite lungo la Penisola. Da sempre, il partner che accompagna sapientemente Enilive in questa missione è Tre Marie, storico marchio che riecheggia la tradizione pasticceria lombarda e che oggi rappresenta uno dei pilastri del gruppo Sammontana. In prospettiva della imminente rivisitazione della proposta legata al momento della colazione all'interno degli Eni Café anche Sammontana, tramite Tre Marie, ha ampliato e raffinato la varietà di croissant che andranno a gremire le lunghe vetrine profumate dei banconi dei bar. A parlarcene è Massimo Galanti, Capo Divisione Clienti Nazionali Food Service di Sammontana S.p.A.

Che momento sta attraversando il mondo della croissanterie in Italia?

Il mercato della croissanterie continua a vivere, nel nostro Paese, un momento di crescita e di forte attenzione da parte dei consumatori. I trend che guidano l'innovazione sono quelli del valore e della qualità degli ingredienti, oltre, ovviamente, alle caratteristiche nutrizionali pensate per tutti coloro che non vogliono rinunciare al gusto e, nello stesso tempo, desiderano puntare ad un elevato grado di benessere e salubrità. Abbiamo pensato a una clientela che ogni giorno sceglie di sperimentare e desidera avere a disposizione nuovi prodotti, differenti formati e consistenze, farciture ricche. Un altro fronte in crescita è quello dei croissant salati che sempre più incontrano il gradimento degli italiani.

Quali sono, dal vostro osservatorio, le nuove tendenze della colazione "in movimento"?

Gli italiani prediligono una colazione bilanciata, con il giusto apporto di proteine e nutrienti. Fondamentalmente gli italiani rimangono dei tradizionalisti, quindi grande affermazione della classica combinazione

"cappuccino e croissant", nonostante abbiano imparato che ogni tanto vale la pena di testare nuove formule e gusti diversi. Una possibilità sempre presente negli Eni Café per i quali abbiamo previsto nuove e golose alternative, seguendo linee guida precise che riguardano qualità del prodotto, ricchezza e ricercatezza dei gusti, oltre alla cura dell'aspetto esteriore.

Qual è l'offerta pensata da Tre Marie per Eni Café?

La nostra proposta per i nuovi Eni Café va esattamente nella direzione descritta, così da rispondere efficacemente alle esigenze di consumo dei clienti. Abbiamo incluso i nostri croissant top di gamma 3 Chic, compresa la linea dei Gran croissant e un'offerta benessere con le varietà ai 5 cereali fonte di fibra. Inoltre, consapevoli delle nuove abitudini di consumo, abbiamo ampliato la proposta di croissant vegani, 100% vegetali e con farina macinata a pietra, i superfarci e il Rodrigo al pistacchio.

Quali sono i punti di forza dei prodotti Tre Marie

Tre Marie abbina la tradizione di un marchio prestigioso a un sistema produttivo che si avvale di materie prima di assoluta qualità. Oggi possiamo contare su numerose linee di prodotto, ognuna con caratteristiche ben distinte, ma tutte contrassegnate da gusto ricercato, buona evidenza del giro pasta e anche regolarità nel formato. La tecnologia che utilizziamo è la medesima del pasticciare ma trasferita su larga scala. Grazie al freddo interrompiamo il processo in una particolare fase del ciclo produttivo garantendo la massima resa del prodotto finito in cottura.

Quali sono i vantaggi dei croissant Tre Marie?

Molteplici, in realtà. Me ne vengono in mente tre che considero rilevanti: la riduzione degli scarti, la disponibilità del prodotto sempre caldo e fragrante, come appena sfornato, durante tutto l'arco della giornata, e la possibilità di approvvigionarsi di prodotti sempre garantiti, verificati e tracciabili, fattori fondamentali per una catena di livello nazionale come Eni Café.



CON ENILIVE, GUIDIAMO VERSO IL CAMBIAMENTO

DI GIANCARLO STROCCHIA



*A bordo di una “rossa”
Enjoy, con Nerina Di
Nunzio, docente di
Accademia Niko Romito, e
Mario Ferro, Responsabile
Retail Services & Smart
Mobility di Enilive,
compiamo un itinerario
che parte dalla rinnovata
insegna di un Eni Café per
approdare tra tutti i
partecipanti al più grande
evento formativo che Eni
abbia mai ospitato presso
la sede di Castel Gandolfo*

COINVOLGIMENTO ALL'INSEGNA DI NOVITÀ E SOSTENIBILITÀ

Davanti a un fumante cappuccino, il confronto è serrato e interessante. Nerina Di Nunzio è stata l'anima di un gruppo di formatori che ha toccato e approfondito ogni aspetto di un progetto di cambiamento che sta ridisegnando non solo l'intera rete di Eni Café ma tutta la gamma di servizi che trasformeranno le Enilive Station in veri e propri hub della mobilità. Elevato e molto sentito è stato il coinvolgimento di tutti gli store manager che, cappello e grembiule alla mano, si sono messi alla prova nella preparazione pratica della nuova proposta food degli Eni Café dimostrando di aver compreso fino in fondo le finalità della trasformazione degli Eni Café che deve passare inevitabilmente da un apprendimento pratico e fattuale. Il potenziale umano fatto di passione e imprenditorialità, sottolinea Di Nunzio, è emerso con forza. Un potenziale che forse, fino ad oggi, era rimasto

**GUARDA
IL VIDEO**



parzialmente inesplorato. È proprio su questo che si punta per la completa realizzazione del grande progetto di evoluzione degli Eni Café e, complessivamente, della rete di Enilive Station. Come sottolinea Ferro, la nuova centralità del food si inserisce nella rinnovata cornice di un look&feel elegante e distintivo, che rimanda all'idea di luoghi dove potersi trattenere piacevolmente, in momenti diversi della giornata, dalla colazione, al pranzo fino all'aperitivo. E poi tutti gli altri nuovi servizi che renderanno i momenti di sosta presso le Enilive Station una parentesi non solo necessaria, quindi utile “anche” per il rifornimento, ma anche perfetta per soddisfare le esigenze dei nostri clienti, come prenotare e salire a bordo della propria Enjoy, ritirare un pacco dai locker Amazon o ottenere il nuovo Telepass, fare la spesa presso Emporium.

FERMENTO E PASSIONE PER CRESCERE INSIEME

Un mondo completamente rinnovato nello stile e nelle funzionalità in cui spiccano anche gli spazi commerciali di Emporium, dove scegliere tra una selezione amplissima di prodotti di qualità e italiani. Un viaggio nel futuro che si nutre di un presente di nuovo fermento, dove tutti gli attori sono chiamati ad apportare il proprio fondamentale contributo. La 500 Enjoy si addentra in un presente affascinante, fatto di territorialità, di cortesia, accoglienza e creatività, sostenuta dal metodo impresso da Accademia Niko Romito e dall'esperienza di tutti gli store manager. Un binomio efficace, che si è dispiegato nel contesto di un luogo iconico come Villa Montecucco, sulle sponde del Lago di Albano, per procedere verso un orizzonte di sicuro successo.

UN VIAGGIO VERSO IL FUTURO di Eni Café. Con un parallelismo quasi perfetto, Nerina Di Nunzio, docente di Accademia Niko Romito, e Mario Ferro, Responsabile Retail Services & Smart Mobility di Enilive, tracciano un percorso che è sia fisico, a bordo di una fiammante 500 rossa Enjoy, che simbolico del grande progetto di trasformazione di Eni Café. Questo itinerario parte idealmente proprio da un bancone che presenta il nuovo layout dei punti Eni Café.

L'IMPORTANZA DELLA FORMAZIONE DEI GESTORI AGIP

A CURA DELL'ARCHIVIO STORICO ENI

NEGLI ANNI CINQUANTA, con la nascita delle prime stazioni di servizio, Eni si è impegnata a modernizzare, ampliare e potenziare la rete di distribuzione di carburanti e lubrificanti. Per raggiungere velocemente questo risultato la formazione professionale dei gestori è stata individuata come la leva più importante.

Nasce così, A San Donato Milanese, "la scuola di formazione professionale gestori" accompagnata, da subito dalla prima rivista gestori per i gestori: "Buon lavoro Amici". Scopo della rivista era quello di informare i neobenzinai sulle aperture di nuove stazioni di servizio e sull'insieme delle attività connesse in maniera da adottare uno stesso linguaggio e tecniche pubblicitarie e di vendita standardizzate.

Sempre con l'obiettivo di far dialogare una stessa "grande famiglia", venivano organizzati i "Raduni provinciali gestori" e corsi di specializzazione caratterizzati da una modalità didattica vivace e moderna con lezioni teoriche ed esercitazioni pratiche.

Nel 1955 viene anche realizzato un divertente cartone animato a colori "Servizio nelle stazioni di rifornimento", che racconta la storia di un gestore che vede aumentare i propri clienti in virtù di un miglior servizio offerto alla clientela. Come a dire: "Chi ha orecchie per intendere intenda!". Potete trovarlo alla sezione audiovisivi del sito <https://archiviostorico.eni.com/>, digitando il nome del cartone animato.





GESTORI E ISTRUTTORI AL CORSO DI ADDESTRAMENTO. LEZIONE PRATICA SUL SERVIZIO AL CLIENTE

SOTTO: GRUPPO GESTORI DI MONACO E VIENNA DAVANTI ALLA SCUOLA DI FORMAZIONE, 1962; COPERTINA DELLA PRIMA RIVISTA GESTORI "BUON LAVORO AMICI", 1957; PARTECIPANTI AL CORSO DI ADDESTRAMENTO GESTORI DI FRONTE AL DISTRIBUTORE.



CORSO DI FORMAZIONE GESTORI MONACO E VIENNA, 1962

CON SETTE NOTE ARMONIA PERFETTA

buon lavoro, amici!

Corrispondenza periodica dell'AGIP ai suoi gestori

n. 40 maggio 1957

buon lavoro, amici!

Il mensile che porta questo titolo viene edito dall'AGIP ed è destinato alla formazione professionale dei gestori della rete di distribuzione stradale. È giunto al suo quarto anno di vita. Si propone di illustrare non solo i problemi direttamente professionali ma anche quanto ha attinenza col più vasto campo delle relazioni col pubblico. Tratta quindi, organicamente, argomenti tecnici, commerciali, di servizi divulgativi e di informazione. Le illustrazioni a colori qui riprodotte sono tutte dal periodico e danno un'idea dello stile grafico di « buon lavoro, amici ».

Un gruppo di esperti, composto dai tecnici, ingegneri, tecnici, chimici, agronomi, medici e veterinari, si occupa di studiare e realizzare, per conto dell'AGIP, tutti i servizi di assistenza e di informazione che interessano il gestore e il cliente.



RADUNO DEI GESTORI, GENOVA



CORSO DI FORMAZIONE PER GESTORI AGIP LEZIONI PRATICHE, 1974



GRUPPI GESTORI AGIP, 1976



A SINISTRA DALL'ALTO: LEZIONE PRATICA AL CORSO DI ADDESTRAMENTO GESTORI "COME COMPORTARSI ALL'ARRIVO DI UN CLIENTE"; TRE FRAME DEL CARTONE ANIMATO

"SERVIZIO NELLE STAZIONI DI RIFORMIMENTO", 1955. SOPRA: CORSO DI FORMAZIONE PER GESTORI AGIP LEZIONI TEORICHE, 1974

Giuseppe L'Abbate, che gestisce l'Enilive Station 56584 di Polignano a Mare sulla Statale Adriatica, ha sventato due potenziali tragedie.

Il ringraziamento degli agenti della Polizia Stradale di Castellana Grotte

UNA STORIA DA RACCONTARE

GUARDANDO CHI LAVORA nelle stazioni di servizio, soprattutto quelle presenti nelle strade fuori città, si può pensare erroneamente che la loro quotidianità sia abbastanza monotona, ripetitiva. Si sbaglia, perché in realtà questi distributori di benzina sono luoghi di grande movimento di persone: il campione di umanità che sosta offre, dunque, una grande varietà di piccoli e grandi accadimenti che movimentano le giornate.

Ne è un esempio quanto accaduto a Giuseppe L'Abbate, gestore dell'Enilive Station 56584 di Polignano a Mare, sulla Strada Statale 16 Adriatica, che ultimamente, in due diverse occasioni, ha salvato la vita ad alcune persone capitate casualmente nella sua area di servizio.

In un caso si è trattato di una giovane donna, assistita da due operatori socio-sanitari che si erano fermati al distributore per una breve sosta. La giovane, evidentemente in uno stato confusionale, è riuscita a sottrarsi al controllo dei soccorritori e ha iniziato ad attraversare la Statale, a quell'ora trafficatissima. Nel caos dei clacson delle macchine che vedevano la donna in mezzo alla strada e le frenate di chi cercava di evitarla, Giuseppe L'Abbate ha avuto la lucidità di avvertire subito gli agenti di una pattuglia della Polizia stradale di Castellana Grotte, anche loro in sosta nell'area di servizio, e si è premurato di allertare immediatamente il 118. Un intervento che ha consentito agli agenti di mettere tempestivamente in salvo la ragazza e affidarla subito dopo all'unità del 118, che ha provveduto poi a portarla al Pronto Soccorso di Monopoli. La prontezza del gestore è stata apprezzata dagli agenti, che hanno poi scritto una lettera indirizzata a Eni per esprimere

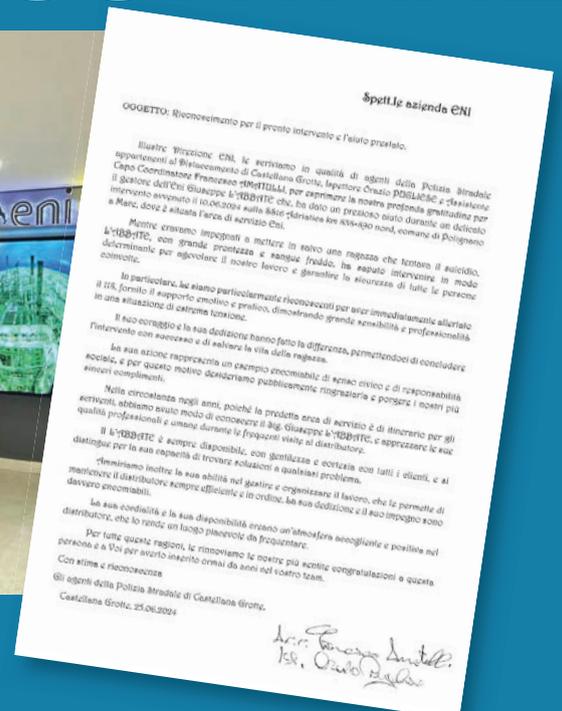


LA POLIZIA STRADALE DI CASTELLANA GROTTE RINGRAZIA IN UNA LETTERA ENILIVE PER IL PREZIOSO AIUTO.

il "riconoscimento per il pronto intervento e l'aiuto prestato" di L'Abbate.

In un'altra occasione, sempre recente, il gestore della stazione di servizio ha salvato la vita a due signori anziani – e anche a chi li avrebbe, nel caso, "incontrati" lungo la strada – che si accingevano a percorrere la SS 16 contromano.

Erano le cinque del mattino, e Giuseppe L'Abbate aveva appena aperto la sua stazione di servizio, quando ha visto arrivare una macchina con a bordo i due signori che, ignari, avevano percorso contromano già tre chilometri, arrivando dalla Statale dopo aver preso la complanare sud di Polignano a Mare. Il caso ha voluto che abbiano deciso di fermarsi alla



stazione di servizio Agip per prendere un caffè, evidentemente senza incontrare macchine – dato l'orario – che potessero segnalare loro la direzione errata. Nonostante la pausa, però, i signori non si sono resi conto dell'errore commesso e, pronti a ripartire, si accingevano a riprendere la Statale in direzione Monopoli, sempre contromano. Per fortuna il gestore se ne è reso conto: ha fermato l'auto in tempo e ha indicato al conducente qual era la direzione giusta. Un intervento rapido e provvidenziale, anche in questo caso, che ha evitato una potenziale tragedia.

Anche di questo, dunque, è fatta la vita di un gestore di una stazione di servizio.

[S.M.]



SERIE A ENILIVE

INIZIA
un
Viaggio
NUOVO



Da oggi Enilive è il nuovo
Title Sponsor della Serie A.



MUOVE LA PASSIONE
CHE CI UNISCE.

