

PROTAGONISTA

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



live
NUMERO 9



VALORI DA SERIE A



3 Un incontro di valore che parla a tutti
di Giancarlo Strocchia

SCENARI/SERIE A

6 In campo con la Serie A
di Giancarlo Strocchia

10 Una serata di successo tra Sport, Sostenibilità e Musica al Gazometro di Roma
a cura della redazione

14 Vinca il migliore, ma giocando con rispetto
di Iacopo Savelli

18 Una stagione di movimento e passione
di Giancarlo Strocchia

22 Calcio d'inizio e la lealtà fa goal

26 Enilive regala un sogno in tribuna
di Giancarlo Strocchia

SCENARI/ENILIVE

30 Sempre più clienti usano l'App Enilive: comoda, sicura e conveniente
di Katia Pinti

SCENARI/FOOD

34 Penisola, la start-up da replicare
di Evita Comes

INNOVAZIONE

40 Sulle vie del futuro con Enilive
a cura della redazione

FOCUS ESTERO/IBERIA

di Luigia Ierace

44 La sfida di Enilive Iberia

51 Ritorno in Enilive: tra ricordi e prospettive

FOCUS ESTERO/CINA

52 Un Oriente sempre più vicino
di Giuseppe Ciocca

TOOLS

56 Tra le regole della ristorazione
a cura di M. Broi, S. Manetta, G. Pizzella, P. Vassallo, A. Teleman

59 2024, un anno di novità
a cura di Francesco Brusco

STORIA

62 Eni: passione per lo sport!
a cura dell'archivio storico Eni

SOMMARIO

PROTAGONISTA

BIMESTRALE - ANNO III - N. 9
OTTOBRE 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 CHEMOLLO,
MARIO FERRO, CHIARA ANNA MICALE,
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

GIUSEPPE CIOCCA, LUIGIA IERACE,
IACOPO SAVELLI

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 10/10/2024



Prima di ogni altro aspetto, la partnership tra la Lega Serie A di calcio ed Enilive si fonda su principi condivisi di rispetto, correttezza e fair play. Un progetto che va oltre il business, come spiegano in questa intervista congiunta Giovanni Maffei, Head of Commercial & Marketing Enilive, e Michele Ciccarese, Commercial & Marketing Director della Lega Serie A, per tracciare un comune progetto di sviluppo sociale e sostenibile

LA STORIA DELLA PARTNERSHIP tra la Lega Serie A di calcio ed Enilive risale ad un tempo relativamente recente, eppure il clima di sintonia, stima, propositività e obiettivi condivisi farebbe pensare a una collaborazione che affonda le radici in un lungo passato di reciproca conoscenza. Un'affinità elettiva che è emersa immediatamente, sin dalle prime battute di un campionato che si è dimostrato subito competitivo e di altissimo valore agonistico. Le due società si sono ritrovate unite

nel diffondere messaggi di rispetto e correttezza nei confronti della vastissima platea di appassionati, e non, che il calcio richiama. Un fronte comune di valori e principi che emerge con forza dalle parole di Giovanni Maffei, Head of Commercial & Marketing Enilive, e Michele Ciccarese, Commercial & Marketing Director della Lega Serie A, in un'intervista "allo specchio" che svela e descrive una sinergia che si preannuncia molto intensa e costruttiva.



Quali sono le vostre principali aspettative legate a questa collaborazione tra Enilive e la Lega Serie A?

GIOVANNI MAFFEI La partnership con la Lega Serie A rappresenta un'opportunità straordinaria per affermare l'impegno di Enilive verso la trasformazione della mobilità in Italia e la promozione di prodotti e servizi innovativi. Attraverso questa collaborazione, puntiamo a rafforzare la nostra visibilità come leader nel settore e a costruire un legame ancora più stretto con i milioni di italiani che ogni giorno scelgono i nostri servizi nelle Enilive Station. La Serie A, essendo lo sport più seguito nel Paese, ci consente di entrare in contatto con un pubblico vastissimo,

promuovendo non solo i nostri servizi e prodotti, ma anche valori importanti per noi come innovazione e sostenibilità.

MICHELE CICCARESE Non esito a definire la partnership con Enilive una pietra miliare nel cammino di evoluzione della Lega Serie A. Dopo 26 anni di collaborazione con un'altra importante azienda italiana del settore telco, cambiare il naming della principale competizione italiana di calcio, che appassiona 34 milioni di tifosi solo nel nostro Paese, rappresenta un evento di grande rilievo. La corrispondenza di intenti tra Enilive e la Lega Serie A, unita alla volontà di avviare rapidamente questo nuovo percorso, si è concretizzata in una

solida partnership realizzata in tempi brevi. L'obiettivo primario è quello di procedere insieme lungo un percorso di transizione energetica con un orizzonte temporale che sicuramente traguarderà questi primi tre anni per guardare molto più in avanti. Quello che abbiamo già fatto è contribuire a rendere immediatamente riconoscibile a tutti gli italiani il nuovo brand Enilive, insieme al quale vogliamo costruire un futuro denso di valori e contenuti.

Quanto è importante per Enilive e la Serie A diffondere valori come correttezza e fair play nello sport, e come pensate di amplificare questo messaggio nel corso della stagione?

GM Per noi di Enilive, promuovere valori come lealtà e correttezza è fondamentale. La maglia "Giochiamo con lealtà", indossata dai giovani che hanno accompagnato i capitani delle squadre in campo durante la prima giornata di campionato, ha avuto per noi un significato simbolico importantissimo. Abbiamo voluto lanciare un messaggio chiaro: lo sport deve essere vissuto nel rispetto delle regole e degli avversari. Questo è un segno di quanto il fair play e l'integrità siano al centro dei nostri valori aziendali. Inoltre, la visibilità mediatica di questa iniziativa, amplificata da canali come Sky e DAZN, ci ha permesso di diffondere questo messaggio in modo capillare. Stiamo anche studiando nuove iniziative per premiare il fair play, con l'obiettivo di promuovere ulteriormente questi valori nel corso della stagione e rafforzare il legame tra calcio e responsabilità sociale.

MC Sebbene le evidenti ricadute in termini commerciali, tengo a sottolineare il valore sociale della partnership con Enilive. La diffusione e il seguito di un fenomeno come il calcio, soprattutto di Serie A, comportano una forte assunzione di responsabilità e la capacità di veicolare messaggi edificanti e positivi. Il messaggio di valore sociale 'Giochiamo con lealtà' diffuso nel corso della prima giornata

dai bambini che hanno simbolicamente consegnato le fasce di capitano ai giocatori, ha dato il senso evidente di come intendiamo impostare questa collaborazione. Ribadisco inoltre il rimando alla mobilità sostenibile e alla transizione energetica, che con questa partnership intendiamo promuovere con una visione di lungo termine. I bambini che sono scesi in campo esprimono la lungimiranza del nostro impegno: lavoriamo per loro, per il domani, per il futuro.

Quali strategie state implementando per coinvolgere e fidelizzare la clientela, e quali risultati vi aspettate in termini di acquisizione di nuovi clienti?

GM Abbiamo in mente di lanciare diverse iniziative per coinvolgere i nostri clienti e attirare nuovi contatti. Una delle più rilevanti è il concorso partito a fine luglio "Segna e Vinci Serie A Enilive", che, grazie a questa partnership, mette in palio oltre 10.000 ingressi VIP negli stadi per vedere la squadra del cuore giocare in campo. Si tratta di un'esperienza esclusiva che stiamo offrendo a chi utilizza la nostra App ed è iscritto al programma loyalty "Enilive Insieme". I clienti possono giocare acquistando prodotti e servizi nelle nostre Enilive Station, nei nostri Emporium, negli Eni Café, negli store ALT Stazione del Gusto, ecc. L'App Enilive è un mezzo per creare una relazione continua e di valore con i nostri clienti; pertanto, questa iniziativa è importantissima perché da una parte incentiva chi è già cliente ma ancora non utilizza l'App a farlo, dall'altra ci permette anche di attrarre migliaia di nuovi consumatori. Ci aspettiamo un significativo aumento delle iscrizioni all'app e della partecipazione al concorso, che contribuiranno all'espansione della nostra base clienti.

In questi ultimi anni il brand "Serie A" è cresciuto in termini di reputazione e risonanza internazionale. In



che modo la sinergia con Enilive può contribuire a consolidare ulteriormente questo processo?

MC Negli ultimi quattro anni la Lega Serie A di calcio ha compiuto un salto di qualità a 360° che ha previsto un piano di internalizzazione di molte competenze grazie al quale oggi la società è in grado di produrre e distribuire le immagini delle competizioni calcistiche attraverso una rete di 62 broadcaster esteri in 190 Paesi. Nell'International Broadcasting Center di Lissone, nato nel 2021, gestiamo tutti i servizi relativi ai contenuti video, audio, e dati delle partite di Serie A, caratterizzati da altissimi standard televisivi in 4K e Full HD e accompagnati da una grafica cen-

tralizzata per tutti i broadcaster in più lingue. Una internazionalità che rappresenta un ulteriore elemento di congiunzione con Enilive e con la capogruppo Eni. Forse anche per questo la proposta di essere affiancati da un'azienda all'avanguardia come Enilive ha trovato tutte le 20 società unanimemente concordi sin da subito.

Se si pensa che con il nostro campionato siamo in grado di raggiungere le case degli italiani per 10 mesi di fila con 380 partite si comprende il seguito e la passione che riusciamo a generare, un patrimonio che oggi siamo felici e orgogliosi di condividere con Enilive.



IN CAMPO CON LA SERIE A

DI GIANCARLO STROCCHIA

Accostando il proprio logo e il proprio nome a quello della massima serie calcistica italiana, Enilive scende nell'arena più popolare e gremita del Paese, alla conquista della fiducia di milioni di tifosi e appassionati dello sport più amato al mondo

COME TITLE SPONSOR. Enilive "battezzerà" letteralmente l'evento sportivo per eccellenza del nostro Paese. Dopo 25 anni di collaborazione con il precedente sponsor, per 3 stagioni a partire dal campionato 2024-25, la massima lega italiana di calcio è stata ufficialmente rinominata Serie A Enilive.

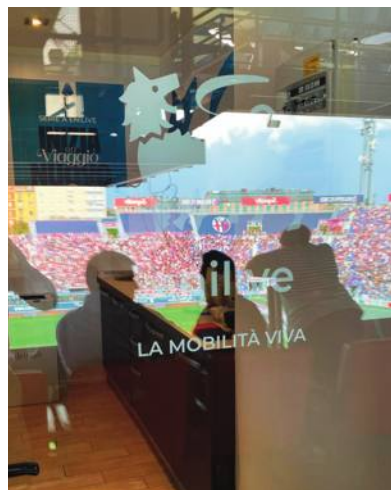
Il recente accordo non solo consente l'incontro tra due leader di settore, ma farà conoscere ad un pubblico sempre più ampio il nuovo brand Enilive e la sua ampia gamma di servizi e prodotti, realizzati con un forte impegno verso la decarbonizzazione, disponibili nelle oltre 4.000 stazioni di servizio italiane.

DUE TRA I PIÙ PRESTIGIOSI SIMBOLI DEL NOSTRO PAESE, ENILIVE E LEGA SERIE A DI CALCIO, SI INCONTRANO PER DARE VITA AD UNA COLLABORAZIONE ALL'INSEGNA DI PASSIONE, CORRETTEZZA, SOSTENIBILITÀ E FAIR PLAY.





SUL PALCO DELLA PRESENTAZIONE DELLA PARTNERSHIP ENILIVE-LEGA SERIE A PIERLUIGI PARDO, GIORNALISTA SPORTIVO, LORENZO CASINI, PRESIDENTE DELLA LEGA SERIE A DI CALCIO, FEDERICA MASOLIN, GIORNALISTA SPORTIVA, E GIUSEPPE RICCI, CHIEF OPERATING OFFICER INDUSTRIAL TRANSFORMATION DI ENI.



OGNI GIORNO AL FIANCO DEGLI ITALIANI

Il calcio è un collante ineguagliabile della nostra società. La passione per questo sport e per le venti squadre che in ogni stagione si contendono l'ambito scudetto da cucire sulle magliette è febbrile. Enilive si avvicina con entusiasmo a questo universo così vibrante e fragoroso, forte di una platea di un milione e mezzo di persone che già riconoscono nel suo brand un punto di riferimento per il rifornimento dei propri mezzi, grazie a un'ampia offerta di servizi e prodotti. Una posizione d'avanguardia

e un profilo sostenibile che Enilive trasferirà nella Lega di Serie A alimentando, per i prossimi tre anni, i gruppi elettrogeni che assicurano la produzione audiovisiva per le gare di Campionato con il prodotto di Enilive HVolution. Le Enilive Station sono al servizio delle persone in movimento, con numerosi servizi come il car sharing Enjoy, la ristorazione degli Eni Café e di ALT Stazione del Gusto, e altri servizi utili come il pagamento di bollettini postali e la spesa veloce negli Emporium. Questa partnership dinamica con la Lega di Serie A offrirà premi ed esperienze

esclusive ai clienti iscritti al programma fedeltà 'Enilive Insieme', incluso un concorso con oltre 10.000 ingressi VIP Experience per le partite della stagione 2024/2025.

UNA SODDISFAZIONE RECIPROCA CHE SI PROIETTA NEL FUTURO

Giuseppe Ricci, Chief Operating Officer Industrial Transformation di Eni, ha così commentato questa importante partnership: "Come la Serie A di calcio, anche noi vogliamo raggiungere tutti gli italiani, grazie ad un marchio presente capillarmente

su tutte le strade italiane e, da questa stagione, accostato ad una tradizione gloriosa come quella del campionato italiano di calcio di Serie A. Nelle nostre Enilive Station entrano ogni giorno oltre 1,5 milioni di persone. Vogliamo accompagnare tutti gli italiani che incontreremo grazie a questa preziosa sponsorizzazione lungo il percorso di transizione energetica, introducendoli ad un mondo sempre più aggiornato di prodotti e servizi che trasformeranno le nostre Enilive station in hub per una mobilità sempre più sostenibile".

UNA SERATA DI SUCCESSO TRA SPORT, SOSTENIBILITÀ E MUSICA AL GAZOMETRO DI ROMA

A CURA DELLA REDAZIONE

SERATA ALL'INSEGNA DELLO SPORT
E DEL GLAMOUR AL GAZOMETRO DI ROMA,
CON OLTRE 300 INVITATI, PER CELEBRARE
UNA COLLABORAZIONE SENZA PRECEDENTI,
QUELLA TRA ENILIVE E LEGA SERIE A
DI CALCIO, INSIEME A TANTE GLORIE
DEGLI STADI, ARTISTI E MANAGER DI ENI.

Il lancio ufficiale della partnership tra Enilive e la Lega Serie A è stato celebrato lo scorso 3 luglio presso il Complesso Eni del Gazometro di Roma Ostiense con un evento esclusivo che ha riscosso grande successo e suscitato notevole entusiasmo

UN EVENTO GLAMOUR ED ESCLUSIVO

Alla serata, riservata a invitati, hanno partecipato circa 300 ospiti, tra presidenti e dirigenti dei club e della Lega Serie A, ex leggende del calcio italiano, top manager di Eni ed Enilive e partner commerciali. Gli ospiti hanno calcato il blu carpet sotto i riflettori dei media, per poi essere intervistati davanti all'elegante backdrop ufficiale. La serata si è così trasformata in un autentico evento glamour, resa ancora più mediatica dalla presenza di numerosi giornalisti delle principali testate italiane.

APERITIVO E CENA ELEGANTE IN UNA LOCATION ICONICA

La serata è iniziata con un raffinato aperitivo nel suggestivo Parco Stella, per poi proseguire all'interno dell'Edificio 41, dove gli invitati hanno partecipato a una cena placée caratterizzata da stile ed eleganza. Pierluigi Pardo e Federica Masolin, noti volti della televisione sportiva, hanno dato il benvenuto dal palco, aprendo ufficialmente l'evento con la proiezione di un emozionante video dedicato a Enilive. Durante la cena, un talk moderato dai due conduttori ha visto protagonisti Giuseppe Ricci, Direttore Energy Evolution di Eni, e Lorenzo



Casini, Presidente della Lega Serie A. Ricci ha voluto ricordare il significato storico del Gazometro: "Questo luogo, che già più di un secolo fa forniva energia a Roma, è oggi un centro di innovazione tecnologica. Oggi simboleggia inoltre perfettamente il connubio tra una grande azienda e lo sport più amato dagli italiani: il calcio". Casini ha invece evidenziato il valore storico e simbolico di Eni per l'Italia, sottolineando l'importanza di questa nuova collaborazione: "Il legame con Eni è fondamentale per noi, soprattutto per il nostro impegno verso la sostenibilità ambientale. Con un partner come Enilive, siamo pronti ad andare ancora più avanti".

SVELAMENTO DEL NUOVO LOGO E VISIONE FUTURISTICA

Il momento clou della serata è stato lo svelamento del nuovo logo Serie A Enilive, accolto con grande entusiasmo dagli ospiti presenti. Luigi De Siervo, Amministratore Delegato della Lega Serie A, ha voluto sottolineare



che questo non rappresenta soltanto un "calcio d'inizio", ma l'inizio di un ciclo: "Siamo la fabbrica delle emozioni e continueremo a farlo insieme a Enilive, un grande brand con 4.000 stazioni di servizio in tutta Italia, che continueremo ad animare insieme." La Serie A ed Enilive sono dunque pronte a cambiare la percezione della mobilità sostenibile in Italia. Stefano Ballista, Amministratore Delegato di Enilive, ha invece rimarcato il significato profondo di questa partnership: "Questo è un momento di grandissima importanza per comunicare a tutti gli italiani il percorso di trasformazione che abbiamo avviato. La mobilità deve diventare sempre più sostenibile, e questa sinergia con la Serie A rappresenta una simbiosi perfetta". Ballista ha inoltre descritto le numerose iniziative che Enilive sta sviluppando per rafforzare ulteriormente il legame con clienti e tifosi: "Con il nostro programma di loyalty, mettiamo a disposizione oltre 10.000 VIP Experience, che non solo permetteranno ai vincitori di assistere alle partite di Serie A in tutta Italia, ma offriranno anche esperienze memorabili da raccontare".

MUSICA, SPETTACOLO E INNOVAZIONE

La serata ha continuato a sorprendere con uno spettacolo audiovisuale coinvolgente, caratterizzato da immagini calcistiche iconiche proiettate al ritmo del brano *Hey Boy Hey Girl* dei Chemical Brothers, con l'accompagnamento live di una delle più talentuose



AVVOLTI DAL TRAMONTO, ALL'OMBRA DEL GRANDE CILINDRO IN FERRO DEL GAZOMETRO E ACCOMPAGNATI DALLA MUSICA DEL DJ SET, POCO PRIMA DELL'ACCENSIONE IN ANTEPRIMA DI NEBULA, L'INSTALLAZIONE LUMINOSA DI QUIET ENSEMBLE.



TRA LE PIÙ SUGGERIVE ESIBIZIONI DELLA SERATA IL COMMENTO LIVE DI DANILA DRUMS, UNA DELLE PIÙ TALENTUOSE BATTERISTE ITALIANE, AD ACCOMPAGNARE L'AVVICENDARSI DI IMMAGINI ICONICHE DEL NOSTRO CALCIO.

batteriste italiane Danila Drums (Danila Guglielmi) e un disegno luci curato dal light designer di fama internazionale Daniele Davino.

UN FINALE ICONICO CON NEBULA E DJ SET

Il gran finale si è svolto nuovamente al Parco Stella, dove l'Orchestra dell'Accademia Nazionale di Santa Cecilia ha eseguito brani del leggendario compositore Giorgio Moroder. Uno dei momenti più iconici è stato l'accensione in anteprima di *Nebula*, l'installazione luminosa di Quiet Ensemble con musica originale dello stesso Moroder, che ha illuminato il maestoso cilindro del Gazometro nell'ambito del Festival Videocittà 2024, evento dedicato alla cultura digitale e all'innovazione tecnologica, di cui Eni è main partner. Per finire, un DJ set ha animato la serata fino a tardi, suggerendo un evento di grande successo che ha unito sport, sostenibilità e musica in una cornice memorabile.

VINCA IL MIGLIORE, MA GIOCANDO CON RISPETTO

DI IACOPO SAVELLI

Ciro Ferrara e Christian Vieri, Ambassador della Lega Serie A, raccontano i valori del calcio e l'inclusività alle generazioni future

IL CALCIO, UN VEICOLO UNIVERSALE in grado di trasmettere non solo emozioni, divertimento e senso di appartenenza, ma anche gli stessi messaggi positivi che sono basi irrinunciabili e prioritarie del brand Enilive nuovo Title Sponsor della Lega Serie A: correttezza, lealtà e rispetto. Un invito rivolto non solo ai calciatori, ma anche alle decine di milioni di persone che ogni settimana affollano gli spalti degli stadi o seguono le partite in televisione. "Vinca il migliore, ma giocando con lealtà", questa in sintesi l'esortazione che contraddistingue la presenza di Enilive a fianco della Lega Serie A, un messaggio che porta con sé un valore sociale che va molto oltre i confini del campo di gioco, proiettandoci verso un presente e un futuro che sappiano far convivere obiettivi personali ed aziendali con innovazione sostenibile, rispetto degli altri, uso consapevole delle risorse in un grande gioco di squadra che ci ri-

guarda e coinvolge tutti. Non semplici slogan ma una visione complessiva reale e concreta di quanto ci attende negli anni a venire, con lo scopo di proiettarci verso un futuro migliore. Un messaggio forte e inequivocabile sancito alla prima giornata dal gesto simbolico della consegna ai giocatori della fascia da capitano da parte di giovani che indossavano una maglietta con la scritta "Giochiamo con lealtà". Per cercare di capire che impatto sia destinato ad avere tutto questo in una realtà così ampia e coinvolgente in ogni suo ambito, abbiamo intervistato due simboli nazionali ed internazionali del mondo del calcio, **Ciro Ferrara** e **Christian Vieri**, che vantano oltre mille partite da professionisti con le maglie di club e dell'Italia ed un palmarès di successi personali e di squadra sconfinato.

Il gesto simbolico della consegna

della fascia della Serie A Enilive ai capitani ha suscitato un grande impatto mediatico e sociale. Credete che questa iniziativa possa aprire la strada a nuove campagne di sensibilizzazione sul fair play e il rispetto nel calcio?

CIRO FERRARA. "Tutte le iniziative ispirate ai principi di fair play hanno un senso e un peso. Non sono mai una causa persa, il nostro calcio ne ha bisogno. I giovani atleti oggi sono molto ricettivi rispetto a questi messaggi ed è merito di tutte le campagne di sensibilizzazione lanciate precedentemente. Il fair play, grazie a questa mentalità coltivata attraverso grandi e piccole campagne, è entrato nel lessico familiare del calcio ed è

stato finalmente interiorizzato. Ora occorre irrobustire sempre di più le radici di questa pianta, dobbiamo proseguire in questa direzione".

CHRISTIAN VIERI. "Consegnare la fascia della Serie A Enilive ai capitani da parte di giovani che indossavano la maglia con il messaggio "Giochiamo con lealtà" ha senza dubbio un valore significativo. Questo gesto semplice, ma altamente simbolico, sottolinea l'importanza della lealtà e del rispetto e coinvolge attivamente le giovani generazioni, che rappresentano il nostro futuro. Iniziative di questo tipo, quindi, è importante che vengano promosse per ricordarci che il rispetto e il fairplay sono elementi essenziali del nostro sport e

valori cardine della nostra società".

Quali sono, secondo voi, i valori fondamentali del calcio che dovrebbero essere maggiormente promossi e trasmessi alle nuove generazioni, sia tra i giocatori che tra i tifosi?

C.F. "Non mi sento mai ripetitivo quando ribadisco concetti come fair-play, rispetto dell'avversario e dello staff, empatia, senso di responsabilità. Con i social, oggi, ogni azione può avere conseguenze dilaganti. Un tempo non c'era questa sovraesposizione, si poteva filtrare e arginare quanto magari potesse danneggiare l'immagine di un gruppo o di un individuo. Oggi la comunicazione si muove ad una velocità impressio-

"VINCA IL MIGLIORE, MA GIOCANDO CON LEALTÀ" È L'ESORTAZIONE CHE CONTRADDISTINGUE LA PRESENZA DI ENILIVE A FIANCO DELLA LEGA SERIE A.

nante, prima di agire o reagire in un modo o nell'altro è bene pensare alle eventuali conseguenze e ai messaggi che ne deriverebbero, pur indirettamente. Bisogna pensare che ogni più piccola azione o reazione, fisica o verbale, ha un potere di butterfly effect in positivo o in negativo.



Effetto bello e attraente quanto pericoloso”.

C.V. “Il calcio, da sempre uno degli sport più popolari al mondo, porta con sé valori fondamentali che vanno ben oltre la semplice competizione sul campo. Valori che devono essere trasmessi non solo ai calciatori ma anche ai tifosi, soprattutto alle nuove generazioni. È fondamentale il rispetto, la base su cui si fonda ogni sport, che nel calcio assume un'importanza centrale: per gli avversari, per i compagni di squadra, per gli arbitri e per il pubblico. Un requisito essenziale ed una lezione che trascende lo sport e che deve essere applicata alla vita quotidiana. Fondamentali sono anche l'impegno e la dedizione; il calcio richiede grande impegno, sia fisico che mentale. Trasmettere ai giovani l'importanza del sacrificio e del duro lavoro è molto importante non solo per il loro percorso sportivo, ma anche per la loro crescita personale. Spesso i grandi successi non derivano solo dal talento innato, ma dalla capacità di migliorarsi costantemente, di affrontare le difficoltà e di non arrendersi di fronte agli ostacoli. Voglio anche sottolineare che uno dei più importanti punti di forza del calcio, è la sua capacità di unire persone di diversa provenienza, cultura e status sociale. È uno sport che abbatte barriere, crea ponti e offre un terreno comune per l'incontro di realtà diverse. Valorizzare e promuovere l'inclusività nel calcio è essenziale per combattere il razzismo, la discriminazione e qualsiasi forma di intolleranza. La Serie A Enilive promuove questo messaggio durante tutte le giornate del Campionato attraverso le divise Keep Racism Out indossate dai bambini che accompagnano i calciatori in campo”.

In qualità di Ambassador, avete preso parte agli eventi che hanno celebrato l'inizio della partnership tra Enilive e la Serie A. Quali sono le vostre aspettative per questa collaborazione? Pensate che possa offrire benefici

concreti al calcio italiano e contribuire alla diffusione di valori positivi?

C.F. “Sarò estremamente sintetico tanto mi è facile individuare i punti fondamentali che sono consapevole debbano accompagnare il mio ruolo di Ambassador: 1) promuovere i valori del calcio; 2) essere sempre un un esempio di professionalità; 3) rappresentare la Serie A a livello globale; 4) incoraggiare le nuove generazioni; 5) partecipare a iniziative sociali. Una

grande responsabilità e nello stesso tempo una grande emozione pensare di trasmettere messaggi positivi, inclusivi e rispettosi dell'altro anche nelle sfide più importanti che la vita ci mette davanti”.

C.V. “Essere Ambassador della Lega Serie A rappresenta una grande responsabilità e un'opportunità straordinaria, ce ne rendiamo conto nelle tante iniziative nelle quali, in Italia e in tutto il mondo, veniamo accolti

sempre con grande entusiasmo e partecipazione. Significa diventare portavoce dei valori e degli ideali che il calcio italiano vuole promuovere, sia a livello nazionale che internazionale. L'Ambassador non è solo una figura di rappresentanza, ma un vero e proprio modello di ispirazione per i tifosi, i giovani atleti e il pubblico, che guarda alla Serie A come a un punto di riferimento nel mondo dello sport. La collaborazione tra la Lega Serie A ed Enilive rappresenta un'opportunità

di crescita per il calcio italiano. Questo accordo strategico è in linea con una visione che va oltre il campo di gioco e abbraccia temi come l'innovazione, la responsabilità sociale e la promozione di un'immagine più inclusiva e sostenibile dello sport, un'opportunità per far diventare il Campionato moderno e competitivo che già vediamo anche un simbolo di progresso capace di ispirare nuove generazioni di tifosi e atleti non solo in Italia, ma in tutto il mondo”.

LE INIZIATIVE DI RISPETTO E DI FAIR PLAY SONO ELEMENTI FONDAMENTALI PER IL CALCIO, IN PARTICOLARE, PER LE NUOVE GENERAZIONI CHE GIÀ OGGI SI RIVEDONO NEL GIOCO LEALE.

Prospettive proiettate sul futuro che trovano però un riscontro immediato in questo avvio della Serie A Enilive, un Campionato partito davvero all'insegna della lealtà e del rispetto tra giocatori e allenatori, senza polemiche sugli arbitraggi e con un livello di competitività che non si registrava da anni, tanto da regalarci una novità assoluta: mai nella storia del nostro calcio sei squadre si erano alternate in testa alla classifica come accaduto finora con Atalanta, Juventus, Inter, Milan, Torino e Napoli. Premesse che promettono uno spettacolo più avvincente che mai.



UNA STAGIONE DI MOVIMENTO E PASSIONE

Alla presentazione del calendario 2024-2025 è stata ufficializzata la partnership tra Enilive e la massima lega italiana di calcio. “Per i prossimi tre anni accompagneremo insieme la più grande passione degli italiani”, ha dichiarato Stefano Ballista, Amministratore Delegato di Enilive. Un incontro tra due realtà innovatrici e sostenibili, che esalta competenze e valori nazionali

UN VERO E PROPRIO FENOMENO sociale. È il calcio, che richiama moltitudini di estimatori, da Lampedusa a Bolzano. Partendo dall'assunto che il tifo è lo “sport” più praticato nel nostro Paese, sono milioni gli appassionati che riempiono le tribune degli stadi per supportare la propria squadra del cuore, affrontando interminabili trasferte solo per non far mancare il sostegno ai propri idoli. Una ritualità che scandisce molte domeniche, e ormai anche i giorni feriali, e che si ripete immancabilmente ogni anno, con un calendario sempre più fitto di appuntamenti. Un'istituzione nazionale, la Serie A di calcio, che dalla stagione 2024-2025 si avvale del suggello di uno sponsor altrettanto prestigioso come Enilive. “Un'appassionante nuova partnership” come l'ha definita Stefano Ballista, Amministratore Delegato di Enilive, nel corso della presentazione ufficiale del calendario della Serie A Enilive 2024/2025, lo scorso 4 luglio, presso l'Auditorium Multimediale RDS di Roma. Insieme a Chiara Giuffrida e



Lorenza Dallà, e a due glorie dei nostri campi come Christian Vieri e Ciro Ferrara, è stata introdotta la sequenza delle 38 giornate di Serie A, inframmezzate dalle competizioni di Coppa Italia, la cui finale si giocherà a Roma mercoledì 14 maggio, e dalle competizioni europee e internazionali.

ENILIVE MUOVE LA PASSIONE DEGLI ITALIANI

“I motivi di questa scelta sono molteplici così come le analogie tra la nostra azienda e la Serie A di calcio” – ha sottolineato Ballista. “Entrambe si rivolgono direttamente alle persone. E poi, così come la Serie A di calcio è tra gli eventi più caratterizzanti, più familiari e riconoscibili che abbiamo in Italia, anche noi siamo mossi da una grande passione per il nostro Paese e, alla stregua del calcio, accompagniamo gli italiani lungo tutta la giornata”. Un incontro tra numeri uno; da una parte lo sport più popolare del Paese, dall'altra un'azienda protagonista globale nella mobilità sostenibile, impegnata nel-

“I MOTIVI DI QUESTA SCELTA SONO MOLTEPLICI COSÌ COME LE ANALOGIE TRA ENILIVE E LA SERIE A DI CALCIO” – HA SOTTOLINEATO BALLISTA. “ENTRAMBE SI RIVOLGONO DIRETTAMENTE ALLE PERSONE”.

l'innovazione attraverso il lancio di carburanti sempre più compatibili con la salvaguardia dell'ambiente e nuovi format di ristorazione in mobilità, contraddistinti da qualità e accessibilità.

IN CAMPO PER CRESCERE INSIEME

Il campionato di serie A, iniziato il 17 agosto e in programma fino al 25 maggio 2025, si preannuncia come uno dei più elettrizzanti delle ultime stagioni. Venti squadre, con un numero incredibile di campioni, si sfideranno in campo con energia e impeto ma anche con correttezza e lealtà. Lorenzo Casini, presidente della Lega serie A, ha espresso il suo orgoglio per la nuova partnership con Enilive sottolineando come "il calcio italiano possa ispirarsi ai valori che hanno caratterizzato la storia di Eni, il suo profondo legame con l'Italia, la sua cooperazione cosmopolita e la capacità di modernizzare il Paese". Casini ha poi evidenziato l'importanza della sostenibilità ambientale, un tema che "insieme a Enilive potremo sviluppare in futuro, con prospettive di crescita in tutto il mondo della serie A".

UN CALENDARIO DI SFIDE EMOZIONANTI

Andrea Butti, Head of Competition della Lega Serie A, ha infine spiegato che il calendario del primo campionato Serie A Enilive è stato progettato con un'alternanza precisa tra partite in casa e in trasferta per i principali club e una sequenza non simmetrica tra andata e ritorno. È previsto un solo turno infrasettimanale il 30 ottobre 2024 e i derby di Roma, Milano e Torino si terranno in giornate diverse. Il calendario tiene conto delle otto squadre italiane impegnate in competizioni europee, senza pausa invernale ma con quattro finestre internazionali.

Le sfidanti sono scese già in campo, la passione si fa sempre più accesa, e allora fischio d'inizio, palla al centro e vinca il migliore. **[G.S.]**





IL MOMENTO IN CUI I CAPITANI DELLE SQUADRE HANNO INDOSSATO LA FASCIA DELLA SERIE A ENILIVE. UN MODO PER DARE UN SENSO COSTRUTTIVO ALLA PRESENZA DI ENILIVE AL FIANCO DELLA MASSIMA LEGA DI CALCIO ITALIANA.

CALCIO D'INIZIO E LA LEALTÀ FA GOAL



Correttezza e fair play sono i valori che Enilive intende diffondere attraverso la sponsorizzazione triennale della Serie A di calcio. Un messaggio forte, che ha campeggiato sulle magliette distribuite da Enilive durante la prima giornata di campionato

ENILIVE PORTA IN SERIE A i valori che rappresentano le solide basi del suo brand. L'azienda, title sponsor per i prossimi tre anni della Lega di Serie A, è scesa in campo durante la prima giornata di campionato per lanciare un forte incitamento alla correttezza, alla lealtà e al rispetto. Questo invito non è stato rivolto solo ai giocatori in campo, ma anche ai tifosi sugli spalti e ai milioni di spettatori e spettatrici televisivi collegati per l'inizio del campionato più importante d'Italia. Sabato

17 agosto, poco prima che risuonassero i fischietti degli arbitri, al momento dello schieramento delle squadre in campo, un ragazzo o una ragazza ha fatto l'ingresso indossando una maglia Enilive che riportava la scritta "Giochiamo con lealtà". I ragazzi si sono poi recati dai capitani delle squadre in campo invitandoli ad indossare la fascia della Serie A Enilive, un gesto simbolico di forte impatto. Un'esortazione inequivocabile, innovativa e che segna discontinuità con



il passato, capace di attribuire una visibilità di valore sociale all'azienda e di contrassegnare in senso costruttivo la presenza di Enilive al fianco della massima Lega di calcio italiana.



UN PALCOSCENICO UNICO PER LANCIARE UN MONITO UNIVERSALE

Un momento significativo, rilanciato dai media e sottolineato dai commenti e dagli highlight di Sky e DAZN, con l'obiettivo enfatizzarne la portata e, conseguentemente, offrire risalto positivo alla sponsorizzazione siglata da Enilive. Un veicolo di promozione dei servizi e dei prodotti dell'azienda

capace di raggiungere milioni di appassionati e appassionate di calcio, tra cui individuare tanti potenziali nuovi clienti per le Enilive Station.

UNA MAGLIA PER IL FUTURO: SIMBOLO DI LEALTÀ E SOSTENIBILITÀ NEL CALCIO

In una versione più elaborata rispetto a quella indossata in campo durante la prima giornata di Serie A, la maglia

Serie A Enilive sarà donata dall'azienda a tutti gli ospiti delle partite. Questo omaggio ha l'obiettivo non solo di dare visibilità al brand, ma soprattutto di veicolare i principi fondamentali che l'azienda sostiene: lealtà, fair play e responsabilità sociale. Inoltre, al fine di rafforzare ulteriormente le premialità della loyalty e mantenere alta la fidelizzazione dei clienti, la maglia verrà inserita fra i

premi del concorso "Segna e Vinci Serie A Enilive".

La maglia sponsorizzata Serie A Enilive rappresenta molto più di un semplice capo d'abbigliamento sportivo. Essa incarna valori profondi e significativi che l'azienda vuole trasmettere attraverso il calcio, unendo la passione per lo sport a una forte responsabilità sociale.

Il messaggio scritto sulla maglia, "Gio-

chiamo con lealtà", invita tutti a vivere il calcio nel rispetto delle regole e degli avversari, esaltando l'importanza del fair play nello sport. La lealtà diventa il fulcro del messaggio, abbracciando non solo il rapporto tra giocatori e tifosi, ma anche l'essenza del gioco di squadra. L'azienda, attraverso questo simbolo, si fa promotrice di un calcio più consapevole, invitando chiunque indossi la maglia a essere

portatore di un incitamento positivo e orientato a un futuro migliore. Sempre contrassegnata da un forte valore sociale che rispecchia l'identità aziendale, la maglia verrà ristilizzata e riproposta in diverse versioni nel corso delle tre stagioni di sponsorizzazione della Serie A, diventando così un vero e proprio oggetto da collezione.

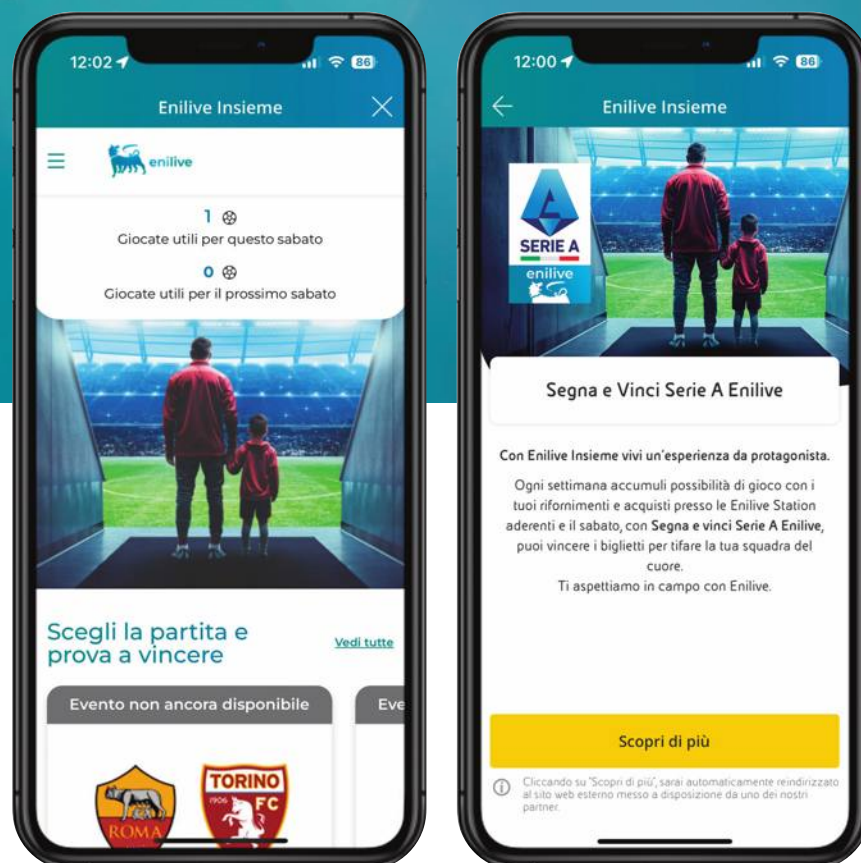
CON LE NUOVE MAGLIETTE IN CAMPO ENILIVE INTENDE TRASMETTERE I VALORI DI LEALTÀ, FAIR PLAY E RESPONSABILITÀ SOCIALE, PERCHÉ IL CALCIO RIMANGA SOPRATTUTTO UN BEL GIOCO ALL'INSEGNA DEL DIVERTIMENTO E DEL SANO AGONISMO.



ENILIVE REGALA UN SOGNO IN TRIBUNA

DI GIANCARLO STROCCHIA

Sono oltre 10.000 i biglietti VIP per le partite di campionato messi in palio dal concorso "Segna e Vinci Serie A Enilive". Un richiamo irresistibile per tanti tifosi che potranno così scoprire da vicino il grande mondo di prodotti e servizi delle Enilive Station



I TIFOSI, SI SA, FAREBBERO DI TUTTO per sostenere la propria squadra del cuore direttamente allo stadio. Con Enilive questo sogno può diventare realtà ogni settimana. Infatti, il 29 luglio scorso è partito il concorso Instant Win "Segna e Vinci Serie A Enilive" che, grazie alla sponsorizzazione che l'azienda ha sottoscritto per i prossimi tre anni con la Lega italiana di Serie A, accompagnerà tutte le giornate del campionato 2024-2025. Il concorso mette in palio 140 coppie di biglietti VIP per ogni giornata di

campionato, permettendo ai vincitori di seguire la propria squadra del cuore direttamente dagli spalti dello stadio. Un'occasione straordinaria non solo per consolidare il legame di chi già conosce e usufruisce dei servizi e dei prodotti Enilive, ma anche per attrarre migliaia di potenziali nuovi clienti.

DINAMICA SEMPLICE PER UN PREMIO AMBITO

L'alto numero di biglietti disponibili unito alle elevate probabilità di vincita

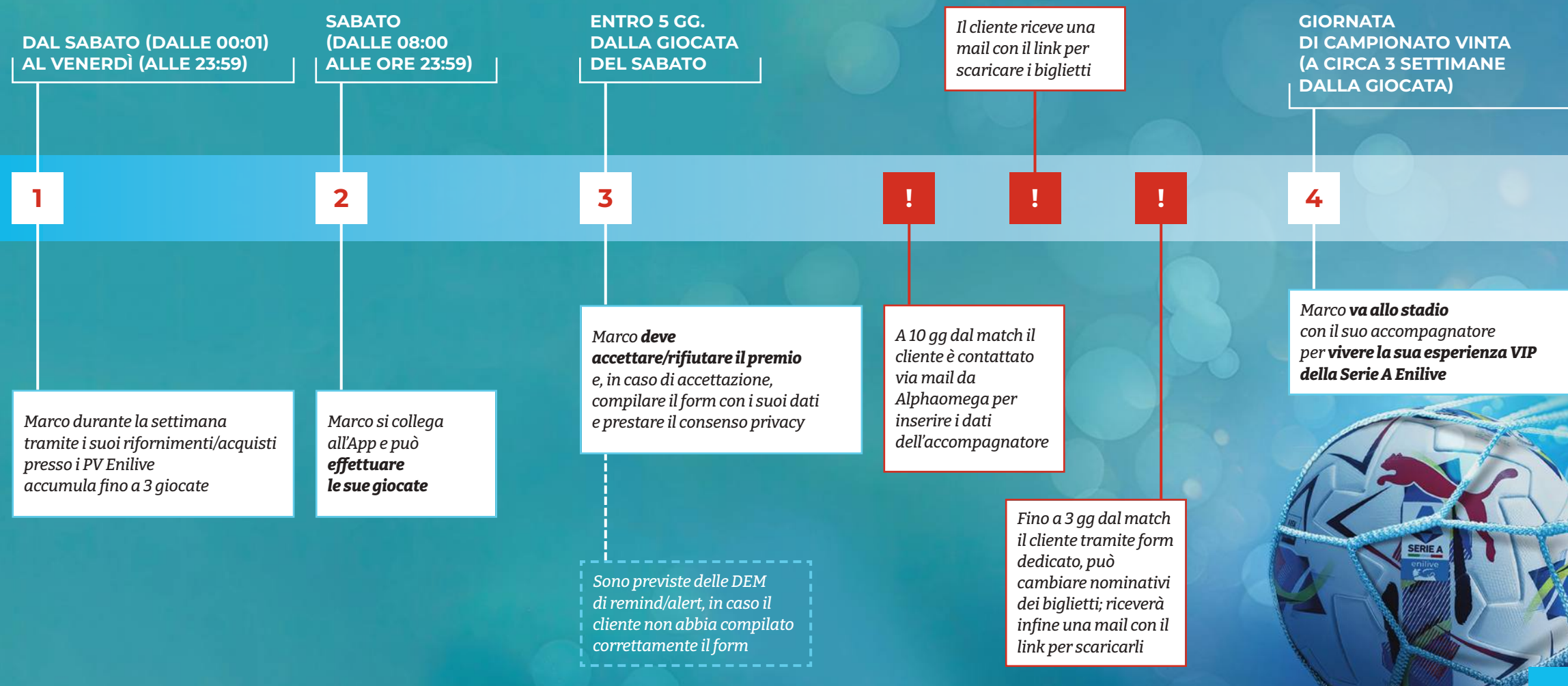
e a una dinamica di partecipazione estremamente semplice, grazie al supporto della app Enilive, rappresenta un forte incentivo per migliaia di nuovi contatti che potranno facilmente tradursi in nuovi clienti Enilive. Per partecipare, basta effettuare un acquisto presso una delle oltre 4.000 Enilive Station in Italia. Si può scegliere di fare rifornimento di carburante per un valore di almeno 20 euro in modalità Self o Servito, pagando tramite l'App Enilive, o acquistare prodotti per almeno 10 euro presso gli Eni

UN PROCEDIMENTO INTUITIVO CON L'APP ENILIVE PER PARTECIPARE AL CONCORSO "SEGNA E VINCI SERIE A ENILIVE" CHE METTE IN PALIO OGNI SETTIMANA 140 COPPIE DI BIGLIETTI VIP PER LE PARTITE DI SERIE A.





SEGNA E VINCI SERIE A ENILIVE



Café Emporium o i punti vendita ALT Stazione del Gusto, digitalizzando la transazione, oppure acquistare prodotti del valore di almeno 5 euro presso gli Eni Café, Eni Charge, Eni Parking, pagando tramite l'App Enilive o digitalizzando la transazione. Per ogni acquisto i clienti ricevono delle "giocate", fino a un massimo di tre chance di gioco a settimana, utili a tentare di conquistare, in tempo reale, i preziosi biglietti Vip per seguire la propria squadra del cuore allo stadio.

POCHE MOSSE PER VINCERE UNA GRANDE EMOZIONE

Ogni sabato, collegandosi ad Enilive Insieme, il cliente può utilizzare le

possibilità di gioco accumulate nel corso della settimana precedente (dal sabato al venerdì). Sul contatore della schermata dedicata nella app possono scegliere la partita desiderata tra quelle in programma circa tre settimane dopo la giocata. Una volta scelto il match per il quale si vuole partecipare, cliccando sul pallone si procede con la giocata e si scopre immediatamente se si è vinta una coppia di biglietti VIP. In caso di vittoria il cliente, direttamente dall'app, potrà accettare o rifiutare il premio, compilando una liberatoria. Dal concorso sono esclusi i gestori delle stazioni di servizio, i loro dipendenti e congiunti diretti.

UNA OCCASIONE IMPERDIBILE PER INCREMENTARE LA CLIENTELA

Il concorso rappresenta una grande opportunità per incrementare significativamente i nuovi contatti presso le Enilive Station. Inoltre, ogni passaggio del concorso implica l'utilizzo della App Enilive ed è facile prevedere un forte aumento delle iscrizioni all'app Enilive e delle giocate, grazie all'irresistibile potere attrattivo che il campionato di calcio esercita su milioni di tifosi.

Ma non basta la forza d'attrazione della Serie A. L'esperienza e la professionalità di ogni gestore giocheranno un ruolo chiave nel motivare

sia i clienti affezionati sia i visitatori occasionali a scaricare la app per partecipare al concorso "Segna e Vinci Serie A Enilive" - un'iniziativa senza precedenti in Italia.

UN PIANO DI COMUNICAZIONE CAPILLARE

A supporto dell'attività di ogni gestore e del proprio staff, e per garantire la massima diffusione dell'iniziativa, è previsto un articolato piano di comunicazione che prevede fasi di ingaggio attraverso notifiche e schermate dedicate della App Enilive, un massiccio piano di comunicazione su media tradizionali e digitali, come TV, canali social e le

piattaforme online. Inoltre, ogni Enilive Station è stata dotata di materiali promozionali che includono locandine, vetrofanie, proiezione sul monitor Eni Café, totem Sonia e spot diffusi via Radio Eni Station.

Una campagna capillare e ad alta frequenza che, grazie anche agli spazi di visibilità garantiti dalla sponsorizzazione, potenzierà fortemente la portata dell'iniziativa, con inevitabili ricadute positive sull'affluenza di nuovi clienti presso le Enilive Station. Tutte le informazioni sul concorso sono reperibili sul sito www.enilive.it

POCHI E SEMPLICI PASSAGGI CONSENTONO DI GODERE DEL PIACERE DI ASSISTERE ALLA PARTITA DELLA PROPRIA SQUADRA DEL CUORE. UNA GRANDE OPPORTUNITÀ PER INCREMENTARE SIGNIFICATIVAMENTE I NUOVI CONTATTI PRESSO LE ENILIVE STATION.

SEMPRE PIÙ CLIENTI USANO L'APP ENILIVE: COMODA, SICURA E CONVENIENTE

DI KATIA PINTI

La digitalizzazione sta trasformando le stazioni di servizio e l'App Enilive è al centro di questa

transizione, offrendo ai clienti un'esperienza più

comoda e sicura e

comodità. I gestori sono

proprietari di questo

servizio, guidando i

clienti verso l'uso di un'App

che non solo semplifica le

operazioni, ma premia la

fiducia con vantaggi

LA TRASFORMAZIONE DIGITALE ha rivoluzionato le abitudini di consumo, e le stazioni di servizio non fanno eccezione. Grazie alla combinazione di facilità d'uso, sicurezza e vantaggi esclusivi, l'App Enilive è diventata un must per migliaia di clienti che si riforniscono e fanno acquisti nelle Enilive Station ogni giorno. I clienti apprezzano, ad esempio, la comodità di pagare dallo smartphone senza neanche uscire dall'auto, e la sicurezza garantita dall'App, che elimina i rischi legati alle carte fisiche. Ma c'è di più: con il programma "Enilive Insieme", ogni acquisto accumula punti che si trasformano in premi esclusivi. Il concorso "Segna e Vinci Serie A Enilive" rende l'App ancora più irresistibile, offrendo ai clienti la

APP ENILIVE/VADEMECUM

PRIMA INTERAZIONE: APPROCCIO INIZIALE

GESTORE:

“Ha già scaricato l'App Enilive? Pagando con l'App, ha tanti vantaggi in più rispetto a chi paga in contanti o con carta. Ad esempio, con l'App può risparmiare tempo ed evitare file. Inoltre, può accumulare punti fedeltà ad ogni acquisto e partecipare a promozioni esclusive, come il concorso per vincere ingressi VIP per vedere le partite della Serie A!”

SICUREZZA NEI PAGAMENTI

OBIEZIONE CLIENTE:

“Non mi fido, preferisco pagare con contanti/carta di credito fisica.”

RISPOSTA DEL GESTORE:

“In realtà, pagare con l'App è il metodo più sicuro. Libera dalla necessità di girare con tanti contanti ed evita rischi di frodi e clonazione delle carte. Con l'App Enilive i dati sono protetti da sistemi di sicurezza avanzati, molto più sicuri rispetto ai pagamenti diretti sui terminali fisici. Inoltre, se preferisce, può evitare di configurare la carta di credito, pagando con altri sistemi di pagamento come Apple Pay o PayPal.”



INCENTIVO ALLA REGISTRAZIONE IMMEDIATA

OBIEZIONE CLIENTE:

“Non ho tempo ora per registrarmi.”

RISPOSTA DEL GESTORE:

“La registrazione richiede meno di due minuti, è velocissima se usa le sue utenze social, gli account Enjoy o Plenitude o le precedenti credenziali Eni Station + o Eni Station Business. Una volta registrato, potrà usufruire di tutti i vantaggi senza dover fare più nulla.”

Il dialogo con i clienti è la leva per incrementare il numero di download dell'App. È importante che il gestore interagisca con ogni cliente che visita la Enilive Station evidenziando i principali punti di forza dell'App, come il risparmio di tempo, l'accumulo di punti fedeltà e la possibilità di partecipare a concorsi esclusivi.

Uno degli argomenti più forti da proporre ai clienti è la sicurezza. Pagare con l'App elimina i rischi associati all'utilizzo diretto della carta sui terminali di pagamento. Con l'App Enilive, i clienti possono effettuare transazioni sicure, riducendo drasticamente il rischio di frodi e clonazioni.

Talvolta un processo di registrazione lungo disincentiva l'utente a scaricare le app e autenticarsi. Con l'App Enilive, questo timore è infondato. L'iscrizione è semplice e veloce, e può essere completata anche utilizzando le credenziali delle vecchie App Eni o il social login, la funzione che consente agli utenti di registrarsi e accedere utilizzando un account social preesistente (Facebook, Google o Apple). Questo rende l'esperienza fluida e accessibile a tutti.



possibilità di vincere biglietti VIP per le partite della Serie A ogni settimana. Utilizzare l'App diventa un'opportunità non solo per i clienti, ma anche per i gestori. Ogni transazione effettuata crea un legame più forte tra il cliente e le Enilive Station.

LA SFIDA È NELLE MANI DEI GESTORI

Il futuro è digitale e i gestori sono in prima linea per guidare questa trasformazione. Invitare i clienti a scoprire l'App Enilive è fondamentale per cavalcare quest'onda di cambiamento e fidelizzazione e trasformare le Enilive Station in un punto di riferimento per l'innovazione e la qualità. Ogni interazione gestore - cliente è un'opportunità per promuovere l'App Enilive come un vero valore aggiunto.

VADEMECUM PER I GESTORI: COME INCENTIVARE I CLIENTI A SCARICARE L'APP ENILIVE

Alcuni suggerimenti pratici per motivare i clienti a utilizzare l'App, evidenziandone i vantaggi in termini di comodità, sicurezza e premi esclusivi, possono aiutare a gestire le eventuali obiezioni.

Essere pronti a rispondere alle loro domande in modo semplice e rassicurante può fare la differenza e aumentare il numero di download.

Alcuni clienti potrebbero evitare i concorsi perché temono che siano complicati, ma partecipare a "Segna e Vinci la Serie A Enilive" è semplicissimo. Rendere chiara questa facilità ai clienti crea entusiasmo e li motiva a tornare regolarmente presso le Enilive Station.

Offrire assistenza pratica ai clienti che temono di non saper usare l'App Enilive è essenziale per superare le resistenze iniziali. Spesso i clienti possono sentirsi scoraggiati o in difficoltà di fronte alla tecnologia, e un gesto semplice come guidarli nel processo di installazione e utilizzo dell'App può fare la differenza. Dare loro un aiuto concreto crea fiducia e dimostra quanto sia semplice e intuitivo utilizzare l'App, incentivando così l'adozione e la fedeltà a lungo termine.

APP ENILIVE/VADEMECUM

MOTIVAZIONE: LA FACILITÀ DEL CONCORSO SEGNA E VINCI LA SERIE A

OBIEZIONE CLIENTE:

“Non sono interessato ai concorsi, mi sembra complicato.”

RISPOSTA DEL GESTORE:

“Non è affatto complicato. Basta fare il suo solito rifornimento (di almeno 20 €) o acquisti presso Emporium o Alt Stazione del Gusto (per un minimo di 10 €) o presso Eni Café, Eni Charge o Eni Parking (minimo 5€) e l'App calcola automaticamente le sue possibilità di vincita. Non c'è niente di più semplice!”

ASSISTENZA PRATICA: UN PICCOLO GESTO CHE FA LA DIFFERENZA

OBIEZIONE CLIENTE:

“Non sono bravo con la tecnologia.”

RISPOSTA DEL GESTORE:

“Nessun problema! Posso guidarla io passo passo. Una volta fatta la prima operazione, vedrà che sarà tutto automatico e davvero semplice da usare.”

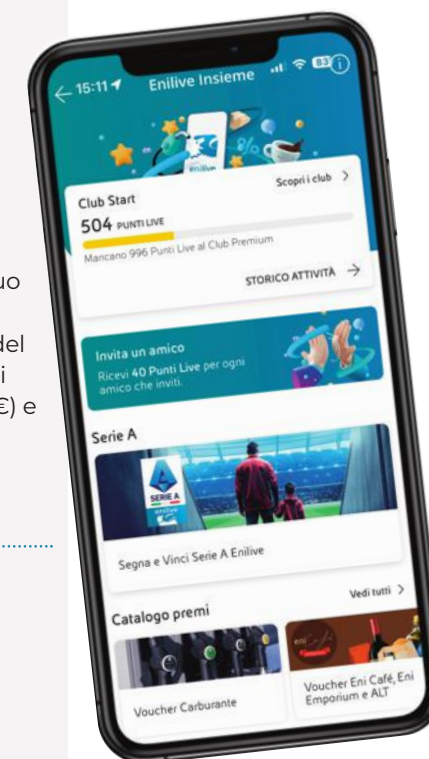
PERSONALIZZAZIONE E VANTAGGI ESCLUSIVI: IL SEGRETO PER FIDELIZZARE I CLIENTI

OBIEZIONE CLIENTE:

“Non voglio ricevere troppe notifiche, mi infastidiscono.”

RISPOSTA DEL GESTORE:

“Capisco, ma può scegliere quali notifiche ricevere. E sono utili per essere informato su sconti e promozioni esclusive, senza dover cercare altrove.”



PER FACILITARE L'ESPERIENZA DEI CLIENTI PRESSO LE ENILIVE STATION È IMPORTANTE PROMUOVERE L'UTILIZZO DELL'APP AGEVOLANDO LA DIGITALIZZAZIONE.

Più clienti utilizzano l'App, più diventa facile fidelizzarli, grazie ai servizi esclusivi e alle promozioni personalizzate. L'App rappresenta un'opportunità di migliorare il servizio offerto, rendendo la Enilive Station un punto di riferimento per innovazione e qualità.



PENISOLA, LA START-UP DA REPLICARE

DI EVITA COMES

Dopo il successo del format ALT Stazione del Gusto e lo sviluppo della nuova offerta Eni Cafè, Enilive presenta Penisola, ulteriore novità nel campo della ristorazione pensata per accogliere la clientela in location eleganti e distintive

Penisola

T A S T E • D R I N K • M O M E N T S

IL RISTORANTE PENISOLA, situato sulla via tra Portisco e la Costa Smeralda, è la perfetta fusione tra trasformazione e innovazione, elementi essenziali per permettere ai locali di un ristorante a gestione familiare, presente all'interno di una Enilive station, di essere completamente ristrutturati nel 2023 per creare un nuovo punto di riferimento esclusivo per la ristorazione di qualità in Sardegna. Grazie alla sua posizione, che regala una vista che si perde tra il verde e il mare, è stato avviato un esperimento di successo, mirato a valorizzare il business della ristorazione e creare spazi d'eccellenza che esaltino la qualità del buon cibo italiano. Penisola, ristorante e lounge bar, aperto

da pranzo a cena e ideato per ospitare anche eventi privati, punta a regalare ai suoi ospiti una vera esperienza culinaria dell'eccellenza Made in Italy. Il progetto Penisola si inserisce nella più ampia strategia di Enilive volta a potenziare l'offerta di servizi a supporto delle persone, con un focus centrale sul food. Dopo il restyling del format Eni Cafè, pensato per offrire una sosta di qualità, e l'avvio del progetto ALT Stazione del Gusto in collaborazione con l'Accademia Niko Romito, che promuove un concetto di cibo accessibile e gustoso, si è compiuto un ulteriore passo avanti nell'innovazione dei servizi offerti dalla società: Penisola si rivolge a una clientela che cerca un livello superiore di ristorazione e un'espe-

rienza gastronomica unica in un contesto esclusivo.

Il progetto Penisola è frutto della collaborazione tra Enilive ed Enimoov, i fautori del grande cambiamento in atto sulle stazioni di servizio, e Max Chiesa, l'associato che segue l'attività del ristorante, con lo chef torinese Giuseppe Rambaldi alla guida della cucina.

I piatti proposti dallo chef Rambaldi, per 19 anni sous chef allo stellato Combal.Zero e dal 2017 titolare di Cucina Rambaldi, presentano molte contaminazioni sarde e un menu che alterna mare e terra, accompagnato da un'eccellente carta dei vini che permette ai sommelier di servire i giusti accostamenti. Una proposta per stimolare tutti i sensi che, abbi-





nata a una location molto suggestiva, contribuisce a rendere indimenticabile il tempo trascorso a Penisola.

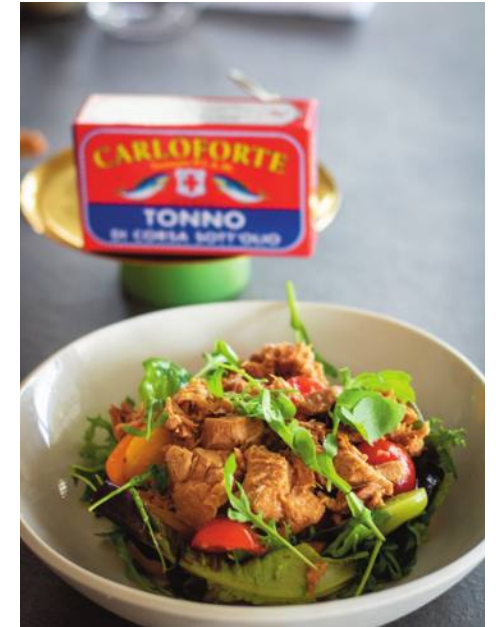
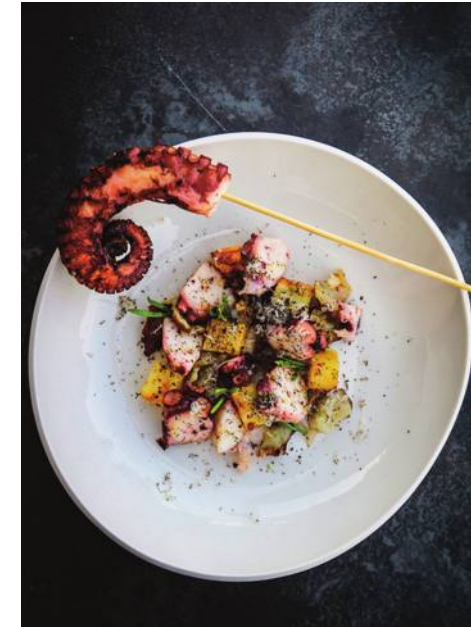
Per farci raccontare qualcosa di più su questo progetto di successo, abbiamo raggiunto telefonicamente Max Chiesa, giovane imprenditore, già socio gestore insieme al fratello Alex di Kensho, noto ristorante giapponese di Torino. Max ci ha raccontato il suo punto di vista su questa nuova esperienza professionale. "L'ambiente della Costa Smeralda," ha raccontato Chiesa, "è un contesto esclusivo, popolato sia da residenti locali, sia da turisti affezionati che tornano ogni anno". La vera sfida è stata far affezionare soprattutto questi ultimi al ristorante. "All'inizio erano scettici, non immaginavano che dietro la stazione di servizio potesse nascondersi un posto così elegante, con un panorama mozzafiato". Quest'anno, poi, l'approccio è stato diverso: l'attività è partita concentrandosi esclusivamente sull'offerta



ristorativa. I risultati non hanno tardato ad arrivare, grazie a "un'offerta culinaria semplice ma di alto livello e a un servizio sempre attento al cliente", i due pilastri fondamentali di Penisola. "Una volta entrati nel locale, ti rendi conto di essere in un posto speciale, e quando raggiungi la terrazza, sei già conquistato". La chiave del successo, come già sottolineato, risiede nella squadra. Chiesa ha voluto rimarcare il ruolo cruciale di professionisti come Chef

Rambaldi e Riccardo Puzzoli, maître di Penisola, senza dimenticare il contributo dell'intera "famiglia Enilive", che ha saputo affrontare una sfida in un settore molto diverso dal suo core business. Ora resta la curiosità di vedere come evolverà il progetto Penisola, un locale che merita di essere scoperto da tutti i frequentatori della Costa Smeralda. Aperto stagionalmente, da giugno a settembre, Penisola ha conquistato

I PIATTI DELLO CHEF RAMBALDI PRESENTANO MOLTE CONTAMINAZIONI SARDE CON UN MENU CHE ALTERNA MARE E TERRA ACCOMPAGNATO DA UN'ECCELLENTI CARTA DEI VINI.





RECENSIONI/TRIPADVISOR



Fortunata T

3 contributi



Bella serata

ago 2024 • friends

Personale gentile e professionale, attento ai particolari, bel menù con piatti ben eseguiti e musica molto piacevole ma non invadente. Una piacevole scoperta



Alessia A

1 contributo



Cena ottima

ago 2024 • friends

Cena degna di 5 stelle! Cibo buonissimo, location molto rilassante e ottimo servizio. Abbiamo passato una serata veramente piacevole. Lo consiglio assolutamente.

Qualità/prezzo
Cibo

Servizio
Atmosfera



Roberta D

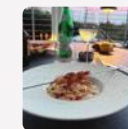
5 contributi



Cena strepitosa

ago 2024 • couples

Cena fantastica! Il locale è bellissimo, con una strepitosa vista mare. Personale molto cordiale, cibo di altissima qualità e buonissimo! Lo consiglio a tutti!



DSZ75

1 contributo



Piacevole sorpresa

set 2023 • couples

Dove meno te l'aspetti trovi questo posto "magico". Panorama mozzafiato, cucina di qualità, personale giovane, professionale e cortese.

Qualità/prezzo
Cibo

Servizio
Atmosfera

RECENSIONI/THEFORK



Gabriele D.

• 3 recensioni
15 settembre 2024

9,5/10

Cibo squisito, personale molto gentile



Cinzia T

• 12 recensioni
12 agosto 2024

10/10

Dopo anni di colazione al Cavallino Bianco abbiamo avuto il piacere di visitare la nuova gestione per una cena.

Ragazzi super gentili, ottimo cibo e bell'atmosfera. Torneremo sicuramente.



**TUTTE POSITIVE LE
RECENSIONI SU PENISOLA:
GLI OSPITI SI SENTONO
ACCOLTI E GODONO
DI UN LUOGO MAGICO
MANGIANDO PIATTI UNICI.**

i clienti, guadagnandosi recensioni eccellenti sui principali portali di settore che menzionano soprattutto la qualità del cibo, la cura del dettaglio e l'attenzione verso il cliente. Anche le approvazioni da parte degli esperti non si sono fatte attendere: di recente, il ristorante ha ottenuto il plauso dell'Accademia della Cucina Italiana che ha elogiato il menù dello chef Rambaldi e l'attenta ospitalità, assegnando al ristorante un voto molto alto, 9 su 10. Un traguardo im-

portante per un progetto che ad oggi è ancora una startup. Con Penisola, Enilive non solo arricchisce ulteriormente la propria offerta food, ma conferma il proprio impegno nella riqualificazione dei propri asset, trasformando le stazioni di servizio in luoghi da vivere, che soddisfano sempre più l'esigenza della clientela, dove il tempo trascorso diventa parte integrante dell'esperienza del viaggio.



GUARDA
IL VIDEO

A bordo di una rossa Enjoy, Rita Lofano, Direttrice di Agi – Agenzia Giornalistica Italia, e Andrea Percivalle, Amministratore Delegato di Enimoov, raccontano il percorso di trasformazione delle Enilive Station. Grazie al ruolo di primo piano nella gestione diretta degli impianti, Enimoov ha fatto degli spazi di Corso Francia, a Roma, così come in tanti altri punti vendita in Italia, un esempio di eccellenza, incentrato sulla qualità e la centralità del cliente



LA RETE DELLE ENILIVE STATION avanza spedita verso un futuro caratterizzato da un'ampia gamma di servizi e prodotti innovativi, insieme a un riposizionamento della proposta food incentrata sulla qualità e l'eccellenza.

Soprattutto, si distingue per un modello lungimirante, che vede Enimoov intervenire direttamente, insieme a partner selezionati, nella gestione degli impianti.

Questo salto di qualità trova la sua massima espressione a Corso Francia, Roma, dove due Enilive Station incarnano pienamente i valori della nuova rete Enilive: innovazione, sostenibilità e centralità del cliente.

SULLE VIE DEL FUTURO CON ENILIVE

A CURA DELLA REDAZIONE

Qui, la proposta food, elemento cruciale del rinnovamento, risponde concretamente a esigenze di target diversificati, con il format ALT Stazione del Gusto, ideato dallo chef stellato Niko Romito, e il rinnovato Eni Café.

Il modello di gestione diretta garantisce un controllo completo sui punti vendita, dalla perfetta gestione degli impianti alla pulizia, fino a una relazione diretta con i clienti, che consente di comunicare in modo efficace l'intera gamma di prodotti e servizi. Un approccio che permette a Enimoov di offrire un servizio che unisce standardizzazione e il cosiddetto "human touch", quell'elemento

distintivo che rende unica la relazione con il cliente finale.

Su queste tematiche si sono confrontati Rita Lofano, Direttore di Agi – Agenzia Giornalistica Italia e Andrea Percivalle, Amministratore Delegato di Enimoov, durante la visita alle Enilive Station di Corso Francia, dove Enimoov gioca un ruolo di primo piano nel ridefinire il concetto di sosta lungo le vie di mobilità: non solo rifornimento di carburanti tradizionali e bio, ma un'esperienza completa, che integra sostenibilità e servizi innovativi, con un'offerta food di qualità, in linea con i nuovi bisogni dei clienti in movimento.

PARTI 1 IL MOVIMENTO È ENERGIA, ED ENILIVE TRADUCE QUESTO PRINCIPIO IN INNOVAZIONE, QUALITÀ E CURA DEL CLIENTE. IL VIAGGIO APPASSIONANTE A BORDO DI ENJOY CON RITA LOFANO, DIRETTRICE DI AGI – AGENZIA GIORNALISTICA ITALIA, E ANDREA PERCIVALLE, AMMINISTRATORE DELEGATO DI ENIMOOV, RAPPRESENTA L'OCCASIONE PER SOTTOLINEARE L'EVOLUZIONE CHE INTERESSA LA RETE DELLE MODERNE ENILIVE STATION, DOVE AFFIDARSI A SOLUZIONI DI MOBILITÀ AL PASSO CON LA NECESSITÀ DI FORNIRE RISPOSTE CONCRETE ALLA CRESCENTE DOMANDA DI SOSTENIBILITÀ. UNA RISPOSTA CHE PARTE DALL'OFFERTA DI CARBURANTI PRODOTTI DA FONTI BIOGENICHE ECO-COMPATIBILI, SERVIZI ALL'INSEGNA DELLA DIGITALIZZAZIONE E L'OPPORTUNITÀ DI GODERE DI UNA PAUSA FOOD DI QUALITÀ PRESSO ALT STAZIONE DEL GUSTO O NEI RINNOVATI ENI CAFÉ.

PARTE 2 UN GUSTO STELLATO ALLA PORTATA DI TUTTI I PALATI. UNA SOSTA AD ALT STAZIONE DEL GUSTO REGALA UN'ESPERIENZA DI CLASSE IN UN AMBIENTE ACCOGLIENTE, VIVACE, DOVE L'ELEVATA QUALITÀ DELLE MATERIE PRIME INCONTRA LA COMPETENZA DELL'ACCADEMIA NIKO ROMITO, SECONDO UNA FORMULA ACCESSIBILE AD OGNI TIPOLOGIA DI CLIENTE. UNA "BOMBA" DI GRADEVOLZZA, COME QUELLA GUSTATA DA RITA LOFANO E ANDREA PERCIVALLE, CHE ESALTA LA TRADIZIONE ITALIANA RIPENSATA IN CHIAVE MODERNA E VELOCE, PER ACCOMPAGNARE UNA PIACEVOLE CHIACCHIERATA E RIPRENDERE IL VIAGGIO CON PIÙ SLANCIO.



PARTE 4 ENIMOOV CI METTE LA FACCIA, E LA COMPETENZA. LA SOCIETÀ GUIDATA DA ANDREA PERCIVALLE SI OCCUPA INFATTI DELLA GESTIONE DIRETTA DELLE ENILIVE STATION, IMPRIMENDO UNA SVOLTA IN TERMINI DI STILE E DI GESTIONE MANAGERIALE CHE VALORIZZI UN'OFFERTA DI MOBILITÀ SEMPRE PIÙ DECARBONIZZATA GRAZIE ALLA DISPONIBILITÀ DI VETTORI ALTERNATIVI COME IL NUOVO HVLUTION, IL BIOCARBURANTE PRODOTTO AL 100% DA MATERIE PRIME RINNOVABILI, E LE COLONNINE DI RICARICA. UNA MISSION CHE INCARNA LA STRATEGIA DI ENILIVE E CHE OGGI PONE L'AZIENDA ALLA GUIDA DEL PERCORSO VERSO MODELLI DI MOBILITÀ SEMPRE PIÙ SOSTENIBILI.



PARTE 3 IL RITO DEL CAFFÈ È PARTE INTEGRANTE DELLA CULTURA ITALIANA ALLA FINE DEL PASTO, COME NEL CASO DI RITA LOFANO E ANDREA PERCIVALLE, O DURANTE LA SOSTA PER UN RIFORNIMENTO. OGGI NEI NUOVI ENI CAFÉ, RIPENSATI NEL LAYOUT, NEGLI ARREDI E NELLE PROPOSTE GASTRONOMICHE, È POSSIBILE GODERSI

MOLTO DI PIÙ, DA UNA COLAZIONE GUSTOSA ARRICCHITA DALLA NUOVA OFFERTA DI CROISSANT E CORNETTI, AL PRANZO CON UNA RICCA OFFERTA DI PANINI E PRIMI E SECONDI PIATTI, AL MOMENTO DELL'APERITIVO DA VIVERE CON GLI AMICI. UN FORMAT DI DISTRIBUZIONE FOOD MODERNO CHE RISPECCHIA A PIENO I PRINCIPI DI QUALITÀ,

CONFORT E ALTI LIVELLI DI SERVIZIO AI CLIENTI E CHE RIPROPONE GLI STESSI STANDARD IN TUTTI I PUNTI ENI CAFÉ DELLA PENISOLA. E POI, SE SI NECESSITA DI UNA SPESA VELOCE? ALLORA, BASTA FARE UN SALTO DA EMPORIUM, LO SPAZIO ALL'INTERNO DEGLI ENI CAFÉ DOVE SCEGLIERE TRA UN VASTO ASSORTIMENTO DI PRODOTTI ALIMENTARI.



LA SFIDA DI ENILIVE IBERIA

DI **LUIGIA IERACE**

L'Agip España, nata nel 1967, era una delle consociate più grandi in passato, quando arrivò a possedere fino a 350 stazioni di servizio. Poi nel 2008, la scelta societaria e di business del ridimensionamento. Tre anni fa la decisione di tornare nel retail passando da 0 a 40 punti vendita attuali. Ne parliamo con Davide Calabrò, Presidente e Amministratore Delegato di Enilive Iberia

IL SOGNO È: «Raddoppiare entro un anno il numero delle stazioni di servizio della rete Enilive Iberia, ma se possibile anche triplicarle». La realtà è: «Una rete di servizio partita da zero nel 2021 e che arriverà entro il 2024 a 40 punti vendita, la metà dei quali frutto di una recente acquisizione nelle regioni di Madrid, Andalusia e Castiglia». Alle spalle, un glorioso passato e davanti, la prospettiva di crescere anche in Spagna e Portogallo, in linea con il Piano strategico Eni 2024-2027 che prevede l'espansione di oltre 300 punti vendita Premium della rete di stazioni di servizio Enilive in aree cruciali, in Italia e all'estero.

Il viaggio di "Protagonista" oltre i confini nazionali fa tappa proprio in Spagna dove tre anni fa il Cane a sei zampe ha deciso di tornare nel retail. Ad accompagnarci è Davide Calabrò, Presidente e Amministratore delegato di Enilive Iberia, filiale di Enilive nella penisola Iberica. L'Agip España, nata nel 1967, era una delle consociate più grandi, riuscendo a possedere fino a 350 stazioni di servizio. Successivamente, a causa di un'evoluzione societaria e di business, l'attività nel settore carburanti è stata ridimensionata, con la cessione totale a Galp. Terminate le clausole temporanee di non concorrenza, l'attività ha poi potuto riprendere. Un ritorno certamente non facile, ripartendo da zero, ma forti di una storia che rappresenta un valore per la società e che si sta cercando di reinterpretare.

«Dal 2021 – spiega Calabrò – stiamo conquistando giorno dopo giorno nuove stazioni di servizio in un mercato che è già posizionato, perché in 20 anni il retail non si è fermato e i nostri competitor si sono rafforzati in Spagna. Non avendo più competenze interne, si è dovuto lavorare per ricostruirle, in un contesto di transizione energetica, ecologica e tecnologica, e mantenendo al contempo un focus nella crescita e sviluppo del business. Alla sfida di ricostruire una rete si sono aggiunte quelle legate alla mobilità sostenibile, al food e ai servizi: un progetto che Enilive Iberia sta portando avanti con l'entusiasmo di una start-up».

RADICI FORTI E SGUARDO AL FUTURO

«Agip España è stata a lungo sinoni-

mo di qualità, cortesia e professionalità, un'azienda di riferimento nel panorama delle imprese in Spagna. Valori su cui – sottolinea Calabrò – vogliamo sviluppare il presente e il futuro». Ma la nuova Enilive Iberia non si limita solo alla Spagna; come dice lo stesso nome, l'azienda guarda a tutta la penisola iberica, compreso il Portogallo, dove ha iniziato a operare nel 2023. «Attualmente in Portogallo siamo attivi nel settore dei lubrificanti, con ottimi risultati, ma il nostro obiettivo è sviluppare una rete di stazioni di servizio anche qui, una sfida che intendiamo vincere».

Nella crescita, i lubrificanti restano comunque centrali. Chiarisce Calabrò: «Sono prodotti storici del brand, e noi continueremo a investire nel potenziamento della produzione. L'impianto di Gavà, vicino a Barcellona, è un gio-

LA NUOVA ENILIVE IBERIA NON SI LIMITA SOLO ALLA SPAGNA; MA GUARDA A TUTTA LA PENISOLA IBERICA, COMPRESO IL PORTOGALLO, DOVE HA INIZIATO A OPERARE NEL 2023.

ellino tecnologico di cui dobbiamo essere orgogliosi, frutto della grande capacità che contraddistingue la nostra azienda di innovare nel settore industriale tecnologico con un'attenzione costante alla sicurezza e al benessere dei lavoratori. Un lavoro a 360° dove il business è costruito intorno alle persone e alla sostenibilità».

IL RIENTRO NELLA RETE

«Era il 2013, finita la clausola di non competizione con Galp – ricorda Ca-





I NUMERI

0,4 GW

Capacità installata da fonti rinnovabili

50 kton/a

Capacità di produzione dell'impianto di blending e filling di lubrificanti di Gavá (Barcellona)

2,75 Mld m³

Vendite di gas naturale

40

Stazioni di servizio entro il 2024

LA RETE ENILIVE IBERIA COMPRENDE UN CLUSTER DI PUNTI VENDITA CONCENTRATO INTORNO A MADRID, UNA PRESENZA IMPORTANTE IN GALIZIA E 11 STAZIONI LUNGO LA RETE AUTOSTRADALE.

L'approccio transnazionale esprime i valori di Enilive, che prosegue secondo una strategia di crescita ben definita. La Spagna, infatti, ha un mercato molto dinamico e in crescita, con un PIL in continuo aumento, sostenuto dal turismo ma anche da un tessuto industriale e di servizi importante. Un paese molto interessante per i tassi di crescita, per la trasformazione digitale in corso e per l'apertura alle novità, ai prodotti e alle iniziative.

L'IMPERATIVO È CRESCERE

Bisogna cogliere ogni opportunità di crescita in ogni angolo della penisola iberica. «Ma ovviamente – spiega il Presidente e AD di Enilive Iberia – questa crescita deve rispondere alle strategie di Enilive per supportare le esigenze delle persone in movimento. Le stazioni, alla tradizionale offerta

labrò -, quando abbiamo avviato la vendita di combustibili e carburanti e iniziato a esplorare come rientrare nel mercato del retail spagnolo. Ci siamo riusciti concretamente nel 2021 prendendo le prime stazioni di servizio sulla rete autostradale. Non bisogna dimenticare che lavoriamo in un mercato in cui i competitor non sono

molto generosi nel lasciare uno spazio a un concorrente potenzialmente ingombrante come Enilive. Ci osservano con timore; quindi, ogni spazio che otteniamo è una conquista». Grazie all'acquisizione a giugno del 100% delle azioni di Atenoil, che ha permesso di ottenere 21 punti vendita, si arriverà a fine 2024 a 40 stazioni.

Questo ampliamento ha portato nel gruppo Enilive nuove persone, ciascuna con una propria storia, competenze, modi di vivere l'azienda e valori unici. La sfida è costruire una realtà che tenga conto anche del valore aggiunto che ognuno di loro apporterà in un approccio inclusivo, umile, che riflette la storia del Cane a

sei zampe, entrato sempre con rispetto nei Paesi in cui opera.

I PUNTI VENDITA SUL TERRITORIO

La rete Enilive Iberia comprende un cluster di punti vendita concentrato intorno a Madrid, una presenza importante in Galizia e 11 stazioni lungo

la rete autostradale. L'obiettivo è potenziare la presenza Enilive sia sulla rete ordinaria che sulle autostrade, lungo la fascia mediterranea, una zona strategica che parte dall'Italia, attraversa la Francia e arriva alla Spagna fino al sud Portogallo dove, nel periodo estivo, c'è un flusso turistico significativo e un traffico internazionale.

di carburanti e lubrificanti, dovranno affiancare i nuovi biocarburanti da materie prime al 100% rinnovabili come HVOlution, di cui Eni è il secondo produttore europeo, ma anche ricarica elettrica veloce e ultraveloce. Dal prossimo anno si partirà con la vendita di HVO in alcune stazioni di servizio. Un prodotto da far conoscere, la cui competitività si gioca anche in termini di prezzo che va in ogni caso sostenuto a tutti i livelli». In Spagna non c'è una normativa specifica, quindi è chiaro che sarà molto importante vedere cosa succederà a livello europeo e anche in Italia nei prossimi mesi. «Occorre creare una sensibilità diversa e una nuova prospettiva della transizione energetica che passi attraverso la neutralità tecnologica e un pragmatismo che tenga conto delle tempistiche».

LA SPINTA DEL NON OIL

«Una crescita che punta a sviluppare in maniera forte e significativa anche il settore del cosiddetto non oil. I nuovi impianti dovranno avere le caratteristiche per ospitare servizi come Amazon locker, convenience store, il nostro Emporium, i format di ristorazione Eni Café e, in prospettiva, il nuovo ALT Stazione del Gusto». La stazione deve diventare un punto vivo in cui si possa offrire quello di cui il cliente ha bisogno.

LA FORZA DELL'ITALIANITÀ

E naturalmente il food avrà un peso significativo. Gli Eni Café e il settore della ristorazione sono molto importanti nella strategia di sviluppo della

rete Enilive nella penisola iberica, con una proposta che punta a valorizzare l'italianità, pur rispettando i gusti e le esigenze della clientela locale, adattandosi ai fabbisogni specifici degli spagnoli. «La colazione con caffè e cappuccino è un classico – ribadisce Calabrò – e il brand Lavazza è un elemento distintivo». Il rebranding degli Eni Café sta procedendo progressivamente su tutti i nostri impianti: «Quello che colpisce quando si entra in un Eni Café è l'atmosfera, perché grazie al nuovo format moka style trovano un ambiente caldo, accogliente dove il design, la qualità del prodotto sono immediatamente percepibili».

IL 2025 ANNO DEL REBRANDING

L'anno prossimo sarà l'anno del rebranding delle 21 stazioni di servizio acquisite da Atenoil, ma un'altra prio-

rità sarà l'espansione della rete. E, in questa direzione, la strategia di Enilive si muove su tre direttrici: «la prima è quella di mergers and acquisitions di piccole e medie società, come è stato per Atenoil. La seconda direttrice è la ricerca di singoli impianti. Un lavoro complicato e pesante perché si va avanti una stazione alla volta nella filosofia delle formiche che spostando un granello dopo l'altro fanno delle grandi opere. Terza direttrice è la partecipazione alle gare sulle autostrade per rafforzare la presenza lungo le arterie principali del Paese.».

I PUNTI DI FORZA

«Vogliamo che i nostri clienti trovino nelle nostre stazioni un'esperienza di qualità, rapidità e benessere – spiega Calabrò – e per ottenere questo risultato occorre far convergere, da un lato, le nostre idee e competenze, e dall'altro, i bisogni specifici dei clienti».



📍 Nel 2021 è stata riavviata l'attività della Rete di Stazioni di Servizio con 9 Stazioni (AP7 e AP4). Sono Stazioni all'avanguardia con strutture di ricarica elettrica e fornitura di metano, GNL e GPL.

📍 Nel 2023 sono state integrate altre 8 Stazioni di Servizio, 2 sulle autostrade (AP9), gestite direttamente (COCO), in diverse regioni della Spagna, con una particolare concentrazione in Galizia.

📍 Il 31 maggio 2024, Enilive Iberia ha firmato il contratto per l'acquisizione del 100% delle azioni del Gruppo Atenoil.



ENTRANDO NELL'ENI CAFÉ COLPISCE L'ATMOSFERA. IL FORMAT MOKA STYLE CREA UN AMBIENTE CALDO E ACCOGLIENTE DOVE DESIGN E QUALITÀ DEL PRODOTTO SONO IMMEDIATAMENTE PERCEPIBILI.

ENILIVE IBERIA: LE TAPPE



Agip España è presente nel mercato spagnolo dal 1967. L'azienda è composta da 3 linee di business:

- Extra Rete carburanti
- Rete di Stazioni di Servizio
- Produzione e commercializzazione di lubrificanti

Nel luglio 2008 nasce Enilive Iberia dopo aver assorbito il business dei lubrificanti di Agip España.

Le restanti attività vengono acquisite da Galp, stabilendo clausole temporanee di non concorrenza.

EXTRA RETE, VENDITA DI CARBURANTI E COMBUSTIBILI

Nel 2013 partono le attività nel settore della distribuzione di carburanti e combustibili, scaduto il patto di non concorrenza con Galp per il mercato spagnolo e portoghese, firmato nel 2008.

Enilive Iberia commercializza i suoi carburanti e combustibili a distributori, Stazioni di Servizio ed ai consumatori finali; con una rete di 5 Agenzie, che copre la Penisola Iberica e le Isole Baleari (escluse le Isole Canarie).

Nel 2021 viene riavviata l'attività della Rete di Stazioni di Servizio con 9 Stazioni (AP7 e AP4). Sono stazioni all'avanguardia con strutture di ricarica elettrica e fornitura di metano, GNL e GPL.

Nel 2023 sono state integrate altre 8 Stazioni di Servizio, 2 sulle autostrade (AP9), gestite direttamente (COCO), in diverse regioni della Spagna, con una particolare concentrazione in Galizia.

Il 31 maggio 2024, Enilive Iberia ha firmato il contratto per l'acquisizione del 100% delle azioni del Gruppo Atenoil

Enilive Iberia oggi è strutturata in quattro linee di business:

- Produzione e commercializzazione di lubrificanti
- Extra Rete carburanti
- Rete di Stazioni di Servizio
- Biogas/Biometano

ENILIVE LUBRIFICANTI

L'impianto di Gavà (Barcellona) ha una capacità produttiva di 50.000 MT/anno e produce sia per il mercato ibérico che per le altre aziende del gruppo.

I suoi processi produttivi: 3.700 (da 2 a 25 ton./batch, evidenziando un elevato grado di flessibilità).

Commercializza nella Penisola Iberica attraverso la propria rete di vendita diretta (personale proprio in Spagna e Portogallo) e distributori, che coprono l'intera Penisola, un'ampia gamma di lubrificanti ad alta tecnologia per i settori automobilistico, industriale e marino.

FORZA LAVORO

È passata da 73 unità nel 2008 alle attuali 344 unità ad agosto 2024.

IN PORTOGALLO

Il 1º aprile 2023, Enilive Iberia ha aperto una filiale in Portogallo, per sviluppare tutte le opportunità commerciali nel paese.



QUALITÀ, OFFERTA DI SERVIZI AMPIA E DISTINTIVA, ELEVATA CUSTOMER SATISFACTION E ITALIANITÀ: SONO LE PAROLE CHIAVE DI ENILIVE IBERIA.

UNA CLIENTELA DA FIDELIZZARE

L'obiettivo è anche costruire un network che spinga i clienti a scegliere una stazione di servizio Enilive. «Perché il cliente si fidelizzi - spiega Calabrò - serve una rete di stazioni, dobbiamo essere visibili. Per questo la parola crescita è in cima ai nostri obiettivi. Solo crescendo riusciremo a dispiegare tutto il valore che Enilive Iberia può dare. E la fidelizzazione diventa strategica con il lancio della App Enilive prevista per l'anno prossimo, uno strumento centrale per incentivare la loyalty e coinvolgere il cliente».

STILE, QUALITÀ, BELLEZZA

Certo, Enilive è un player importantissimo se visto in una prospettiva europea, ma è chiaro che in Spagna siamo una realtà ancora troppo piccola per competere con i player spagnoli che sono molto forti e ben radicati. «Per giocare alla pari - sottolinea Calabrò - dovremo trovare il nostro spazio. Per distinguerci dai nostri competitor le parole chiave sono: qualità, una customer satisfaction elevata, un'offerta di servizi ampia e distintiva, l'italianità. Ma non un'italianità imposta. La gente deve sceglierla e abbracciarla perché abbiamo uno stile, qualità, bellezza, innovazione, ma nel nostro Dna c'è anche l'inclusività: includere il cliente nella nostra stazione dei servizi e fargli vivere un'esperienza di efficienza, qualità e gentilezza». Prima tappa, quindi, il rebranding delle nuove acquisizioni, ma «cambiare i colori in una stazione di servizio è molto semplice. Portare il cliente dentro una stazione di servizio è complicato, farlo ritornare rappresenta una sfida quotidiana, la più importante per noi».



Solo così sarà possibile creare un'offerta capace di generare la massima soddisfazione. Un ruolo determinante lo ha chi gestisce le stazioni di servizio che non sono più quelli di 30 anni fa, che dovevano solo occuparsi del rifornimento del carburante. Enilive Iberia adotta una gestione diretta della rete, il che significa che le persone che operano

nella stazione di servizio sono dipendenti dell'azienda. «È un elemento di complessità ma anche un'opportunità preziosa: possiamo scegliere le nostre persone, investire nella loro formazione, seguire come migliorano le loro prestazioni e condividere i valori da portare in ogni progetto che mettiamo in campo», conclude Calabrò.

La storia: Jesús Rodríguez Angelina, Retail and Development Manager Spain - Portugal, dagli inizi come neolaureato con il Cane a sei zampe, circa 30 anni fa, all'emozione di far rivivere il sogno Enilive sulle strade iberiche

RITORNO IN ENILIVE: TRA RICORDI E PROSPETTIVE



AVEVA 25 ANNI, Jesús Rodríguez Angelina, ingegnere energetico di Madrid, quando nel 1995 ha iniziato a lavorare in Eni. Oggi è il Responsabile Retail Enilive Iberia. Assunto da neo laureato in Agip España per occuparsi della costruzione della rete, è uscito dalla società nel 2008 dopo la cessazione alla Galp delle 350 stazioni di servizio in Spagna e circa 60 in Portogallo, per poi ritornare e accompagnare la ricostruzione della rete nelle Penisola Iberica. Sono passati tanti anni, ma Jesús Rodríguez Angelina ricorda ancora con emozione: «È stato un periodo stimolante, pieno di grandi sfide. All'epoca non avevamo internet, i controlli erano manuali e il monitoraggio dei lavori era effettuato con personale proprio». Oggi, a tre anni dal ritorno nella società, davanti a Rodríguez Angelina scorre una vita di ricordi, fatta di momenti molto belli ma anche molto tristi. «La vendita - ricorda - è stata traumatica dal punto di vista professionale e personale. Questo ritorno ci consente di rimettere il Cane al suo posto. Una sfida importante che portiamo avanti con tantissima determinazione». Con emozione ricorda i primi obiettivi raggiunti, come l'apertura della centesima stazione alla fine degli anni '90 «Un passaggio molto bello che arrivava proprio nel periodo di Natale. Tutto il team lavorò sodo e tornò in ufficio l'ultimo dell'anno per festeg-

giare l'obiettivo raggiunto. Un grande lavoro di squadra». L'obiettivo simbolico oggi è recuperare stazioni storiche come quella in Galizia, rimasta bianca dopo l'uscita di Eni. Ci ha aspettato quasi 10 anni e ora torna da noi. È un segnale molto positivo. La concorrenza ha avuto paura di Enilive». Con soddisfazione Jesús guarda anche alla riconquista delle stazioni sull'AP-7, l'autostrada del Mediterraneo, l'autostrada della Spagna che collega la costa mediterranea dalla Francia alla Costa del Sol. «È stato un bel colpo su un'autostrada che ci consente di ricreare quella connessione Spagna - Francia - resto d'Europa che aveva l'Eni e che favorisce anche la carta carburante Multicard e tutta la sinergia necessaria verso una rete globale». La recente acquisizione da Atenoil ha

aggiunto altre 21 stazioni, 11 delle quali a Madrid e 2 proprio al centro della Capitale. «L'operazione di rebranding si farà nel 2025 - spiega Jesús Rodríguez Angelina - ma portare il marchio Eni al centro di Madrid è una grande conquista. Non è mai facile soprattutto nel mercato estero avere stazioni di servizio al centro di città e al centro della Capitale. È un grande successo e porterà una forte visibilità e una conoscenza dei nostri servizi». Ora Enilive Iberia punta a riconquistare qualche altra stazione costruita proprio da Eni e poi ceduta. «Sono tanti i nostri gestori di un tempo che hanno dovuto ricominciare a lavorare con altri marchi. Alla scadenza dei contratti - assicura il responsabile della rete iberica - saremo pronti a riprenderli con noi». **[L.I.]**



UN ORIENTE SEMPRE PIÙ VICINO

DI GIUSEPPE CIOCCA

Grazie al suo dinamismo operativo, Eni Energy (Shanghai) Co., Ltd riveste oggi un ruolo cruciale nello sviluppo delle attività commerciali di Enilive in Cina e nell'Estremo Oriente



I RAPPORTI CON QUESTA GRANDE e composita area socio-economica influenzano i piani di sviluppo aziendale di Enilive, sia dal punto di vista industriale che commerciale. Eni Energy (Shanghai) Co., Ltd, società costituita nel 2012 e controllata al 100% da Enilive S.p.A, svolge un ruolo determinante in questo contesto. La sua fondazione rappresenta un passo decisivo verso il radica-

mento della presenza aziendale finalizzato a incrementare il dialogo con gli operatori locali ed estendere la rete di cooperazione internazionale in un'area di grande rilevanza energetica, economica, culturale e geopolitica. Un attivismo operativo in costante ascesa che ha richiesto, nel luglio 2022, la costituzione di una filiale a Singapore, dedicata al business lubrificanti nella regione Asia-Pacifico e Oceania. Tramite questa filiale, Eni Energy (Shanghai) Co., Ltd sta sviluppando le vendite in 14 Paesi della regione, supportata da un solido network di distributori di lubrificanti per autoveicoli e veicoli pesanti, nonché da partner industriali di varia tipologia.

LA RISPOSTA AD OGNI ESIGENZA DI MOBILITÀ

Eni Energy (Shanghai) affronta questa sfida industriale, forte non solo di una leadership di settore riconosciuta a livello globale ma, soprattutto, di una gamma di lubrificanti ad alta prestazione, in grado di rispondere efficacemente alla crescente domanda di mobilità in Cina e in tutti i Paesi dell'area. Questa offerta specializzata, frutto di una costante attività di ricerca, comprende linee di prodotto appositamente formulate per garantire la corretta funzionalità dei motori e dei sistemi di trasmissione delle autovetture, oltre a fluidi refrigeranti per freni e prodotti sintetici e a tecnologia sintetica con diverse viscosità. Un ambito specifico

è poi quello dedicato agli operatori professionali, come i proprietari di officine e i rivenditori di ricambi auto. Eni Energy (Shanghai) promuove inoltre la produzione localizzata, applicando rigorosi sistemi avanzati di gestione della qualità. Grazie all'impegno costante nella ricerca che da sempre contraddistingue Eni e le sue società, Enilive produce lubrificanti ad elevate prestazioni in linea con le specifiche internazionali e le nuove tendenze, come la crescente domanda di oli a bassa viscosità, lubrificanti a basso consumo di carburante e soluzioni di maggiore durata ed efficienza del motore e riduzione di CO₂. Enilive, attraverso accordi strategici, tecnologie innovative e soluzioni diversificate, è impegnata a rendere la mobilità sempre più sostenibile; monitora attentamente le tendenze e le tecnologie dei mercati in cui opera nel mondo per formulare lubrificanti specifici e soddisfare le specifiche prestazionali richieste dai principali produttori di automobili e di macchinari industriali, offrendo prodotti per ogni esigenza di lubrificazione industriale.

UNA STAZIONE DI SERVIZIO CHE PARLA CINESE

Una mission chiave per Eni Energy (Shanghai) in Cina è instaurare collaborazioni proficue con gli interlocutori energetici locali. Questo obiettivo ha trovato una prima realizzazione concreta con l'accordo di cooperazione

ENI ENERGY (SHANGHAI) VANTA UNA GAMMA DI LUBRIFICANTI AD ALTA PRESTAZIONE, IN GRADO DI RISPONDERE EFFICACEMENTE ALLA DOMANDA DI MOBILITÀ IN CINA E IN TUTTI I PAESI DELL'AREA ASIA-PACIFICO E OCEANIA.





LO SCORSO 22 MAGGIO, A PECHINO, È STATA INAUGURATA LA PRIMA STAZIONE DI SERVIZIO DELLA REGIONE ASIA-PACIFICO NATA DALLA PARTNERSHIP TRA ENI ENERGY (SHANGHAI) E CHINA ENERGY.

strategica siglato all'inizio del 2024 con China Energy Petroleum and Natural Gas (Group) Co., Ltd, società controllata dal gruppo industriale China International Energy Holdings Co., Ltd, operatore energetico indipendente che sta rimodellando l'intero settore cinese grazie a una formula che prevede innovazione, ricerca ed efficienza finanziaria. China Energy conta su una rete di oltre 3.500 punti vendita energetici, tra cui stazioni di servizio, idrogeno, gas e stazioni integrate di petrolio ed elettricità, gestiti con il marchio China International Energy e distribuiti in circa 290 città cinesi. Questa partnership consentirà di coniugare l'esperienza energetica globale di Eni con gli ambiziosi programmi di digitalizzazione dell'industria cinese, creando una piattaforma di cooperazione multidimensionale basata su innovazione e servizi energetici integrati. Il primo risultato tangibile di questa collaborazione è stata l'apertura, lo scorso 22 maggio a Pechino, della prima stazione di servizio a marchio congiunto nella regione Asia-Pacifico. La nuova stazione di servizio offre non solo un servizio di rifornimento efficiente, ma anche un accogliente Eni Café, dove i clienti possono apprezzare autentici prodotti italiani. In futuro, le due società intendono espandere la loro cooperazione commerciale con l'apertura di altre stazioni a marchio congiunto, per la vendita di carburanti tradizionali e innovativi, nuove energie (ricarica elettrica), aftermarket automobilistico, convenience store ed Eni Café. Un progetto ambizioso che favorirà un proficuo scambio di esperienze e competenze e consentirà a Enilive di consolidare ulteriormente la sua presenza in Cina. [G.S.]

TRA LE REGOLE DELLA RISTORAZIONE

a cura di M. Broi, S. Manetta, G. Pizzella, P. Vassallo, A. Teleman
Competer center medicina del lavoro, igiene industriale di Eni

*Dalla cucina agli alimenti,
fino all'igiene,
il comparto alimentare
si tutela attraverso norme
ben precise e specifiche*

LA SICUREZZA ALIMENTARE e

la sicurezza nei luoghi di lavoro sono due requisiti essenziali in un'attività di ristorazione. Anche se il cliente spesso si accontenta e valuta prevalentemente la qualità del cibo e la sua edibilità, le attività correlate alla conservazione e preparazione del cibo possono a volte determinare un rischio per la salute dei consumatori. Altrettanto importante è la sicurezza delle persone che lavorano in cucina. Infatti, le cucine sia in ambito domestico che nella ristorazione possono essere luogo di infortuni o di errori nella conservazione e preparazione del cibo. Di conseguenza, nel settore alimentare esi-

stono una serie di norme e di buone regole cruciali per la tutela della salute e sicurezza di tutti.

Il lavoro nel settore alimentare, come ogni altra occupazione, è sottoposto alle norme del D. Lgs.81/08 e successive modifiche che impone al datore di lavoro di valutare i rischi specifici previsti dalla propria attività e di redigere un Documento di Valutazione del Rischio (DVR). Nel DVR devono essere elencati tutti i pericoli a cui i lavoratori sono esposti e le azioni correttive che si intende intraprendere per limitare i possibili danni.

Un altro aspetto di primaria importanza è l'igiene alimentare che ha un impatto non solo sui clienti ma anche su chi lavora in cucina. Infatti, venire a contatto con cibi che non sono in condizioni igieniche corrette può causare la manifestazione di allergie o la diffusione di infezioni trasmesse da acqua o cibo, come per esempio la salmonella. Per questo motivo, nel nostro paese, vige la normativa europea HACCP che definisce gli standard di igiene in ogni fase del processo di produzione, preparazione e vendita degli alimenti.



RISCHI PER LA SICUREZZA IN CUCINA

Ogni cucina è una realtà a sé stante e come tale avrà dei rischi specifici di cui tenere conto.

Da considerare anche che, ritmi di lavoro frenetici in spazi limitati e scarsa attenzione rivolta alla formazione e all'uso di dispositivi di protezione, contribuiscono ad accrescere il numero di infortuni all'interno delle cucine di pubblici esercizi e laboratori alimentari.

I dati Inail dimostrano che in Italia gli infortuni provenienti esclusivamente dagli operatori del settore ristorazione-alberghi sono stati circa 19000 (dati al 31/10/2023). Un infortunio su tre avviene nei ristoranti (seguono mense, alberghi, bar, villaggi turistici e campeggi) e le cause più frequenti sono scivolamenti, movimenti bruschi o uso improprio di utensili e attrezzature, che possono provocare gravi danni alla colonna vertebrale, alle caviglie o alle mani.

Si può ben dedurre come, nonostante il fatto che la cucina sia un luogo di creatività e condivisione, senza le giuste precauzioni, può diventare un ambiente a rischio.

I rischi più comuni per chi lavora in cucina sono i seguenti:

■ **RISCHIO DA URTO, CADUTA E SCIVOLAMENTO.** Questo genere di rischio è principalmente legato all'ambiente di lavoro. Un fattore di rischio per questi eventi sono gli oggetti fuori posto o le infrastrutture danneggiate. Per questo occorre accertarsi per esempio che gli ambienti siano bene illuminati, che in cucina non ci siano cavi esposti e che i lavoratori siano dotati delle scarpe antiscivolo.

■ **RISCHIO DA TAGLIO.** Il rischio da taglio è dovuto all'uso scorretto di coltelli, tritacarne, affettatrici e altri

strumenti affilati. Per limitare pericoli di questo tipo è consigliabile svolgere una manutenzione periodica degli strumenti. È necessario dotare il lavoratore di guanti antitaglio, obbligatori per chiunque svolga attività di questo tipo.

■ **RISCHIO DA USTIONE.** L'utilizzo errato di padelle con olio bollente, forni e fornelli, friggitorie e macchine bar può essere molto rischioso. La formazione è fondamentale per limitare questi pericoli ma non va mai sottovalutata l'importanza di dispositivi di protezione come guanti e grembiule anticalore.

■ **RISCHIO CHIMICO.** Quando si utilizzano prodotti chimici per le operazioni di sanificazione di locali e attrezzature, occorre accertarsi di quale possa essere la loro reazione in presenza di altre sostanze o fonti di calore. Non bisogna mai improvvisare ma sempre leggere attentamente le etichette e le schede di sicurezza allegate. I lavoratori devono essere dotati di guanti in lattice, mascherine, occhiali protettivi ed è necessario rimuovere immediatamente eventuali prodotti nocivi.



■ **RISCHIO MOVIMENTAZIONE MANUALE DEI CARICHI.** Alcune operazioni di smistamento, riordino e trasporto di attrezzature o alimenti possono incidere sull'apparato muscolo-scheletrico dei lavoratori. È necessario assicurarsi che queste attività siano organizzate in modo da evitare sforzi eccessivi, tenendo conto dei fattori individuali di rischio e in generale cercando di massimizzare le condizioni ergonomiche negli ambienti di lavoro.

■ **RISCHIO BIOLOGICO.** Procedure igieniche non ottimali e il contatto con alimenti mal conservati possono causare allergie e/o infezioni. L'espo-

sizione a muffe e farine può costituire un pericolo per le vie respiratorie. I lavoratori devono essere formati e sensibilizzati riguardo le corrette misure di protezione e prevenzione legate alle loro mansioni. Allo stesso modo è necessario predisporre la manutenzione periodica degli impianti idraulici e di ventilazione, il controllo della qualità dell'aria e la pulizia delle superfici. Infine, ogni lavoratore deve utilizzare i giusti dispositivi di protezione individuale.

IGIENE ALIMENTARE

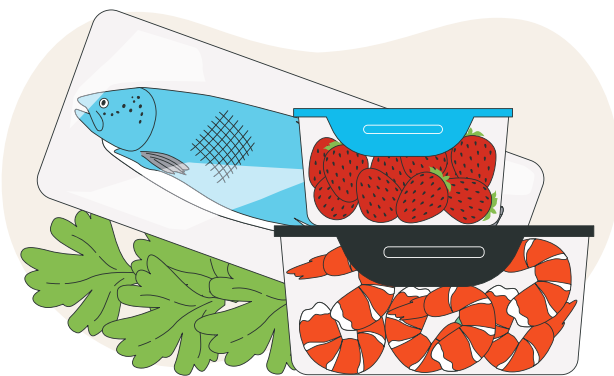
Come già menzionato, la sicurezza in cucina oltre che la prevenzione degli infortuni, comprende anche la necessaria adozione di norme igieniche per la manipolazione degli alimenti, l'utilizzo corretto degli elettrodomestici, e la pulizia e disinfezione degli ambienti.

Le intossicazioni e tossinfezioni alimentari sono malattie che si manifestano in seguito all'ingestione di alimenti contaminati da microrganismi o dalle loro tossine.

Nello specifico, per infezioni si intendono le malattie alimentari causate dall'assunzione di cibi contaminati da microrganismi patogeni. Nel caso delle intossicazioni, la malattia è causata dalle tossine rilasciate dai microrganismi. Le tossinfezioni, invece, sono malattie dovute all'ingestione di alimenti contaminati dalla combinazione di batteri patogeni e dalle tossine da loro rilasciate.

Esistono oggi al mondo più di 250 tipi di tossinfezioni alimentari, che si manifestano con differenti sintomi e sono causate da agenti patogeni diversi fra cui batteri, virus e parassiti. La contaminazione dei cibi può avvenire in molti modi. Per esempio, alcuni microrganismi sono presenti nel tratto digerente di animali e possono andare a contaminare le loro carni durante la macellazione. Frutta e verdura possono essere contaminate sul campo oppure successivamente attraverso un lavaggio con acqua contaminata. La salmonella può essere presente nelle uova attraverso il sistema ovarico delle galline infette. I frutti di mare possono contenere batteri che hanno filtrato e captato dall'acqua di mare. Inoltre, le infezioni possono essere trasmesse al cibo da parte degli operatori durante la fase di preparazione





degli alimenti sia attraverso la manipolazione che attraverso gli strumenti della cucina, soprattutto se non disinfettati a dovere.

La maggior parte dei microrganismi non resiste a temperature superiori ai 60-70 gradi per cui il cibo cotto è di solito sicuro ma se non correttamente trattato può a volte essere contaminato attraverso il contatto con altri cibi per esempio crudi. Un altro aiuto viene dalla catena del freddo che previene lo sviluppo e la moltiplicazione di determinati microrganismi che necessitano di una popolazione molto numerosa per essere tossici.

Le tossinfezioni alimentari interessano soprattutto il tratto gastrointestinale con manifestazione tipicamente di nausea, vomito, crampi addominali e diarrea. I sintomi di solito hanno una insorgenza in un arco di ore o giorni. Nel caso di intossicazioni alimentari viene solitamente colpita la prima parte dell'apparato gastroenterico determinando sintomi come nausea e vomito (più raramente diarrea e febbre) con insorgenza in tempi più brevi. Nel caso, invece, di tossinfezioni causate da microrganismi che tendono a diffondersi anche nel sistema sanguigno, i tempi di manifestazione possono essere più lunghi, e il sintomo più frequente è la diarrea, accompagnata da febbre e brividi.

NORME PER LA RIDUZIONE DEI RISCHI IN CUCINA PREVENZIONE INFORTUNI

La cucina è spesso teatro di tagli, scottature e altri incidenti, molti dei quali possono essere evitati con la giusta attenzione e preparazione. Indossare l'equipaggiamento di protezione individuale, come guanti resistenti al taglio quando si usano i coltelli o guanti da forno per gestire pentole calde, è un primo passo cruciale. Altrettanto importante è mantenere il pavimento libero da ostacoli e liquidi versati, per prevenire cadute e scivolamenti.

NORME IGIENICHE PER LA MANIPOLAZIONE DEGLI ALIMENTI

La manipolazione sicura degli alimenti inizia con la comprensione delle procedure di lavaggio, preparazione e conservazione. Lavarsi sempre le mani con acqua e sapone prima e dopo aver maneggiato alimenti crudi, pulire regolarmente le superfici di lavoro con soluzioni disinfettanti e utilizzare taglieri separati per carni, verdure e alimenti pronti al consumo sono passaggi essenziali per evitare la contaminazione incrociata e la diffusione di malattie alimentari.

USO SICURO DEGLI ELETTRODOMESTICI

Gli elettrodomestici da cucina, sebbene progettati per semplificare la vita, possono rappresentare un rischio se non utilizzati correttamente. Leggere attentamente il manuale di istruzioni prima dell'uso, controllare periodicamente i cavi e le spine per segni di usura e assicurarsi che gli elettrodomestici siano spenti e scollegati quando non in uso sono abitudini che contribuiscono a un ambiente di cucina sicuro.

PULIZIA E MANUTENZIONE PER UNA CUCINA SICURA

STRATEGIE DI PULIZIA E DISINFEZIONE
Mantenere pulite le superfici di lavoro è essenziale per prevenire la proliferazione di batteri nocivi. Utilizzare prodotti specifici per la disinfezione delle aree dove si manipolano gli alimenti, assicurandosi di seguire le indicazioni su essi riportate, per un uso sicuro ed efficace. È altrettanto importante una regolare pulizia degli elettrodomestici, compresi frigoriferi e congelatori, per eliminare residui alimentari che possono diventare fonte di contaminazione.

MANUTENZIONE E CONTROLLO DEGLI ELETTRODOMESTICI

La verifica periodica del corretto funzionamento degli elettrodomestici contribuisce non solo alla sicurezza ma anche all'efficienza della cucina. Controlli

regolari e la manutenzione, come la pulizia dei filtri della cappa e la verifica dell'integrità dei sigilli del frigorifero, aiutano a prevenire guasti che potrebbero trasformarsi in pericoli.

CONSERVAZIONE SICURA DEGLI ALIMENTI E PREVENZIONE DELLE MALATTIE ALIMENTARI

PRINCIPI DI CONSERVAZIONE DEGLI ALIMENTI

La corretta conservazione degli alimenti è fondamentale per prevenire la crescita di microrganismi dannosi. Rispettare le temperature consigliate per la conservazione in frigorifero e freezer, utilizzare contenitori ermetici per evitare contaminazioni e consumare gli alimenti entro le date di scadenza sono prassi essenziali per garantire la sicurezza alimentare.

COMPRENDERE L'ETICHETTATURA DEGLI ALIMENTI

L'etichettatura fornisce informazioni preziose sulla sicurezza e sulla qualità degli alimenti. Imparare a interpretare correttamente le date di scadenza, le indicazioni di conservazione e gli avvertimenti sulle allergie consente di fare scelte informate e sicure.

EQUIPAGGIAMENTO DI PROTEZIONE INDIVIDUALE E FORMAZIONE

UTILIZZO DELL'EQUIPAGGIAMENTO DI PROTEZIONE

In cucina, l'utilizzo di guanti resistenti al taglio, occhiali protettivi, grembiuli e calzature antiscivolo può fare la differenza nella prevenzione degli infortuni.

FORMAZIONE SULLA SICUREZZA IN CUCINA

La formazione continua è cruciale per mantenere elevati standard di sicurezza. Corsi professionali sulla manipolazione degli alimenti, sull'uso corretto degli elettrodomestici e sulle tecniche di primo soccorso in cucina possono significativamente ridurre il rischio di incidenti. Anche la partecipazione a workshop e seminari sull'HACCP (Analisi dei Rischi e Controllo dei Punti Critici) è fortemente consigliata per i professionisti del settore.

Attraverso il continuo rispetto di queste norme e buone prassi che l'ambito della ristorazione ci propone una ampia selezione di cibi salutaris e sicuri quando siamo in viaggio, sempre nella tutela della salute e sicurezza di chi li prepara.

FISCO & AGEVOLAZIONI PER LE IMPRESE

a cura di **Francesco Brusco**



2024, UN ANNO DI NOVITÀ

IL 2024 È STATO UN ANNO DI NOVITÀ

in materia fiscale con le modifiche apportate ai "Bonus" edilizi, il nuovo calendario dei versamenti, le modifiche ai bonus per i lavoratori e l'introduzione di nuovi strumenti volti a combattere l'inflazione. Per quanto riguarda le dichiarazioni dei redditi, con la pubblicazione del Decreto Legislativo n.13 del 12 febbraio 2024 vengono infatti stabilite le nuove scadenze per i versamenti dell'imposte sui redditi e dell'Irap, per la trasmissione telematica dei modelli dichiarativi nonché i tempi, le modalità e i dati da comunicare ai fini dell'accesso al concordato preventivo biennale.

1) IL CONCORDATO PREVENTIVO BIENNALE

Il concordato preventivo biennale (CPB) è un accordo, stipulato tra partite Iva, piccole imprese e lo Stato, che consentirà di "bloccare" l'importo dovuto a titolo di tasse e contributi per un periodo di 2 anni, usufruendo inoltre di agevolazioni relative alla compensazione dei crediti e ai controlli effettuati dall'Agenzia delle Entrate.

L'accesso è precluso in caso di mancata presentazione della dichiarazione dei redditi di almeno uno dei tre periodi d'imposta precedenti a quello di adesione e in tutti gli altri casi indicati dall'art. 22 del Decreto. Ciascun contribuente potrà calcolare la propria proposta per la definizione biennale in sede di compilazione



della propria dichiarazione dei Redditi e potrà aderire alla proposta in sede di invio, cioè entro il 15 ottobre 2024. Questo anno risulta quindi ancora più importante la collaborazione tra contribuente e consulente in sede di

compilazione della dichiarazione dei Redditi così da condividere informazioni e stabilire i vantaggi e i potenziali rischi nel caso di adesione. Il nuovo istituto sarà quindi una scelta conveniente per tutti coloro i quali

prevedono che il proprio volume di affari resti stabile o possa aumentare nel prossimo biennio, vista la prospettiva di non pagare le imposte sui maggiori ricavi del successivo biennio. Sarà invece una scelta meno conveniente per chi ha un volume d'affari variabile o che potrebbe tendere al ribasso, considerando il fatto che si potrebbe essere costretti a pagare tasse più alte anche a fronte di una diminuzione dei redditi dato che l'uscita è prevista solo in caso di un calo dei redditi o del volume d'affari superiore al 50% rispetto a quanto comunicato in sede di adesione.

2) IL NUOVO CALENDARIO PER I VERSAMENTI

Per norma ordinaria i termini di versamento per il pagamento del saldo e del primo acconto delle imposte sui Redditi e IRAP, scadono il 30 giugno o con maggiorazione dello 0,40%, il 31 luglio di ogni anno. Tuttavia, per il solo 2024, i contribuenti

con partita iva per i quali sono stati approvati gli ISA, se non superano il limite di ricavi previsto pari a € 5.164.569, possono provvedere ai versamenti risultanti dalle dichiarazioni dei redditi e IRAP, entro il 31 luglio 2024 senza alcuna maggiorazione. La nuova scadenza sarà applicata anche ai contribuenti in regime "forfetario", a quelli in regime di vantaggio e ai soci di società di persone o di S.r.l. che dichiarano il reddito per trasparenza.

Inoltre, a partire dai versamenti dovuti per l'anno 2023, in caso di pagamento rateale, i pagamenti successivi al primo dovranno essere effettuati entro il 16 del mese e l'ultima rata possibile scadrà lunedì 16 dicembre 2024.

3) NUOVI TERMINI PER LA TRASMISSIONE DELLE DICHIARAZIONI DEI REDDITI E IRAP

Anno di novità anche per quanto riguarda il termine di trasmissione te-

lematica delle dichiarazioni dei redditi e Irap, modificati prima dal D.Lgs n. 1 del 2024 e successivamente dal D.Lgs n.13 del 2024.

Rispetto al passato, il Decreto Legislativo "Adempimenti" ha infatti anticipato di due mesi i termini di presentazione dei dichiarativi Redditi e IRAP. I soggetti aventi esercizio coincidente con l'anno solare dovranno quindi trasmettere la propria dichiarazione entro il 30 settembre dell'anno successivo.

Tuttavia, solo per l'anno 2024, primo anno di applicazione del concordato preventivo biennale, i termini per la trasmissione telematica dei dichiarativi sono posticipati al 15 ottobre 2024 per tutti i contribuenti con esercizio coincidente con l'anno solare.

Vi ricordiamo infine che con l'arrivo dell'estate, anche il Fisco va in vacanza: infatti, dal 1° agosto al 4 settembre vige la sospensione di molti adempimenti fiscali. In particolare, rientrano nella sospensione:

- i termini per la trasmissione di documenti e informazioni richiesti ai contribuenti dall'Agenzia delle Entrate o da altri enti impositori, esclusi quelli relativi alle richieste effettuate nel corso delle attività di accesso, ispezione e verifica, nonché delle procedure di rimborso IVA (art. 37, comma 11-bis, D.L. n. 223/2006);
- i termini di 30 giorni previsti per il pagamento delle somme dovute, rispettivamente, a seguito dei controlli automatici, dei controlli formali e della liquidazione delle imposte sui redditi assoggettati a tassazione separata.



FISCO

SCADENZARIO

AL 30 NOVEMBRE 2024



OTTOBRE

GIOVEDÌ 10 INPS – Versamento contributi lavoro domestico

MARTEDÌ 15 IVA - Fatturazione differita mese precedente

DICHIARAZIONI - Termine invio telematico dichiarazioni dei redditi anno 2023

MERCOLEDÌ 16 IVA - Liquidazione e versamento Iva mensile mese precedente

SOSTITUTI D'IMPOSTA - Versamento ritenute mese precedente

INPS - Versamento contributi dipendenti e gestione separata mese precedente

VENERDÌ 25 INTRASTAT - Presentazione modello INTRA mensile e trimestrale

GIOVEDÌ 31 MODELLO 770/2024 - Presentazione della dichiarazione

NOVEMBRE

VENERDÌ 15 IVA - Fatturazione differita mese precedente

LUNEDÌ 18 IVA - Liquidazione e versamento Iva mensile mese precedente

IVA - Liquidazione e versamento Iva I trimestre 2024

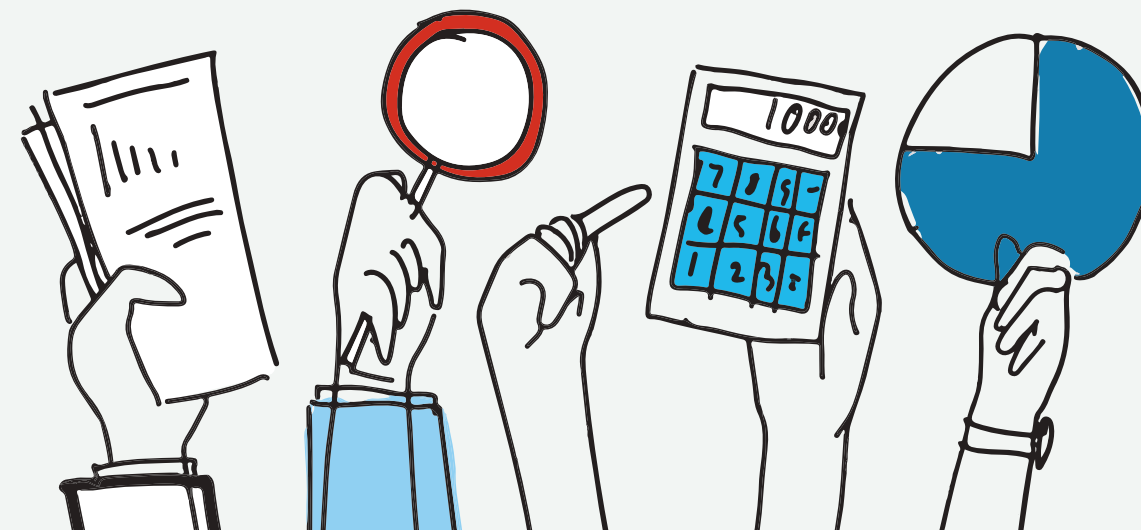
SOSTITUTI D'IMPOSTA - Versamento ritenute mese precedente

INPS CONTRIBUTI ARTIGIANI E COMMERCianti - versamento rata

INPS - Versamento contributi dipendenti e gestione separata mese precedente

LUNEDÌ 25 INTRASTAT - Presentazione modello INTRA mensile

VENERDÌ 29 ROTTAMAZIONE QUATER - Pagamento rata





DOPOLAVORO DI VARIE SOCIETÀ GRUPPO ENI 1979



CAMPAGNA PUBBLICITARIA 1966

ENI: PASSIONE PER LO SPORT!



FIONA MAY OLIMPIADI 1996



ECOS, 1995, ATTIVITÀ SPORTIVE SNAM

A CURA DELL'ARCHIVIO STORICO ENI

NEL NOVEMBRE DEL 1953, nel nuovo quartiere aziendale di Metanopoli (san Donato Milanese), Enrico Mattei fonda la Società Sportiva Snam. Si tratta del primo grande club sportivo italiano dedicato ai dipendenti di un'azienda che vede un insieme di palestre, piscine e campi sportivi: calcio, tennis, atletica e basket. L'idea non era che "La sportiva" – come veniva chiamato questo complesso – dovesse necessariamente sfornare campioni, ma che fosse palestra di vita, strumento formativo e sociale declinato attraverso la passione per

lo sport. Promuovere la cultura sportiva significa sviluppare doti caratteriali che saranno utili nel lavoro: determinazione, autocontrollo, sacrificio ma anche lealtà e generosità, pur all'interno di un sano spirito di competizione.

Per supportare lo sviluppo di uno spirito di squadra, accanto alle palestre per gli sport individuali nascono e si sviluppano spazi per gli sport di gruppo, primo fra tutti il calcio con squadre giovanili e senior. Tornei e campionati mettono sul campo squadre di Eni – italiane ed estere – contro squadre di varie aziende.

"La Sportiva", in quasi 70 anni di storia, ha accumulato diversi successi individuali e di squadra a livello agonistico nazionale con atleti del calibro di Fiona May, Genny di Napoli, Andrea Nuti, Carla Tuzzi, Antonella Bevilacqua ed Emanuele Merisi.



SQUADRA VINCITRICE DELLA XVI COPPA EUROPA DI ATLETICA LEGGERA FEMMINILE 1996



44



Torneo di calcio nel Ghana

L'attività ricreativa del dopolavoro aziendale della CHAIF (Ghana) ha dato i primi frutti: due squadre di calcio, una dei tecnici ed una degli amministratori. In attesa di poter incontrare altre rappresentanze locali, ha avuto luogo un incontro tra i "giganti". La vittoria ha avuto alla squadra degli amministratori, formata da tutti elementi Ghanaiani. Nella foto: le due squadre, al completo, pronte per la foto ricordo prima dell'incontro.

21



PISCINA OLIMPIONICA DEL CENTRO SPORTIVO SNAM



INIZIA UNA
NUOVA STORIA.
VIVILA DA
PROTAGONISTA.



SCARICA L'APP



ISCRIVITI A **ENILIVE INSIEME**
PER VINCERE OLTRE 10.000 BIGLIETTI
PER LE PARTITE DI SERIE A ENILIVE
E TANTISSIMI ALTRI PREMI.

Info, durata, limitazioni e regolamento del concorso su enilive.it

