

Eni, la storia di un'impresa

Passato, presente e futuro del cane a sei zampe



Nata nel 1953 con l'obiettivo di portare l'Italia tra le nazioni avanzate anche in campo energetico, Eni rappresenta una delle principali imprese ad aver influenzato l'innovazione economica del Paese. La sua storia, legata a doppio filo alla figura di Enrico Mattei, consente di entrare nel cuore del sistema produttivo italiano, di seguirne le traiettorie di sviluppo e le strategie di internazionalizzazione, nel quadro di un contesto in continua evoluzione. Questo volume ripercorre quasi cento anni di documenti: i saggi che lo compongono - frutto di ricerche originali, condotte in molti archivi, prima di tutto in quello di Eni - consentono di seguire da vicino il lungo percorso della storia energetica italiana. Una storia rivolta al futuro che coincide in grandissima parte con la storia di Eni.

La creazione di competenze nel lungo periodo da Agip a Eni

Daniele Pozzi

Per tracciare la storia di Eni non si può prescindere dagli studi e dal lavoro di Daniele Pozzi. In questo volume il testo dell'autore fa da collante a tutti gli altri contributi con un racconto denso e completo delle vicende aziendali: dalla costituzione dell'Agip nel 1926 alla privatizzazione dell'Eni nei primi anni Novanta del secolo scorso. Vengono individuate e analizzate nel dettaglio le fasi salienti di costituzione di un know how che è identità ed eredità dell'impresa. Più di sessant'anni di storia snocciolati attraverso le storie di pionieri, aziende, bilanci, scoperte, tecnologie, innovazioni, competenze, persone. Il contesto non è e non può essere solo quello aziendale, ma comprende inevitabilmente tutti gli attori esterni, nazionali e mondiali. Dalle sette sorelle al cane a sei zampe, da Enrico Mattei all'Eni società per azioni. I materiali originali d'archivio fanno da sfondo ad una narrazione puntuale, ricca di dati, approfondimenti tecnici ed economici e soprattutto di protagonisti eccellenti.



Tutte le voci di Eni: l'evoluzione storica della struttura del bilancio e degli assetti societari

Marisa Agostini e Giovanni Favero

Il capitolo fornisce un'analisi dell'evoluzione storica dell'informazione di bilancio di Eni, evidenziando le variazioni che questa ha subito sia nella forma sia nelle finalità. Si approfondiscono così i collegamenti tra le risultanze dell'analisi di bilancio e l'evoluzione strategico-organizzativa, fornendo evidenza degli indicatori utilizzati per rendicontare e comunicare la performance dell'ente. All'interno dell'ampio arco cronologico considerato, che include le vicende dell'Agip nella fase precedente l'istituzione di Eni nel 1953 e arriva alla privatizzazione nel 1993, si sono rinvenute evidenti discontinuità nell'informazione economico-finanziaria fornita attraverso i bilanci, interpretati in relazione all'evoluzione storica del contesto, delle strategie e della struttura dell'ente.

Eni, l'innovazione nelle politiche del personale

Stefano Musso

Il saggio di Stefano Musso "Eni. L'innovazione nelle politiche del personale" è un excursus molto approfondito su un aspetto tipicamente interno all'azienda che, però, ne rappresenta il cuore e cioè le sue persone e la loro organizzazione. Il testo si fonda sullo studio diretto delle fonti originali d'archivio come i bilanci, i libri verbali degli organi sociali, i materiali inediti dell'Asap (Associazione sindacale aziende petrolifere, costituita il 2 maggio 1960 per le aziende del gruppo Eni) e su un'ampia e documentata bibliografia di settore. Viene coperto un arco cronologico molto vasto partendo dalla nascita dell'Agip nel 1926, poi la guerra, la ripresa economica, la nascita dell'Eni nel 1953, per arrivare al novembre 1993 quando vi fu lo scioglimento dell'Asap e l'adesione di Eni alla Confindustria. Vengono analizzati modelli interni di gestione, contratti, strutture e cambiamenti, inseriti nella cornice generale delle politiche del personale nazionali ed estere.

Il profilo internazionale di Eni

Bruna Bagnato

Il profilo internazionale di Eni come ente pubblico mostra un solido ancoraggio alle premesse politiche originarie e, al contempo, il continuo adattamento ai mutamenti del sistema petrolifero e degli equilibri globali. La lezione di Mattei si mantiene inalterata nel suo presupposto fondamentale di evitare le rigidità del confronto tra paesi produttori e paesi consumatori, con la creazione di rapporti di interdipendenza tali da garantire ai paesi consumatori flussi di approvvigionamento sicuri e duraturi e, ai paesi produttori, un contributo in termini di partecipazione allo sviluppo industriale. Negli anni connotati dagli shocks petroliferi e dal cambiamento strutturale del sistema emerge, con crescente rilievo, l'importanza dell'innovazione continua, della diversificazione geopolitica negli approvvigionamenti e dell'attenzione alle fonti alternative.



La comunicazione (dall'inizio agli anni 1993-1995)

Aldo Grasso

Un saggio dedicato alle campagne pubblicitarie e non solo che studia e racconta i trend comunicativi dell'azienda, dapprima allineata alla voce del Paese (si parla qui di Agip e del periodo 1926-1945) poi sempre più capace di sviluppare un proprio "tono" che, a mano a mano che ci si addentra in tempi più recenti, diventa sempre più personalizzato e studiato per target specifici. Aldo Grasso divide la comunicazione dell'azienda in tre fasi. La prima, dagli anni Venti alla fine della guerra, tutta tesa allo sforzo propagandistico e poi bellico; la seconda, gli anni Cinquanta, caratterizzata dal cane a sei zampe come tratto distintivo e dall'utilizzo del documentario d'impresa per il racconto dell'azienda. La terza fase, infine, dagli anni Sessanta agli anni Novanta, con le grandi campagne pubblicitarie studiate e definite per puntare ad un pubblico sempre più esigente e diverso.

