PROTAGONISTA

FACCIAMO STRADA INSIEME

live
NUMERO 12

ENERGIE IN MOVIMENTO





SOMMARIO

SERIE A ENILIVE
3 Enilive e Lega Serie A, un bilancio da campioni
di Jacopo Savelli

SOSTENIBILITÀ
10 Con i biocarburanti si può fare
di Evita Comes
14 Tour d'Europe - Gli eventi in Italia
20 Con Enilive il Tour d'Europe illumina Roma
di Giancarlo Strocchia
24 Le Enilive Station protagoniste del Tour d'Europe
a cura della redazione
28 Enilive, i risultati di una visione integrata

FOOD/ALT
32 L' eccellenza della cucina di ALT in tour con i grandi eventi
di Giancarlo Strocchia

FOOD/ENILIVE CAFÉ
40 Food Competence Center, qualità al top per tutta la Rete
di Giancarlo Strocchia
42 All'Enilive Café una pausa pranzo ancora più ricca
di Giancarlo Strocchia

STORIE DI SUCCESSO
44 La migliore accoglienza degli Enilive Café
48 I gestori che salvano la bolletta
di Evita Comes

SERVIZI/PLENITUDE
52 Enilive Station: il futuro è già qui
di Serena Sabino

SERVIZI/ENJOY
54 Enjoy: la rossa a sei zampe che continua a sorprendere
di Luigia Ierace

STORIE DI CALCIO
58 Serie A Enilive 2024-25 i verdetti finali
di Iacopo Savelli

LA NOSTRA STORIA
60 Andiamo per mare!
a cura dell'Archivio storico Eni

TOOLS
62 Dichiarazioni Redditi 2025 e Bonus Fiscale
a cura di Francesco Brusco

PROTAGONISTA
TRIMESTRALE - ANNO IV – N. 12
LUGLIO 2025
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
ARCHIVIO STORICO ENI, FRANCESCO BRUSCO, LUIGIA IERACE, SERENA SABINO, 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 18/7/2025

ENILIVE E LEGA SERIE A, UN BILANCIO DA CAMPIONI

STEFANO BALLISTA, AD ENILIVE, PREMIA UNO DEI GIOCATORI DEL NAPOLI CHE VINCE IL SUO QUARTO SCUDETTO.

È stato un anno di grandi soddisfazioni quello che ha visto la presenza di Enilive, in qualità di title sponsor, accanto al massimo campionato italiano di calcio. Tante iniziative, il coinvolgimento di tutti i tifosi, la crescita esponenziale dei follower social sui profili aziendali, il successo del concorso "Segni e Vinci" e del "Boxing Day" natalizio. Un caleidoscopio di emozioni che si ripeteranno a partire dal prossimo 23 agosto,

DI **JACOPO SAVELLI**



UNA STAGIONE DA RECORD. È quella che ha visto, per la prima volta, il marchio Enilive campeggiare, in qualità di title sponsor, accanto a quello della manifestazione sportiva più popolare del Paese, la Lega Seria A di calcio. Un binomio inedito e straordinario, iniziato con le emozioni suscitate, già nella prima giornata, dalla consegna delle fasce di capitano da parte dei bambini scesi in campo al fianco delle squadre con la divisa Enilive e l'incitamento a "giocare con lealtà", e proseguito attraverso un percorso in crescendo fatto di tante iniziative social, le sigle video del pre-partita che hanno descritto il grande universo Enilive, con le insegne ALT Stazione del Gusto e Enilive Cafè, e il fortunatissimo concorso "Segni e Vin-

UN MOMENTO DELLA SERATA DI PRESENTAZIONE DELLA PARTNERSHIP TRA ENILIVE E LEGA SERIE A AL GAZOMETRO DI ROMA, DOVE SI È CELEBRATA LA NUOVA COLLABORAZIONE INSIEME A TANTE GLORIE DEL CALCIO, ARTISTI E MANAGER ENILIVE.

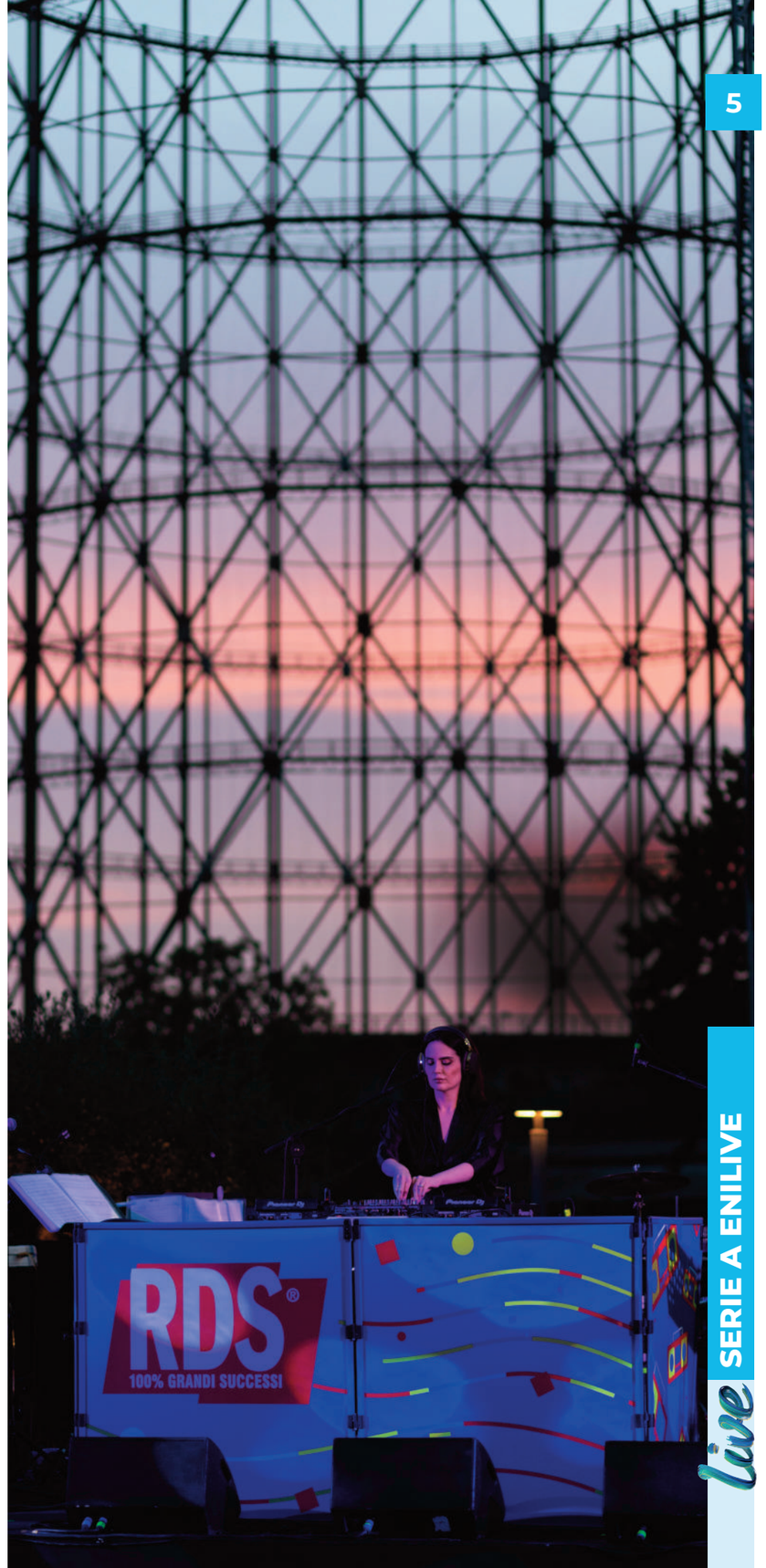
DIVENTARE TITLE SPONSOR DELLA SERIE A RAPPRESENTA PER ENILIVE UN'OPPORTUNITÀ UNICA PER DIALOGARE CON UN PUBBLICO VASTISSIMO, RACCONTANDO IL PROPRIO PERCORSO DI TRASFORMAZIONE.





calibro di Bancomat, Mondelēz e Fantacalcio. Un percorso che si rinnova anche per il prossimo campionato e che si preannuncia sempre più intenso e vivace, come racconta in questa intervista Matteo Navarra, Head of Operational Marketing Enilive, con edizioni sempre più attraenti dei concorsi e il ritorno, per la giornata di apertura, il prossimo 23 agosto, della presenza dei bambini, testimonial di un calcio da vivere con spirito di amicizia e fair play.

Enilive è title sponsor di Lega Serie A da un anno: qual è il bilancio di questa prima stagione?
Partiamo dalle motivazioni che ci hanno spinto a scegliere di sponsorizzare la Serie A, segnando un cambio di rotta rispetto alle attivazioni fatte in passato che erano più attinenti al mondo delle competizioni motoristiche, forse più in linea con il prodotto principale che da sempre commercializziamo. Con la nascita di una nuova società, Enilive, si è deciso di iniziare una nuova narrazione nell'ambito delle sponsorizzazioni, e si è scelta la Serie A perché ha una fanbase di 34 milioni di persone; ovvero quasi tutti gli italiani direttamente o indirettamente sono legati alla Serie A, in un meccanismo che fa sì che il lunedì mattina, in qualunque bar o ufficio, tutti parlino di calcio e diventino "allenatori". Per quanto possa sembrare divisivo perché spesso ci sono contrapposizioni legate al tifo, in realtà non lo è, perché anche persone che amano due squadre differenti si ritrovano insieme a parlare di calcio. Per una società neonata come Enilive era fondamentale far crescere velocemente la awareness e nello stesso tempo mentalizzare questa trasformazione con il passaggio da Eni a Enilive nella testa di tutti i consumatori. Questo ci ha spinto a diventare il title sponsor della Serie A: la convinzione che ci avrebbe dato l'opportunità di parlare a questo pubblico così vasto raccontandogli il nostro percorso di trasformazione. Siamo soddisfatti dei risultati del primo anno sia in termini di notorietà del brand Enilive che di riconoscimento della sponsorship. Dopo 26 anni in cui la Lega Serie A ha avuto un unico title sponsor, la nostra priorità è stata



UNA SORTA DI PASSAGGIO DI TESTIMONE: LA CONSEGNA DELLE FASCE DI CAPITANO AI CALCIATORI DA PARTE DI BAMBINI ENTRATI IN CAMPO CON LA DIVISA ENILIVE SULLA QUALE CAMPEGGIAVA IL MESSAGGIO VALORIALE "GIOCHIAMO CON LEALTÀ". UN MOMENTO SIMBOLICO CHE HA DATO IL VIA A UN PERCORSO CAPACE DI RAFFORZARE LA NOTORIETÀ DEL BRAND.







creare un elemento di rottura con il passato. Lo abbiamo fatto già dalla prima giornata del campionato scorso quando ci siamo presi il primo minuto in esclusiva in tutti gli stadi; il momento simbolico del nostro ingresso nel mondo del calcio e del cambiamento che esso avrebbe portato, è stato sancito da una sorta di passaggio di testimone: la consegna delle fasce di capitano ai calciatori da parte di bambini entrati in campo con la divisa Enilive nella quale era riportato il messaggio valoriale "Giochiamo con lealtà". Da quel momento è iniziata una vera e propria cavalcata che ci ha permesso di portare la notorietà del nostro brand al 52%. Per noi è un risultato di assoluta importanza, tenendo conto che il percorso di rebranding delle nostre stazioni di servizio – 4.000 in tutta Italia – è appena iniziato, e che l'unico mezzo grazie al quale siamo riusciti a ottenere questa notorietà è appunto la Serie A. Oggi quell'italiano su due che guarda le partite di Serie A conosce il brand Enilive e ne siamo estremamente soddisfatti.

Cosa avete fatto in questo primo anno?

Grazie alla Serie A abbiamo raccontato cos'è Enilive attraverso le quattro sigle che in ogni partita descrivevano la trasformazione dei nostri impianti da Eni ad Enilive, mettendo in luce la nostra loyalty con concorsi e mondo social per comunicare ad un pubblico più vasto possibile come vivere l'esperienza all'interno degli stadi grazie al title sponsor Enilive. Abbiamo spiegato il nuovo format di ristorazione ALT creando in particolari occasioni, come ad esempio per la finale di Coppa Italia, un corner dove si poteva usufruire dell'offerta salata e dolce dei prodotti ALT promossi anche con le sigle Assist e Tiro a Giro.

Insieme alla Lega Serie A, abbiamo voluto dare un segnale concreto nell'ottica della decarbonizzazione, iniziando a rifornire con il nostro HVOlution - il diesel da fonti rinnovabili - gli apparati di produzione televisiva all'interno degli stadi, inclusa la finale di Coppa Italia. Uno sguardo particolare lo abbiamo dedicato al nostro cliente di domani, ovvero quel pubblico giovane che oggi utilizza prevalentemente i social come veicoli di informazione e comunicazione. Con il lancio della sponsorship della Serie A abbiamo aperto il nostro canale Instagram e successivamente anche quello TikTok, sui quali abbiamo iniziato a raccontare storie che legano il mondo della Serie A alle experience dei nostri clienti: in particolare, il modo in cui vivono le partite e l'accoglienza speciale loro riservata negli stadi. Il tutto insieme alla presentazione di tutto il mondo di prodotti e servizi che siamo in grado di offrire all'interno di Enilive: da Enjoy a Enilive Café, ai nostri prodotti sostenibili e al nostro nuovo format di ristorazione ALT Stazione del Gusto. Devo dire che siamo molto soddisfatti dei risultati che abbiamo ottenuto nel mondo social perché, con i soli 45 contenuti legati esclusivamente al mondo della Serie A, abbiamo avuto 41 milioni di visualizzazioni complessive e circa 600 mila interazioni totali tra commenti, like e condivisioni. Se teniamo conto che sull'account Instagram, che abbiamo aperto nel luglio del 2024, abbiamo 8 mila follower quando i nostri competitor, che hanno attivato l'account dal 2017-2018, ne hanno 8 mila e 300, è facile capire quanto il legame con il mondo del calcio riesca a spingerci e a far sì che il brand Enilive sia ricercato anche da un pubblico che forse prima non era propriamente il nostro target-audience.

Il processo di trasformazione che stiamo facendo in Enilive da un business tradizionale verso un business sostenibile, rinnovabile e proiettato verso il futuro, ci ha consentito di raggiungere velocemente una nuova fanbase che prima era poco coperta. Nelle varie indagini che abbiamo condotto quest'anno, intervistando un vasto pubblico di utenti, abbiamo iniziato a porre domande specifiche per capire come viene percepita Enilive, se il brand inizia a costruire una propria identità nella mente dei consumatori. Abbiamo distinto quelli che conoscono Enilive da quelli che invece ci conoscono per il nostro ruolo di title sponsor della Serie A. Da queste analisi è emerso che i punteggi che ci venivano attribuiti come sponsor sono notevolmente superiori; quindi, il legame con la Lega Serie A sta incrementando la brand reputation di Enilive facendola percepire come un'azienda di cui poter essere clienti, che pensa al futuro, alle nuove generazioni e che è in grado di distinguersi dalle altre aziende e dagli altri fornitori che ci sono sul mercato. Questi per noi sono dati molto rilevanti perché ci fanno capire come stiamo entrando nella testa del consumatore che ci percepisce come un'azienda più che positiva.

Negli stadi abbiamo ospitato circa 17.000 persone, abbiamo creato la maglia Enilive che riportava il messaggio valoriale sulla manica sinistra "Giochiamo con lealtà" con l'obiettivo di essere considerati il ventunesimo club della competizione; quel club che accompagna i suoi clienti fedeli allo stadio e gli fa vivere un'esperienza indimenticabile con una completa immersione nel mondo del calcio che iniziava ben quattro settimane prima della partita: era il cliente stesso che tramite la nostra App poteva scegliere in quale partita tentare di tirare il calcio di rigore e aggiudicarsi il biglietto.

Ci ha fatto piacere constatare che la maggior parte dei fruitori di questi ticket messi in palio sono stati i bambini: i genitori che vincevano hanno quasi sempre portato con sé i figli in una sorta di momento di trasmissione di legami familiari legati ai valori dello sport. Restando in tema di bambini, tutti i biglietti che non sono stati assegnati direttamente tramite il concorso "Segna e Vinci", li abbiamo invece devoluti alla Onlus Make-A-Wish che dedica il proprio impegno a tutti quei bambini che purtroppo nel quotidiano non vivono di molti sorrisi. Ci ha fatto piacere ricevere i ringraziamenti da parte della Onlus con tanto di testimonianze di bambini che hanno definito quella giornata come la più bella della loro vita, e foto in cui



LA MAGGIOR PARTE DEI FRUITORI DI QUESTI TICKET MESSI IN PALIO SONO STATI I BAMBINI: I GENITORI VINCITORI HANNO QUASI SEMPRE PORTATO CON SÉ I FIGLI CREANDO UN MOMENTO DI CONDIVISIONE FAMILIARE E TRASMISSIONE DEI VALORI DELLO SPORT.



BOBO VIERI E CIRO FERRARA, DUE AMBASSADOR DELLA LEGA SERIE A CHE HANNO PARTECIPATO AGLI EVENTI LEGATI ALLA PARTNERSHIP CON ENILIVE. UN RUOLO DI GRANDE RESPONSABILITÀ, CHE LI VEDE IMPEGNATI COME MODELLI DI ISPIRAZIONE PER LE NUOVE GENERAZIONI.



indossavano con entusiasmo la maglia Enilive. Questo ci ha confermato di aver davvero centrato l'obiettivo.
Vorrei ricordare anche il momento in cui, sempre nell'ambito del concorso "Segni e Vinci", abbiamo messo in palio le maglie firmate dai campioni di tutti i club, con l'obiettivo di rafforzare il legame tra Enilive e le singole Squadre. Lo abbiamo fatto nel periodo natalizio, reinventando all'italiana la storica tradizione inglese del "Boxing Day", sfruttando l'engagement dei nostri clienti loyalty. Questo percorso ci ha spinti a voler capire sempre più a fondo il funzionamento dell'ecosistema della Lega Serie A, adottando un approccio anche business oriented nella gestione quotidiana delle attività da title sponsor. Abbiamo cercato di capire con chi potessimo creare sinergie all'interno della galassia dei partner della Lega Serie A: se vincere aiuta a vincere, partnership chiama partnership. Da qui, sono nati una serie di progetti, con Bancomat, con Mondelēz e con Fantacalcio, ad esempio attivando scambi di customer base o incrementando l'offerta di prodotti e servizi nel panel di Enilive. Di recente abbiamo anche sottoscritto un nuovo accordo con Dazn con l'obiettivo di dare sempre più rotondità a quello che facciamo: i nostri clienti loyalty nei mesi di agosto e settembre potranno vincere degli abbonamenti a Dazn per godersi tutta la nuova serie A Enilive alla ripartenza del campionato 2025-2026. Insomma, stiamo continuando a collaborare con altri partner del mondo Lega e a sviluppare progetti per arricchire ulteriormente la nostra offerta di prodotti e servizi nelle nostre Enilive Station. Inoltre, crediamo che la nostra presenza all'interno del palinsesto della Lega Serie A possa rafforzare il binomio calcio e food. Già negli anni passati la maggior parte dei club venivano sponsorizzati da brand del mondo food: ad esempio, tutti ricordiamo la maglia del Napoli di Maradona con la scritta "Mars" sul petto. Vogliamo quindi rafforzare questo binomio creando maggiore sinergia tra i brand Alt ed Enilive. Ad esempio, abbiamo già iniziato a sfruttare il nostro food truck, presentandolo in occasione delle maggiori manifestazioni sportive organizzate da Lega Serie A come il "Festival della Serie A"; inoltre, stiamo pensando di creare dei momenti di aggregazione particolare per i bambini all'interno dei nostri store Alt, come ad esempio far vivere un compleanno da "Serie A" a tutti quei bambini che sceglieranno di organizzare la propria festa presso uno dei nostri store ALT Stazione del Gusto.

Il concorso Segna e Vinci ci sarà ancora?
Assolutamente sì, lo riproporremo in una nuova forma e in una nuova veste grafica per migliorare l'esperienza dei nostri clienti. Lo scorso anno il cliente che effettuava rifornimenti o acquisti di prodotti e servizi non oil presso le nostre Enilive Station o presso gli store ALT o al termine di un noleggio di una Enjoy poteva giocare al Segna e Vinci scegliendo la partita soltanto il sabato. Volevamo creare un momento iconico ma ci siamo resi conto che per incrementare l'engagement dei nostri clienti è meglio premiarli fin da subito e lasciare loro la possibilità post acquisto, post rifornimento, post noleggio di giocare al Segna e Vinci che è il nostro campionato virtuale non più soltanto il sabato, ma dalla domenica fino al sabato. Ovviamente continueremo a mettere in palio le nostre dotazioni per far vivere un'esperienza vip a tutti i vincitori, ovvero oltre all'accesso allo stadio anche quello alle sale ospitalità dei singoli club. E poi contiamo di riproporre l'iniziativa del nostro Boxing Day visto che i dati ci hanno mostrato che nel periodo natalizio, quando abbiamo pubblicizzato la possibilità di vincere le maglie dei propri campioni del cuore, sono aumentate le visite al nostro sito, le iscrizioni alla nostra App Enilive e le partecipazioni al concorso Segna e Vinci.

Il weekend del 23-24 agosto si riparte, il momento iconico Enilive di inizio stagione si ripeterà?
Certamente, anche quest'anno ci prenderemo nuovamente il nostro minuto televisivo e lo faremo nuovamente su tutti i campi di gioco a partire dal 23 agosto con Genoa-Lecce e a seguire con tutte quante le altre partite in programma. Faremo di nuovo il nostro ingresso in campo, con una modalità leggermente differente, ma sempre con i bambini. E lanceremo un messaggio valoriale in continuità con il "Giochiamo con lealtà" dello scorso campionato per fissare il concetto che non vogliamo semplicemente andare a giocare una partita, ma puntiamo a essere testimoni e portatori dei valori sani dello sport. Questo lo possiamo fare solo e soltanto attraverso gli occhi dei bambini e per questo i bambini saranno anche quest'anno una componente fondamentale del nostro ingresso in campo: sono loro che crescendo avranno il compito di mantenere vivi i veri valori fondanti dello sport.

Tour d'Europe

DRIVING
DECARBONISATION
WITH RENEWABLE FUELS

CON I BIOCARBURANTI SI PUÒ FARE

Enilive protagonista al Tour d'Europe per sostenere la presenza dei biocarburanti HVO nella decarbonizzazione dei trasporti

DI **EVITA COMES**

L'OBIETTIVO È QUELLO di dimostrare il potenziale dei carburanti da materie prime rinnovabili e tentare di sensibilizzare l'opinione pubblica e i policy maker sull'importanza dell'utilizzo di questi vettori per il processo di decarbonizzazione dei trasporti.
Parte da questo presupposto la partecipazione di Enilive al Tour d'Europe. Un'iniziativa durante la quale diversi veicoli leggeri e pesanti hanno attraversato venti Paesi europei per dimostrare il potenziale dei biocarburanti. Le tappe di Enilive hanno previsto eventi e rifornimenti presso le Enilive station rebrandizzate. Il Tour d'Europe ha coinvolto aziende, associazioni e istituzioni della filiera del settore automobilistico e dei carburanti tra cui Enilive, tra i leader nella produzione di HVO (Hydrotreated Vegetable Oil, olio vegetale idrogenato),

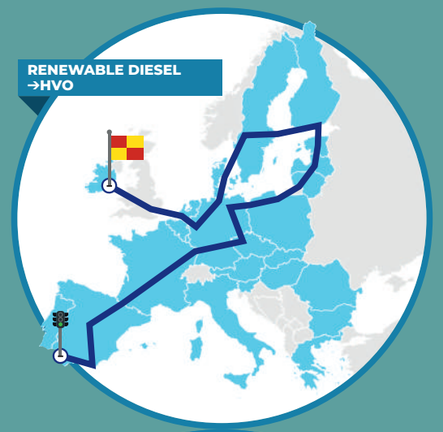
Tour d'Europe

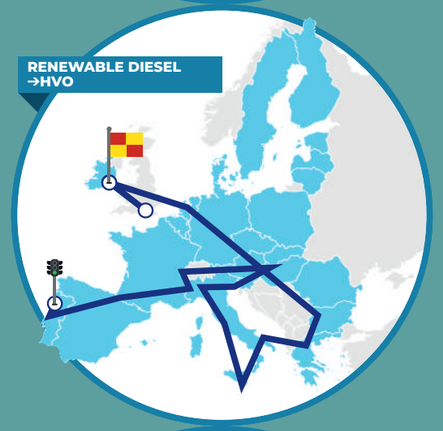
DRIVING
DECARBONISATION
WITH RENEWABLE FUELS

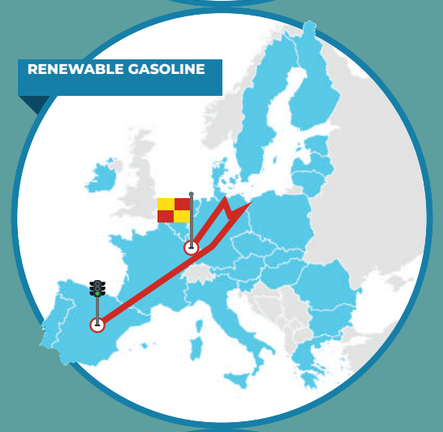


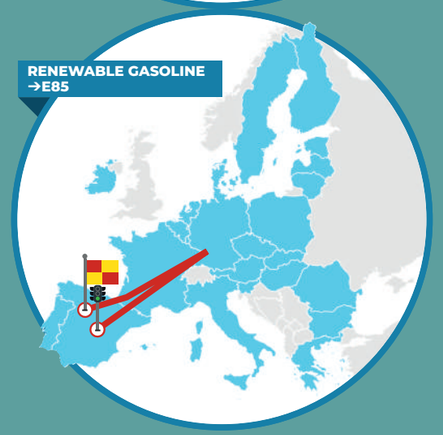
e istituzioni accademiche. L'HVO è un biocarburante diesel ottenuto al 100% da materie prime rinnovabili* – prevalentemente scarti, come oli esausti da cucina e grassi animali, e residui dell'industria agroalimentare – che può essere utilizzato dalle motorizzazioni validate e viene distribuito attraverso le infrastrutture esistenti. "Enilive è la società dedicata ai prodotti e ai servizi per la mobilità – ha commentato Stefano Ballista, Amministratore delegato di Enilive – i nostri biocarburanti per i veicoli e per l'aviazione sono prodotti prevalentemente da materie prime di scarto e possono contribuire alla decarbonizzazione della mobilità sin da ora e senza necessità di investimenti infrastrutturali. Abbiamo convertito

LE TAPPE DEL TOUR









IL TOUR D'EUROPE IN NUMERI

AUTOVETTURE	12
PRINCIPALI PRODUTTORI E RIVENDITORI DI CARBURANTE	6
ASSOCIAZIONI	8
AUTOCARRI + FLOTTA COMMERCIALE	3
OEM AUTOMOTIVE (AUTOVETTURE)	5
OEM AUTOMOTIVE (AUTOCARRI)	4
UNIVERSITÀ	2
EVENTI IN TUTTA EUROPA	70+

16 EVENTI POLITICI
30+ EVENTI DI RIFORNIMENTO
11 VISITE A RAFFINERIE
9 CONGRESSI
26 EVENTI MEDIATICI



due raffinerie in bioraffinerie, a Porto Marghera e a Gela, e una terza a Livorno sarà operativa dal prossimo anno, e il nostro HVO diesel è oggi disponibile in oltre 1.300 stazioni di servizio. Il Tour d'Europe è un'importante iniziativa che vede la convergenza di istituzioni, associazioni, università e aziende riguardo al ruolo e al contributo dei biocarburanti in purezza nel percorso di transizione energetica".

LE TAPPE E GLI EVENTI

Tra le tappe dei veicoli del Tour d'Europe, anche alcune delle oltre 1.300 stazioni di servizio Enilive che erogano HVOlution (HVO in purezza) in Europa, oltre alle bioraffinerie di Porto Marghera, a Venezia, e di Gela, in Sicilia, dove questo biocarburante viene prodotto. Tra maggio e giugno, Enilive ha organizzato in Italia alcuni eventi del Tour d'Europe per valorizzare l'importanza di ridurre le emissioni dei trasporti anche attraverso la diffusione dei carburanti da materie prime rinnovabili. Dopo l'evento di Milano tenutosi il 19 maggio presso il Palazzo della Regione Lombardia, il Tour d'Europe marcato Enilive si è fermato a Roma, il 5 giugno presso Palazzo Matteri, alla Bioraffineria di Gela il 10 giugno e alla Bioraffineria di Venezia il 19 Giugno.
Il Tour d'Europe ha tagliato il traguardo con un evento istituzionale che si è tenuto il 24 giugno a Bruxelles, in occasione del quale è stato pubblicato un rapporto sul potenziale climatico immediato dei carburanti rinnovabili e l'efficacia del Digital Fuel Twin (DFT), il software Bosch di cui sono dotati le auto e i camion del Tour d'Europe, che certifica l'uso di carburanti da materie prime rinnovabili e la conseguente riduzione delle emissioni.
Insieme a Enilive, al progetto Tour d'Europe hanno partecipato anche AVIA, BMW, Bosch, Collective du Bioéthanol, DAF Trucks, EBB, ePURE, EWABA, FuelsEurope, Honda, Hyundai, IRU, IVECO, Moeve, Neste, PRIO, Repsol, TJA, Transportes Aguieira, University Darmstadt, University Karlsruhe, ViGO bioenergy.

*Ai sensi della Direttiva europea sulle Energie Rinnovabili.

Tours d'Europe

DRIVING
DECARBONISATION
WITH RENEWABLE FUELS

MILANO

LUNEDÌ 19 MAGGIO

PALAZZO DELLA REGIONE LOMBARDIA

DA SINISTRA: MARCO DI GREGORIO - PRODUCT TECHNOLOGY AND INNOVATION COMMUNICATION MANAGER, BMW; ELENA CESCA - RESPONSABILE RAPPORTI ISTITUZIONALI, ENILIVE; GUIDO GUIDESI - ASSESSORE ALLO SVILUPPO ECONOMICO REGIONE LOMBARDIA; FRANCO LUCENTE - ASSESSORE AI TRASPORTI E MOBILITÀ SOSTENIBILE, REGIONE LOMBARDIA; GABRIELE AIMONE CAT - MEDIA RELATION AND GOVERNMENTAL AFFAIRS MANAGER, BOSCH; ALBERTO RUFFINO - RESPONSABILE GAS & BIOFUELS, ALTERNATIVE PROPULSION, BUSINESS DEVELOPMENT, IVECO.

GLI EVENTI IN ITALIA











Tours d'Europe

DRIVING
DECARBONISATION
WITH RENEWABLE FUELS

GLI EVENTI IN ITALIA





GELA

MARTEDÌ 10 GIUGNO

BIORAFFINERIA ENILIVE



DA SINISTRA IN SENSO ORARIO, IL SINDACO DI GELA, TERENZIANO DI STEFANO, CON IL PRESIDENTE DELLA BIORAFFINERIA DI GELA WALTER RIZZI; LA BIORAFFINERIA DI GELA; ACCANTO, DA SINISTRA, GABRIELE AIMONE CAT, COMMUNICATIONS AND BRAND MANAGER BOSCH; RAFFAELLA LUCARNO, HEAD OF BIOREFINING & SUPPLY, BIOMETHAN, ENILIVE; MARCO DI GREGORIO, CORPORATE COMMUNICATION MANAGER BMW ITALIA; CAROLA CUTRUPI, RESPONSABILE COORDINAMENTO E SVILUPPO ATTIVITÀ WHOLESALE ESTERO, ENILIVE; WALTER RIZZI. IN BASSO, ALCUNI MOMENTI DELL'EVENTO.





Tour d'Europe

DRIVING
DECARBONISATION
WITH RENEWABLE FUELS

VENEZIA

GIOVEDÌ 19 GIUGNO

BIORAFFINERIA ENILIVE



NELLA FOTO SOTTO, DA DESTRA, CAROLA CUTRUPI, MARCO DI GREGORIO, GIUSEPPINA RIGGIO, MONICA BILLIO, RAFFAELLA LUCARNO, MAURO GUERRINI.











CON ENILIVE IL TOUR D'EUROPE ILLUMINA ROMA

DI **GIANCARLO STROCCHIA**

Il presidente di Enilive Marco Petracchini e l'amministratore delegato Stefano Ballista hanno preso parte alla tappa capitolina dell'iniziativa promossa da FuelsEurope, che sostiene la valorizzazione dei carburanti alternativi per il raggiungimento degli obiettivi di decarbonizzazione stabiliti dall'UE

IL TOUR D'EUROPE HA PROSEGUITO la sua marcia verso Bruxelles con una articolata tappa, il 5 giugno 2025, presso il centro Congressi della sede Eni di Palazzo Mattei, a Roma. Realizzato da FuelsEurope, la rete diversificata di imprese, associazioni e realtà istituzionali che compongono la catena del valore del settore automobilistico continentale, il Tour vede Enilive tra i suoi principali sostenitori. L'azienda, che ha promosso l'appuntamento romano di quella che può essere definita la «bio-maratona» continentale, da tempo ha proficuamente imboccato la strada della mobilità sostenibile attraverso la produzione e la distribuzione in tutta la rete di Enilive Station di HVOlution. Sebbene i cittadini e le imprese europee sostengano, a ragion veduta, l'ambizione di neutralità climatica dell'UE, rimangono ancora aperti molti interrogativi sugli strumenti e i supporti da adottare per raggiungere questo cruciale traguardo in riferimento al trasporto stradale e su cosa questo significhi per il futuro dell'industria automobilistica del vecchio continente e per i 13,8 milioni di posti di lavoro che ne derivano. Del resto, i carburanti rinnovabili contribuiscono già oggi ad accelerare la decarbonizzazione dei trasporti e potrebbero fare di più se le politiche dell'UE adottassero un approccio più aperto a tutte le tecnologie disponibili.

UN APPUNTAMENTO CHE HA FATTO IL PUNTO SUL FUTURO

A molte delle questioni ancora irrisolte hanno inteso dare risposta i protagonisti intervenuti all'evento di Roma, che ha visto la moderazione di Rita Lofano, direttrice di Agi (Agenzia Giornalistica Italia), e che è stato introdotto dal presidente di Enilive Marco Petracchini che nel suo intervento d'apertura ha inteso rimarcare «il contributo fattuale e effettivo alla riduzione della CO_2 che i biocarburanti possono offrire, a fronte di una disponibilità immediata e al consistente impegno di Eni nel trasformare le sfide in nuove strade da percorrere». «Credo che un evento come quello di oggi - ha proseguito Petracchini - possa essere un'ulteriore testimonianza dell'impegno da parte delle istituzioni e dell'industria europea a sostenere una strategia di decarbonizzazione di lungo termine che tenga in considerazione anche quanto sia già oggi a disposizione. Era il 2014 quando Eni inaugurava la bioraffineria di Porto Marghera, primo esempio al mondo di conversione di un impianto di tipo tradizionale, e da quel momento l'azienda ha abbracciato la sfida della decarbonizzazione». È stata quindi la volta di una prima tavola rotonda che ha visto la partecipazione di Stefano Ballista, Amministratore delegato di Enilive, Massimiliano Di Silvestre, Presidente e Amministratore delegato di BMW Italia, Renato Lastaria, General Manager del Gruppo Bosch in Italia e Michele Ziosi, Chief Global Affairs & Sustaina-

IL FUTURO DI UNA MOBILITÀ SEMPRE PIÙ SOSTENIBILE È STATO AL CENTRO DELLA TAVOLA ROTONDA MODERATA DA RITA LOFANO (AGI) E A CUI HANNO PRESO PARTE (DA DESTRA) STEFANO BALLISTA, AMMINISTRATORE DELEGATO DI ENILIVE, MASSIMILIANO DI SILVESTRE, PRESIDENTE E AD DI BMW ITALIA, RENATO LASTARIA, GENERAL MANAGER DEL GRUPPO BOSH IN ITALIA E MICHELE ZIOSI, CHIEF GLOBAL AFFAIRS & SUSTAINABILITY OFFICER DI IVECO GROUP.

Tour d'Europe

DRIVING DECARBONISATION WITH RENEWABLE FUELS


1


2

AD INTRODURRE LA TAPPA ROMANA DEL TOUR È STATO MARCO PETRACCHINI, PRESIDENTE DI ENILIVE (3), A CUI È SEGUITO L'INTERVENTO DI EMANUELA SARDELLITTI, ADVOCACY STRATEGY SENIOR EXECUTIVE DI FUELSEUROPE (2). IL PROFESSOR DAVID CHIARAMONTI DELL'UNIVERSITÀ DI PADOVA (FOTO A DESTRA) HA DESCRITTO I VANTAGGI AMBIENTALI DELLE FILIERE DEI BIOCOMBUSTIBILI, MENTRE L'ASSESSORE AI TRASPORTI DELLA REGIONE LAZIO FABRIZIO GHERA (1) HA SOTTOLINEATO LA COLLABORAZIONE TRA LA SUA AMMINISTRAZIONE E ENILIVE PER LA SOSTENIBILITÀ DEL TRASPORTO LOCALE.


3

bility Officer Iveco Goup. «La decarbonizzazione dei trasporti è un percorso complesso che richiede il contributo sinergico di tutte le soluzioni disponibili – ha sottolineato Ballista – e per raggiungere tale obiettivo, secondo un approccio di neutralità tecnologica, è necessario valorizzare le soluzioni in base alla loro maturità». «Il vantaggio dei biocarburanti - ha proseguito Ballista - risiede nel fatto che possano essere utilizzati nei mezzi di trasporto esistenti, senza necessità di rinnovare il parco veicolare e utilizzando le infrastrutture esistenti». Si tratta quindi di «una soluzione applicabile nell'immediatezza, come dimostra la rete di distribuzione delle Enilive Station, in grado quindi di accelerare la decarbonizzazione dei trasporti. Da qui nasce e si sviluppa la forte cooperazione tra il settore auto e quello dei biocarburanti, una collaborazione oggettiva e misurabile che il Tour d'Europe ha contribuito a valorizzare».

L'IMPEGNO DELLE ISTITUZIONI È DECISIVO

Il successivo round di interventi ha visto la partecipazione della controparte politica e istituzionale, con la presenza in sala dell'onorevole Salvatore Deidda, presidente della Commissione Trasporti della Camera dei Deputati e l'onorevole Luca Squeri, segretario della Commissione per le Attività Produttive, Commercio e Turismo della Camera dei Deputati, mentre da remoto erano collegati l'onorevole Elena Donazzan, Vice presidente della Commissione Energia & Industria del Parlamento Europeo, l'onorevole Alberto Gusmeroli, presidente della Commissione Attività produttive della Camera dei Deputati e l'onorevole Massimiliano Salini, componente della Commissione Ambiente del Parlamento Europeo. Le conclusioni sono state affidate all'intervento del Ministro dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica, Gilberto Pichetto Fratin, che ha anticipato come il suo dicastero e il Governo stiano "lavorando a un decreto, atteso a breve, per lo stanziamento di 200 milioni di euro destinati a sostenere i piani di riconversione delle raffinerie". Il ministro ha proseguito analizzando i provvedimenti in tema di motori endotermici assunti dalla Commissione europea considerando come «Su tali questioni anche l'UE dovrà rendersi conto della necessità di superare i vincoli ideologici per arrivare a gestire la transizione in modo ragionevole ed equilibrato, tenendo presente che tecnologia e innovazione devono prevalere rispetto ad ogni interesse di natura diversa». Il Tour d'Europe si è concluso con un'ultima tappa a Bruxelles il 23 e il 24 giugno. Ora la speranza è che l'opera di sensibilizzazione e informazione su un tema tanto importante come il futuro della mobilità sostenibile - e il contributo che a questo possano fornire i biocarburanti - trovi una via di affermazione definitiva.

Tour d'Europe

DRIVING
DECARBONISATION
WITH RENEWABLE FUELS

GLI EVENTI IN EUROPA

LE ENILIVE STATION PROTAGONISTE DEL TOUR D'EUROPE

A CURA DELLA **REDAZIONE**

Sono 13 le stazioni selezionate, 5 in Italia e 8 all'estero (Germania, Austria e Francia). Sono state individuate seguendo criteri ben precisi: disponibilità di prodotti bio (HVO, E85, BioLNG), posizionamento lungo le rotte europee chiave e capacità di garantire rifornimenti efficienti e affidabili



IL TOUR D'EUROPE non è stato solo un'iniziativa internazionale di sensibilizzazione sul ruolo dei biocarburanti, ma anche un'importante occasione per mettere in luce l'eccellenza operativa della rete Enilive in tutta Europa. Al centro dell'iniziativa, infatti, ci sono state anche le Enilive Station, individuate con cura per contribuire concretamente al successo del tour.

UNA SELEZIONE STRATEGICA

Le stazioni Enilive coinvolte sono state individuate grazie a un lavoro congiunto tra Rete Estero, Rete Italia e le Consociate estere, condiviso con Bosch e Fuels Europe, seguendo criteri ben precisi: disponibilità di prodotti bio (HVO, E85, BioLNG), posizionamento lungo le rotte europee chiave e capacità di garantire rifornimenti efficienti e affidabili per i mezzi coinvolti. Il risultato? 13 stazioni Enilive selezionate, di cui 5 in Italia e 8 all'estero (Germania, Austria e Francia), in impianti scelti per le loro caratteristiche di avanguardia e accessibilità.





ROMA, 20 MAGGIO – ALL'ENILIVE STATION DI CORSO FRANCIA 238, DUE AUTO CON HVOLUTION HANNO EFFETTUATO RIFORNIMENTI E TEST SU STRADA, SEGUITI DA ANALISI TECNICHE SULLE PRESTAZIONI DEL BIOCARBURANTE.

UN'OCCASIONE DI VISIBILITÀ E ORGOGLIO PER TUTTA LA RETE

Nel grande viaggio del Tour d'Europe, le Enilive Station hanno avuto un ruolo centrale. Non solo come semplici tappe logistiche, ma come snodi operativi e simbolici di una rete già pronta a offrire soluzioni sostenibili, grazie all'HVOlution e ad altri carburanti bio.

LE TAPPE IN ITALIA: CONCRETEZZA E SPERIMENTAZIONE

Durante le tappe italiane del Tour d'Europe, cinque Enilive Station – a Torino, Venezia, Milano, Roma e Bari – hanno accolto i veicoli coinvolti, offrendo il bio carburante HvOlution per alimentare i mezzi. In particolare,

Tour d'Europe

DRIVING DECARBONISATION WITH RENEWABLE FUELS



© ADAC/NADINE BAUMANN

DA SINISTRA A DESTRA: STEFAN GERWENS DI ADAC, MARKO BABIC DI BOSCH GMBH, SCHINDLER MAX-ALBRECHT, RESPONSABILE SUPPLY, WHOLESALE E LOGISTICA ENILIVE DEUTSCHLAND.

il 20 maggio a Roma, l'Enilive Station di Corso Francia 238 ha ospitato un rifornimento dimostrativo: due vetture alimentate con HVOlution hanno effettuato tre pieni consecutivi, seguiti da tragitti di circa 15 km ciascuno per simulare l'uso reale quotidiano. I veicoli sono poi stati sottoposti a test tecnici, con l'ausilio di una centralina di monitoraggio, per raccogliere dati sulle prestazioni del biocarburante.

GERMANIA: SINERGIA CON GLI ATTORI DELLA MOBILITÀ

Anche Enilive Deutschland ha giocato un ruolo importante. In quattro tappe di rifornimento, il Tour ha fatto sosta presso le stazioni di Eisenberg (HVO) ed Eching (HVO e BioLNG). Il 27 maggio, dopo un evento istituzionale con Bosch, BMW e l'Automobile Club ADAC, due auto e un camion hanno effettuato il rifornimento a Eching,





IL 14 MAGGIO, IL TOUR D'EUROPE HA FATTO TAPPA NELLA PRIMA ENILIVE STATION AUSTRIACA A VIENNA, IN DONAUSTRADTSTRASSE.

NELLA FOTO IN BASSO A DESTRA ARMIN SPRINGER, RESPONSABILE DEL SETTORE RETAIL DI ENILIVE AUSTRIA GMBH, DURANTE L'EVENTO EVENTO ISTITUZIONALE CON LA BMW E OAMTC.



sottolineando la piena operatività dei carburanti alternativi anche per i mezzi pesanti.

AUSTRIA: INNOVAZIONE E APERTURA TECNOLOGICA

Il 14 maggio a Vienna, il Tour ha fatto tappa presso la prima stazione Enilive dell'Austria, un punto vendita simbolo di innovazione, situato in Donaustradtstrasse. L'incontro ha unito design moderno e tecnologia sostenibile, testimoniando il contributo concreto della rete alla transizione energetica. Nel corso della giornata, Enilive Austria ha anche partecipato a un evento con BMW e OAMTC, dedicato all'importanza di un approccio aperto e tecnologicamente neutrale alla mobilità sostenibile.

FRANCIA: DECARBONIZZAZIONE E INNOVAZIONE LOCALE

In Francia, i rifornimenti del Tour hanno evidenziato il valore politico



e pratico dell'iniziativa. Durante le soste a Annecy (HVO+E85), Pezenas (E85); Aire Du Haut Forez Sud (HVO) e Strasburgo (E85) è stato sottolineato come il ruolo essenziale dei carburanti rinnovabili nella decarbonizzazione dei trasporti rappresenti non solo una soluzione low carbon efficace per raggiungere la neutralità climatica, ma anche una leva per l'innovazione locale.



UNA RETE PRONTA ALLA SFIDA

Enilive si conferma leader nella transizione verso una mobilità più sostenibile. E i gestori sono in prima linea: la loro collaborazione con Enilive è stata fondamentale per accogliere i mezzi del Tour, organizzare la logistica, fornire supporto locale e assicurare una customer experience all'altezza.



ENILIVE, I RISULTATI DI UNA VISIONE INTEGRATA

La società pubblica il suo primo report di sostenibilità, Enilive For 2024. Le azioni sinergiche messe in atto sostengono la transizione energetica e una nuova mobilità, più vicina alle persone e all'ambiente

ENILIVE, LA SOCIETÀ DI ENI dedicata ai prodotti e ai servizi per la mobilità, ha pubblicato Enilive For 2024, il suo primo Report di Sostenibilità. Il Rapporto ripercorre gli obiettivi prefissati dalla società, quelli raggiunti e le iniziative intraprese durante lo scorso anno. Inoltre, racconta l'impegno su più fronti per fornire soluzioni progressivamente più decarbonizzate per la transizione energetica e contribuire così all'obiettivo di Eni di raggiungere la carbon neutrality al 2050. Un impegno che nel 2024 si è concretizzato attraverso la costante evoluzione dei propri impianti industriali nel mondo, con particolare attenzione all'efficienza operativa e all'uso razionale delle risorse naturali, oltre che attraverso l'aumento della produzione e distribuzione di nuovi vettori per la mobilità, come i biocarburanti HVO, e lo sviluppo di nuovi servizi anche nella rete delle circa 5.300 Enilive Station in Europa dove, ogni giorno, transita oltre un milione e mezzo di clienti.

DAI PROGETTI ALLA PRODUZIONE

Consolidati gli asset industriali delle bioraffinerie di Venezia e di Gela e della bioraffineria in joint venture St. Bernard Renewables in Louisiana (Stati Uniti d'America), nel 2024 Enilive ha portato avanti nuovi progetti di bioraffinazione in Malesia, in Corea del Sud e in Italia, e ha confermato l'obiettivo al 2030 di aumentare la capacità produttiva di biocarburanti a oltre 5 milioni di tonnellate l'anno, con la possibilità di produrre oltre 2 milioni di tonnellate l'anno di SAF (Sustainable Aviation Fuel, carburante sostenibile per l'aviazione), in funzione delle esigenze del mercato.

"La mobilità è uno dei settori che più richiedono cambiamenti urgenti e significativi capaci di generare impatti positivi e concreti nella vita delle persone e nei territori: Enilive ha un legame con le esperienze quotidiane di milioni di persone, con le loro consuetudini e con il loro futuro. Abbiamo l'ambizione di accompagnare clienti, comunità e partner lungo un percorso di trasformazione reso possibile da nuove soluzioni tecnologiche, modelli di servizio innovativi e nuove competenze. "Un cambiamento che nasce anche dall'ascolto, dalla trasparenza, dalla condivisione e dalla capacità di creare alleanze per generare valore", scrivono Stefano Ballista e Marco Petracchini, Amministratore delegato e Presidente di Enilive, nel messaggio agli stakeholder in apertura del Report di Sostenibilità.

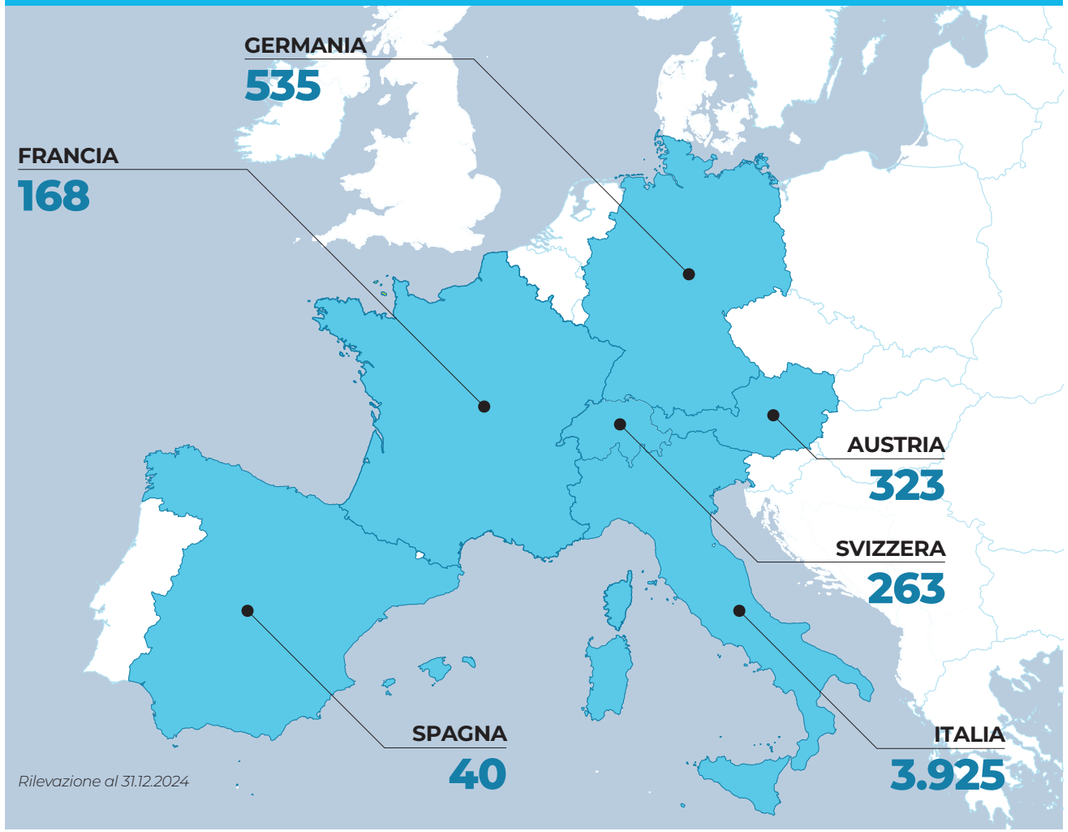


IL REPORT ENILIVE FOR 2024 RACCONTA I TRAGUARDI RAGGIUNTI E I PROSSIMI OBIETTIVI DELLA SOCIETÀ. L'IMPEGNO QUOTIDIANO RIVOLTO ALLA PROGRESSIVA DECARBONIZZIONE DI PROCESSI PRODUTTIVI, VETTORI ENERGETICI E SERVIZI.



LEGGI IL REPORT

LE STAZIONI DI SERVIZIO ENILIVE IN EUROPA



Rilevazione al 31.12.2024



UNIRE AMBIENTE, SOCIETÀ ED ECONOMIA

Lo sviluppo di Enilive si articola lungo tre direttrici fondamentali: le bioraffinerie e i nuovi vettori energetici, i servizi di smart mobility e la rete di stazioni di servizio oggi in trasformazione in mobility hub.
Il report, disponibile online, descrive il processo di integrazione degli obiettivi di sostenibilità nel business, ovvero la costante attenzione alle dimensioni ambientale, sociale ed economica sin dalle fasi di progettazione dei modelli produttivi e dell'offerta integrata di servizi per la mobilità. Dalla sicurezza sul lavoro ai progetti per le comunità locali, dalla protezione dell'ambiente alla valorizzazione delle persone, il rapporto testimonia la ricerca attiva di opportunità per implementare un modello di mobilità sempre più sostenibile e socialmente equo, in ogni ambito.

ECOFINING™ È LA TECNOLOGIA PROPRIETARIA PER LA PRODUZIONE DI BIOCARBURANTI HVO DI ALTA QUALITÀ CHE PUÒ UTILIZZARE MATERIE PRIME DI SCARTO E RESIDUI (COME ELENCATI NELL'ANNEX IX - PARTE A E PARTE B - DELLA DIRETTIVA RED II).

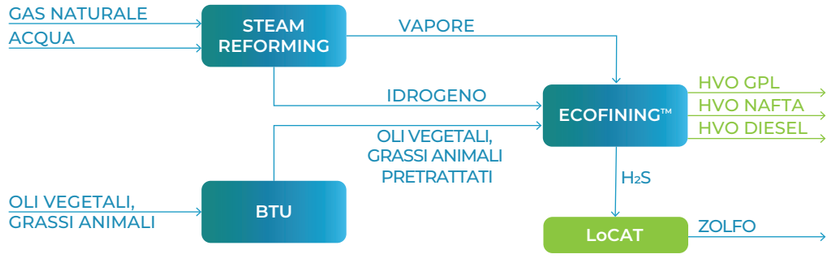


IL RUOLO DEI VETTORI ENERGETICI

Il report evidenzia il contributo di Enilive alla transizione energetica attraverso la diversificazione della gamma di vettori energetici a ridotto contenuto di carbonio venduti ai consumatori, come biocarburanti, biometano, idrogeno ed elettrico, e l'ampliamento di servizi di smart mobility che mirano a migliorare l'efficienza della mobilità. In particolare, i biocarburanti e le bioraffinerie occupano un ruolo particolarmente importante nel percorso verso la decarbonizzazione dei trasporti. Nello specifico, il biocarburante di Enilive HVOlution - Hydrotreated Vegetable Oil (HVO) ricavato al 100% da materie prime rinnovabili ai sensi della Direttiva UE 2018/2001 (c.d. "RED II"), prodotto prevalentemente da materiali di scarto, secondo il criterio convenzionale della Direttiva (UE) sulle Energie Rinnovabili "RED" ha ridotto nel 2024 le emissioni di CO_2eq lungo l'intera filiera, tra il 60% e il 90%, rispetto al mix fossile di riferimento a seconda delle materie prime utilizzate per la sua produzione.

IL CICLO PRODUTTIVO

BIORAFFINERIA DI **GELA**



BIORAFFINERIA DI **VENEZIA**



** In futuro, gli impianti di produzione delle benzine tradizionali saranno sostituiti con un impianto di Steam Reforming per la produzione di idrogeno.*

LA TRASFORMAZIONE A MOBILITY HUB

Nel percorso di transizione verso la neutralità carbonica, un ulteriore pilastro della strategia di Enilive è quello dell'offerta di servizi. Le stazioni hanno ampliato ed evoluto il loro raggio di azione diventando hub multi-service caratterizzati da un'offerta integrata fisica e digitale per garantire al cliente soluzioni sempre più sostenibili, con un'impronta carbonica sempre più ridotta e coerente con le esigenze del cliente in movimento. L'hub multi-service permette di ridurre gli spostamenti e di soddisfare le esigenze del cliente in un'unica sosta. Questo approccio non solo favorisce una maggiore sostenibilità ambientale, ma migliora anche la qualità della vita nelle aree urbane, riducendo la congestione stradale e l'inquinamento acustico. Dunque, non solo carburanti, ma anche vettori alternativi, servizi di telepedaggio, servizi bancari e postali, parcel delivery, lavaggi e car care, self per tutti e multicard. Senza dimenticare la grande rivoluzione che ha attraversato l'offerta food delle Enilive Station grazie alla partnership con l'Accademia Niko Romito che ha dato vita ad ALT, un format che unisce la filosofia culinaria innovativa e sostenibile di Niko Romito con i valori di Enilive: attenzione al cliente, innovazione e maggiore sostenibilità. [**E.C.**]

**Ai sensi della Direttiva europea sulle Energie Rinnovabili.*

L' ECCELLENZA DELLA CUCINA DI ALT IN TOUR CON I GRANDI EVENTI

DI **GIANCARLO STROCCHIA**

La cucina di ALT Stazione del Gusto, frutto della collaborazione tra Enilive e l'Accademia dello chef Niko Romito, approda negli eventi più esclusivi d'Italia, portando la sua proposta gastronomica in location d'eccezione, con formule diverse pensate per ogni contesto

ALT STAZIONE DEL GUSTO, il format gastronomico nato dalla collaborazione tra Enilive e l'Accademia dello chef Niko Romito, continua a distinguersi come autentica vetrina di una cucina di qualità, accessibile e democratica. Grazie alla partecipazione a eventi sportivi, musicali e culturali tra i più importanti del Paese, ALT ha saputo parlare a pubblici eterogenei per età, gusti e comportamenti, portando in ogni contesto la propria identità gastronomica forte e riconoscibile.

Una presenza capace di adattarsi con coerenza a contesti molto diversi: dall'inconfondibile food truck cromato brandizzato ALT, che in versione itinerante propone alcune delle specialità più rappresentative – come focacce e toast farciti e le iconiche bombe dolci e salate – ai corner allestiti in location d'eccezione, fino ai ristoranti ALT, protagonisti di momenti speciali durante il tour.

Qualunque sia il formato, ALT porta ovunque lo stesso stile inconfondibile, fatto di materie prime selezionate, ricette pensate per tutti e un'esperienza gastronomica di alto livello, testimoniata anche dal successo dei 13 ristoranti attivi, incluso il nuovo punto di Cagliari (vedi box a pag. 39).



DALLA CONSOLE AL PIATTO: IL ROADSHOW eSERIE A

IL TOUR DI ALT TRA I GRANDI EVENTI è iniziato in primavera con due tappe ufficiali della Regular Season della eSerie A Goleador 2025, il torneo virtuale organizzato da Lega Serie A dedicato al calcio da "console". Sono stati oltre 70, i partecipanti che hanno varcato gli ingressi degli store ALT Stazione del Gusto di Verona (25 marzo) e Roma (8 aprile) per sfidarsi a EA SPORTS FC 25 e incontrare alcune delle figure più rappresentative della competizione, tra cui Pro Player e Talent protagonisti della stagione. Si tratta di occasioni di visibilità importanti e dinamiche che hanno coniugato passione e ottimo cibo, permettendo l'avvicinamento e la fidelizzazione di nuove fasce di pubblico giovanile.

GUARDA IL VIDEO





TIFO E GOLIARDIA DURANTE LE TAPPE DI ROMA E VERONA DELLA REGULAR SEASON DI ESERIE A GOLEADOR NEI RISTORANTI ALT, TRA PASSIONE PER IL CALCIO E PIATTI GOLOSI.







LA COPPA ITALIA FESTEGGIA CON LA QUALITÀ DI ALT

IL 15 MAGGIO ALT È STATO PROTAGONISTA di un altro grande appuntamento sportivo, questa volta dal vivo: la finale di Coppa Italia tra Milan e Bologna, vinta dai rossoblu. All'interno dello Stadio Olimpico, nella lounge Autorità è stato allestito un punto ALT di ristorazione. Un'opportunità per dare visibilità al brand e ai suoi prodotti in un contesto di prestigio. Sono stati oltre 1.000 gli ospiti, tra istituzioni, partner e sponsor, che hanno goduto del gusto delle proposte elaborate per l'occasione. Una parentesi di grande visibilità che ha consolidato, inoltre, la già robusta e costruttiva collaborazione tra Enilive e Lega calcistica di Serie A.





LA FINALE DI COPPA ITALIA A ROMA, IL GP DI F1 AD IMOLA E IL CONCORSO IPPICO DI PIAZZA DI SIENA, SEMPRE NELLA CAPITALE, SONO STATE OCCASIONI DI GRANDE VISIBILITÀ PER L'INSEGNA ALT.

TRADIZIONE E CHARME A PIAZZA DI SIENA

DAL 22 AL 25 MAGGIO, IL FOOD TRUCK SI È TRASFERITO nella capitale per accogliere gli oltre 62.000 spettatori del 92° Concorso Ippico Internazionale di Piazza di Siena, manifestazione dalla storia prestigiosa che si ripete con grande successo dalla prima edizione, organizzata nel 1926. Sono stati numerosi gli appassionati di equitazione e i curiosi che ogni giorno hanno deciso di gustare le tante proposte esclusive firmate da ALT Stazione del Gusto, all'interno del Galoppatoio di Villa Borghese. A completare la presenza, inoltre, un corner brandizzato nell'area commerciale ha rafforzato la presenza del marchio, trasformandosi in uno spazio dedicato alla promozione e alla distribuzione di gadget.







IL GUSTO AI BOX: ALT AL GP DI IMOLA

"UNO SPETTACOLO PER IL PALATO" recitava lo slogan che occupava un'intera fiancata del truck che, dal 16 al 18 maggio scorsi, ha stazionato nei pressi del Paddok del GP di Imola di Formula Uno - una classica del calendario della stagione automobilistica più prestigiosa del panorama internazionale - saziando gli appetiti dei tanti tifosi che hanno assiepato le tribune e le aree dell'autodromo. Inoltre, nel corso dello stesso appuntamento, un corner brandizzato ALT è stato allestito all'interno del Motorhome Alpine dove la bomba dolce ha regnato incontrastata in qualità di dessert ufficiale del Gran Premio, regalando parentesi di gusto inconfondibile in uno degli spazi più esclusivi del grande evento sportivo.





ESTATE, MUSICA E FOOD: ALT AI FESTIVAL

Il tour è poi proseguito lungo la costa adriatica, in occasione di due tappe dell'RDS Summer Festival: il 20 e 21 giugno a Rimini e il 27 e 28 giugno a Senigallia. Il pubblico giovane e vacanziero ha risposto con entusiasmo all'offerta del food truck ALT, dimostrando ancora una volta quanto il format sappia parlare linguaggi diversi – dal gourmet all'informalità – mantenendo coerenza e qualità. Infine, dal 3 al 7 luglio, il food truck ALT è stato protagonista anche a Videocittà a Roma, il festival dedicato alla visione e alla cultura digitale, dove ALT ha saputo interpretare al meglio un'esperienza gastronomica innovativa e contemporanea.







TANTISSIMI GIOVANI, E NON SOLO, HANNO ASSIEPATO GLI SPAZI INTORNO ALLO SCINTILLANTE TRUCK ALT CHE HA STAZIONATO A RIMINI E SENIGALLIA PER L'RDS SUMMER FESTIVAL.



E IL VIAGGIO CONTINUA...

IL VIAGGIO DI ALT STAZIONE DEL GUSTO non si ferma qui. Nuove tappe sono in programma nei prossimi mesi, per portare ancora una volta il gusto firmato Enilive e Niko Romito in eventi, città e situazioni sempre diverse. Il calendario aggiornato degli appuntamenti è disponibile sul sito ufficiale di ALT Stazione del Gusto.



CON ALT SI ESTENDE LA RETE DEL GUSTO "ON THE ROAD"

DI **GIANCARLO STROCCHIA**



Un nuovo store della catena nata dalla collaborazione tra Enilive e Accademia Niko Romito ha aperto a Cagliari

L'Italia vede moltiplicarsi le inconfondibili insegne rosse di ALT Stazione del Gusto. Stavolta la catena di ristorazione improntata alla qualità, sostenibilità e accessibilità, grazie all'alta perizia gastronomica di Accademia Niko Romito, è sbarcata in Sardegna. Dal 28 maggio scorso, infatti, in Viale Marconi 1, a Cagliari, è attivo il tredicesimo ristorante del nuovo format che ha rivoluzionato il concetto stesso di "food on the road" secondo una filosofia che coniuga sapori autentici, materie prime di qualità, piacevolezza degli ambienti e agevole accessibilità. E il viaggio non si ferma: importanti novità sono già in programma, perché l'ambizione di ALT è chiara — continuare a cambiare il volto della ristorazione in mobilità, una stazione del gusto alla volta.



FOOD COMPETENCE CENTER, QUALITÀ AL TOP PER TUTTA LA RETE

DI **GIANCARLO STROCCHIA**

Nata sulle orme del grande programma di formazione svolto lo scorso anno nella sede Eni di Villa Montecucco (Castel Gandolfo – Roma), la nuova struttura altamente specializzata e innovativa sosterrà, con interventi presso i singoli punti Enilive Café e attraverso canali

enilive

formativi digitali, il cammino di tutta la rete verso una qualità uniforme e totale

ABBIAMO SPESSO RACCONTATO, attraverso le pagine di questa pubblicazione, lo sforzo in termini di impegno di risorse personali ed economiche con cui Enilive sta perseguendo una strategia di diversificazione del business della distribuzione di carburanti anche attraverso un drastico ripensamento e rilancio dei formati e delle proposte food, prima fra tutte la rete di oltre 1.200 punti vendita Enilive Café in Europa. Oggi questo impegno si approfondisce ulteriormente attraverso la creazione del Food Competence Center, un nucleo di professionalità specializzate che si è assunto il compito di dare continuità, sul campo, al percorso di trasformazione che ha vissuto il suo varo ufficiale nel vasto programma di formazione realizzato lo scorso anno nella sede Eni di Villa Montecucco, a Castel Gandolfo. Nella località alle porte di Roma si è delineato il processo evolutivo che sta cambiando il volto della rete di caffetterie "targate" Enilive Café, attraverso alcuni principi guida che oggi caratterizzano l'offerta enogastronomica presente nelle Enilive Station: qualità delle materie prime, standard produttivi elevati e omogenei lungo tutta la rete, revisione della supply chain, ampliamento della occasioni di consumo, nuovi layout e allestimenti interni ed esterni all'insegna della distintività e della calda confortevolezza.

Un piano ambizioso che conferma la proverbiale intraprendenza e lungimiranza del marchio Eni e che rafforza il posizionamento della rete di Enilive Café in un mercato, come quello della ristorazione, in costante evoluzione. Oggi la nascita del Food Competence Center conferma la volontà dell'azienda di consolidare gli obiettivi raggiunti attraverso l'attività di una struttura altamente qualificata che, avvalendosi di strumenti innovativi e competenze specialistiche, interverrà per diffondere una cultura della qualità e sostenere il processo di cambiamento recandosi, quando necessario, presso gli stessi Enilive Cafè per supportare gli affiliati nella corretta elaborazione delle linee guida e di organizzazione del punto vendita.

Il principio fondamente del FCC si basa sull'offerta di un'attività formativa e di assistenza secondo uno standard di continuità e attraverso una gamma differenziata di approcci e canali di contatto e interazione con tutta la rete di affiliati. Il programma di interventi copre l'intera gamma di prestazioni e servizi che vengono erogati all'interno degli Enilive Cafè, dalla preparazione del caffè al corretto utilizzo delle attrezzature, dalla gestione delle cotture all'allestimento della postazione bar, fino alle tecniche di preparazione delle ricette dei panini. E ancora, si procederà alla verifica della corretta esposizione e presentazione dell'offerta per passare all'utilizzo delle materie prime nel rispetto delle ricettazioni, delle modalità di servizio e delle tecniche di preparazione. Si continua poi con l'identificazione di eventuali necessità di integrazioni o modifiche all'offerta F&B Enilive Café fino all'esame sul corretto utilizzo delle attrezzature. Un capitolo particolarmente approfondito e puntuale riguarderà il controllo e la verifica sulla sicurezza e l'igiene alimentare attraverso puntuali programmi di aggiornamento sull'applicazione del protocollo HACCP in base al Regolamento Europeo 852/2004 riguardante la manipolazione di alimenti e bevande.

Le sessioni formative e di supporto alla rete saranno molteplici e improntate alla massima flessibilità, così da venire incontro a tutte le possibili esigenze espresse dagli affiliati. Ai due canonici interventi formativi annuali per punto vendita o alle cinque sessioni annuali per i nuovi affiliati si aggiunge la possibilità di ricevere una formazione ad hoc, su richiesta, per casistiche specifiche e, parallelamente, anche attività di formazione con i fornitori. Il supporto del Food Competence Center non è limitato agli interventi in loco ma si avvarrà di tutti i canali online aziendali messi a disposizione degli affiliati, a partire dal portale MyEnistation attraverso il quale è già disponibile un ampio corredo di manualistica, costantemente aggiornata, e materiali video o tutorial relativi a preparazioni, ricette, strumenti per la formazione, pillole riassuntive e materiali gestionali.

I percorsi di supporto alla gestione dei singoli Enilive Café condotti dal Food Competence Center e le valutazioni che ne deriveranno avranno anche un risvolto motivante per ogni affiliato. Infatti, Enilive sta predisponendo un programma premiante e di incentivazione attraverso alcuni parametri che riguardano livelli di incremento percentuale delle vendite, allestimento delle vetrine e feedback dei clienti.

"Attraverso l'attività del Food Competence Center il nostro intento principale – ha rimarcato Mario Ferro, Head of Food Retail Services di Enilive - è quello di elevare il livello dei servizi food e, in generale, di rendere uniformi, lungo tutta la rete, gli standard di qualità e sicurezza sotto ogni punto di vista, dagli allestimenti alle materie prime fino ai formati e alle preparazioni. Vogliamo consolidare una cultura dell'eccellenza, intervenendo al fianco di tutti gli affiliati grazie ad una struttura capace di commisurare i propri interventi sulle singolari esigenze dei nostri partner, garantendo una modalità continuativa di supporto. Un riferimento importante per tutta la rete, che sa così di poter contare su un team di professionisti pronti ad offrire indicazioni e valutazioni mirate".

IL PRINCIPIO FONDAMENTE DEL FOOD COMPETENCE CENTER SI BASA SULL'OFFERTA DI UN'ATTIVITÀ FORMATIVA E DI ASSISTENZA SECONDO UNA GAMMA DIFFERENZIATA DI APPROCCI E CANALI DI CONTATTO E INTERAZIONE CON TUTTA LA RETE DI AFFILIATI.

ALL'ENILIVE CAFÉ UNA PAUSA PRANZO ANCORA PIÙ RICCA

Si amplia l'offerta di primi piatti pronti e semi lavorati, per la preparazione di nuove referenze pensate da Accademia Niko Romito per arricchire la già articolata offerta di menù destinata al momento del pranzo negli Enilive Café

DI **GIANCARLO STROCCHIA**







L'ITALIA È LA PATRIA INCONTRASTATA dell'arte gastronomica. La nostra è una tradizione che fonda le proprie radici nell'eredità di ogni singola regione e che vanta numerose varianti, tutte connotate da ingredienti di qualità e una sapiente abilità popolare. Una rinomanza che torna, secondo modalità e caratteristiche più moderne, funzionali e premium, nella nuova offerta di piatti pronti firmata dall'Accademia Niko Romito per Enilive Café. "La nostre alternative per soddisfare le richieste dedicate al momento del pranzo erano già articolate e ricche – ha dichiarato Giovanni Vincitore, Responsabile Food Retail Services Eni Café, Emporium and Convenience Stores Development - ma abbiamo pensato che dovessimo rafforzare ulteriormente il profilo della ristorazione dei nostri Enilive Cafè incrementando l'offerta, e per questo abbiamo deciso di ricorrere alla già attiva e fortunata collaborazione con l'Accademia di uno degli chef italiani più rinomati, e stellati, come Niko Romito, che ha ricettato per noi alcuni piatti espressi di grande valore".

Tante nuove referenze e preparazioni improntate a gusto e sapore: 28 nuove monoporzioni e 23 multi porzione tra primi, secondi piatti e contorni, 8 sughi da utilizzare con 19 varianti di pasta compongono una molteplicità di proposte per soddisfare ogni palato e regalare un momento di autentica bontà, nell'assoluto rispetto della qualità. "Con la recente introduzione di questa nuova gamma di piatti pronti – ha spiegato Vincitore – procediamo alla copertura di un segmento di consumo che non sia legato esclusivamente all'ambito della caffetteria e dove presentiamo ancora margini di crescita. Infatti, per quanto riguarda l'offerta di snack e panini possiamo dire di aver raggiunto la piena maturità anche in termini di omogeneità e standardizzazione su tutto il territorio nazionale, mentre sul fronte del light lunch, che presenta un profilo operativo più complesso, stiamo procedendo verso ulteriori step di miglioramento che ci garantiscano l'acquisizione di nuove fasce di clientela".



A sostenere questo importante sviluppo dell'offerta di piatti pronti arriva un nuovo partner gastronomico per Enilive, Soul-k, un'azienda leader nel settore della ristorazione innovativa, specializzata nella produzione di piatti di alta qualità. L'azienda si caratterizza per un uso di materie prime di prima scelta, controllate in ogni fase produttiva e che non preveda l'adozione di conservanti, additivi, emulsionanti o ingredienti artificiali. Soul-k lavora ogni ingrediente con la cura di una cucina artigianale, con tecnologie di precisione all'avanguardia che consentono di trattare i prodotti secondo un percorso personalizzato, con una cottura rapida che ne rispetti tutto il gusto e le caratteristiche organolettiche.

Il confezionamento avviene utilizzando vaschette o sacchetti sottovuoto per proteggere e conservare il prodotto senza bisogno di conservanti e attraverso un processo di abbattimento a -20° così che il cibo rimane buono, sicuro e pronto da usare. Una modalità di preparazione che assicura una qualità costante, e che permette a ogni Enilive Café di offrire un'ampia gamma di piatti anche nel caso in cui il punto vendita non fosse dotato di una cucina completamente attrezzata o del personale dedicato. La proposta dei piatti pronti si integra ulteriormente con l'offerta di basi per pizze e focacce che, dopo il rinvenimento in punto vendita, possono essere condite e tagliate per essere messe in esposizione.





"La nuova offerta di piatti pronti si caratterizza per un livello qualitativo e per un valore eno-gastronomico che nulla ha da invidiare alle referenze proposte da esercizi di ristorazione più tradizionali – tiene a sottolineare Giovanni Vincitore – e l'impegno profuso da Enilive, anche attraverso la partnership con Accademia Niko Romito, è finalizzato a far percepire questa peculiarità. È straordinario il fatto che questo possa avvenire su ampia scala grazie alle tecniche di conservazione e rinvenimento consentite dalla tecnologia e la competenza di Soul-k che assicurano freschezza, sicurezza e gustosità dei piatti. Le monoporzioni, inoltre, rappresentano una soluzione pratica che consente un migliore controllo delle scorte e una sensibile riduzione degli sprechi alimentari".





Su queste nuove proposte, e sulle modalità di preparazione, Enilive ha organizzato quattro sessioni formative online che hanno coinvolto direttamente l'azienda, l'Accademia Niko Romito e il partner Soul-k che, ad oggi, ha interessato 150 persone tra affiliati e personale interno. Gli aggiornamenti hanno preso in considerazione anche un fattore che non va mai trascutato, ovvero la cura e la «pulizia» dell'impiattamento. A fondamentale supporto dell'operazione di introduzione delle nuove referenze è stata elaborata una strategia di comunicazione che prevede la produzione e distribuzione di materiale informativo, sia digitale che cartaceo, presso i punti vendita, promozione consumer a supporto e analisi continua delle vendite per affinare l'offerta in base alle preferenze dei clienti.

"CON L'INTRODUZIONE DEI NUOVI PIATTI PRONTI – HA SPIEGATO GIOVANNI VINCITORE (FOTO IN ALTO A SINISTRA) – PROCEDIAMO ALLA COPERTURA DI UN SEGMENTO DI CONSUMO, NON LEGATO ALLA CAFFETTERIA, DOVE PRESENTIAMO ANCORA MARGINI DI CRESCITA".

LA MIGLIORE ACCOGLIENZA DEGLI ENILIVE CAFÉ

Offrire un ottimo caffè non basta: sono tanti gli elementi sinergici che contribuiscono a rendere memorabile una sosta. Dalle testimonianze dei gestori Top Performer emerge chiaramente che la qualità va di pari passo con un'offerta in continua evoluzione, gli ambienti accoglienti e un rapporto autentico con il pubblico

MATTIA CADEO / PV 11740 – CAPRIOLO (BRESCIA)

IMPEGNO E IMPARARE A DELEGARE SONO LA FORZA

PRIMA IL NONNO, POI I GENITORI: Mattia Cadeo sa bene cosa vuole dire fare il mestiere del gestore grazie alla sua famiglia. Conosce bene quanti sacrifici richieda un'attività propria, ma anche le tante soddisfazioni che porta. Mattia ha iniziato lavorando sul loro impianto, poi, dopo la laurea in ingegneria, ha deciso di prendere in gestione un punto vendita a marchio Enilive, un progetto tutto suo che porta avanti con passione e visione da dicembre del 2024. Mattia ha solo ventitré anni, ma non nasconde la sua determinazione, aspetto che porta tutti i giorni nel lavoro. L'Enilive Station si trova a Capriolo, in Franciacorta, e serve sia la clientela locale sia i tanti turisti che orbitano in quella zona. A causa di una precedente gestione non in linea con i suoi standard, appena l'attività è passata sotto la sua guida, Mattia ha impiegato circa un mese per ripulire e riorganizzare ogni cosa, riportando il punto vendita al livello che aveva immaginato. "Sono un po' perfettino su certe cose", ammette. Oltre all'Enilive Café, il punto vendita di Capriolo offre anche altri servizi, come il Telepass, l'autolavaggio e la possibilità di effettuare una piccola spesa. Il bar attualmente conta quattro dipendenti e, secondo Mattia, la chiave giusta per farlo funzionare è stata proprio dare fiducia al proprio team, rendendolo autonomo. Delegando, ha creato un clima di serenità e motivazione, rinunciando alla tentazione di una gestione centralizzata e totalizzante.

L'apertura è alle quattro e un quarto, alle cinque arrivano le ragazze del bar, mentre il servito sul piazzale parte dalle sette e trenta. L'età media del gruppo di Mattia è di ventitré anni, un impianto dunque giovane e gestito da giovani che non temono il lavoro duro. I suoi genitori lo avrebbero visto volentieri impegnato in un percorso più tradizionale e meno faticoso, ma Mattia cercava un'esperienza davvero sua e oggi si sente orgoglioso di aver messo in piedi un'attività bene avviata come quella di Capriolo. Ovviamente la vita può riservargli ancora tante sorprese ma, nel frattempo, continuerà a "lavorare a testa bassa e con pazienza". Cadeo è soddisfatto del suo lavoro e del rapporto che ha instaurato con l'azienda: una collaborazione solida che ha reso l'Enilive Café di Capriolo un punto di riferimento per residenti e turisti.



LUIGI DI FRANCESCO / PV 7364 - ROSETO DEGLI ABRUZZI (TERAMO)

LAVORARE COME UNA GRANDE FAMIGLIA

LUIGI DI FRANCESCO PRENDE in gestione l'impianto di Roseto degli Abruzzi nel 1992, insieme alla moglie e al fratello. Una struttura all'epoca già dotata del lavaggio e alla quale nel 2000 è stato aggiunto il bar. Un cambiamento importante, che ha comportato la ricerca di nuovi collaboratori e dove i successi e i traguardi non sono mai mancati. Il primo bar, il Baciocco, ebbe ottimi riscontri che aumentarono fin da subito e che hanno spinto Luigi e il fratello a chiedere un rinnovamento dei locali. Arrivò l'Eni Cafè (oggi Enilive Café).

Attualmente l'impianto della famiglia Di Francesco conta quattordici dipendenti più i due fratelli titolari. Del gruppo fanno parte anche le rispettive mogli e i figli. Lavorano dalle quattro e trenta del mattino fino a mezzanotte senza chiudere nemmeno un giorno. Roseto degli Abruzzi, con le sue frazioni, conta circa venticinque mila abitanti: numeri importanti considerando la posizione strategica dell'impianto, situato sulla Statale 12 che collega l'entroterra alla costa adriatica. Durante i mesi estivi la clientela aumenta esponenzialmente, ma l'impianto, ci spiega Luigi, è grande e può accogliere tutti gli avventori. Solo il Cafè copre circa centoventicinque metri quadrati.

"Io sono figlio d'arte" racconta Luigi: i genitori, infatti, gestivano una stazione piccolina, poco distante dal distributore attuale, che divenne la loro principale attività nel 1992. Secondo Di Francesco diversi fattori hanno fatto la differenza e portato al successo del suo impianto. Prima di tutto la fisionomia del distributore che essendo dotato di un piazzale ampio, riesce a ospitare un numero importante di clienti contemporaneamente. Poi il bar, che con la sua struttura fatta di vetrate risulta molto attrattivo. Infine, il valore delle persone: alcuni dei suoi collaboratori lavorano con i Di Francesco addirittura da vent'anni. Accoglienza, sorrisi, disponibilità e velocità sono gli ingredienti giusti per costruire un'attività di successo. Non solo dal punto di vista dei risultati economici ma anche per creare un luogo in cui sia piacevole fermarsi. Naturalmente l'offerta dell'Enilive Cafè aiuta moltissimo: il suo assortimento e il continuo rinnovarsi della proposta attrae l'utente senza grossi sforzi. Poi c'è la sinergia con lo shop e gli altri servizi presenti sull'impianto. "Quando vieni da noi è impossibile andare via senza usufruire di una delle proposte" racconta.

Quando chiediamo a Luigi un consiglio che vorrebbe dare ai suoi colleghi per raggiungere simili traguardi, lui ci risponde: "Non ho consigli, ogni storia è a sé, ogni attività subisce l'influenza del luogo in cui si trova. Ma due cose non devono mai mancare: flessibilità e accoglienza". Per un lavoro costantemente a contatto con il pubblico, secondo Di Francesco, anche la pazienza è fondamentale. "Bisogna lavorare come una grande famiglia" questa è la sua filosofia "sia nel rapporto con i collaboratori che con i referenti dell'azienda. Serve dialogo, collaborazione e spirito costruttivo: è questo l'atteggiamento che fa crescere tutti".



LUIGI DI FRANCESCO CON IL FRATELLO DOMENICO. NELLA PAGINA ACCANTO MATTIA CADEO.

ROBERTO DI GIOIA / PV 6607 - SAN SALVO MARINA (CHIETI)

IMPARARE DALL'ESPERIENZA È FONDAMENTALE



TOP PERFORMER ENILIVE CAFÈ

ROBERTO DI GIOIA PRENDE in gestione l'impianto di San Salvo Marina nel 2023 e apre l'Enilive Cafè a luglio 2024. Roberto è un imprenditore esperto: gestisce già altre attività e viene da una famiglia con una lunga tradizione imprenditoriale. Nell'impianto di San Salvo è presente anche un'area shop e presto arriveranno le colonnine elettriche. Si tratta di un impianto di piccole dimensioni ma situato in una posizione strategica, su una strada statale tra l'Abruzzo e il Molise: un tratto intensamente frequentato dagli abitanti della zona, ma anche dalla clientela in transito, che da lì si dirige verso l'autostrada. Inoltre, la statale è anche il diretto accesso al centro turistico-balneare di San Salvo Marina, zona marittima della provincia di Chieti, che durante l'estate accoglie molti turisti, triplicando l'utenza dell'impianto. "Lavoro nel settore food and beverage da quando ho diciotto anni...Sono maestro barista e conosco molto bene il mondo della caffetteria" - racconta. Con queste premesse, Roberto considera l'arrivo dell'Enilive Café sul suo impianto una grande fortuna nell'ottica di ricostruzione della reputazione della sua attività che, con la precedente gestione, aveva subito un calo di fiducia da parte della clientela. In particolare, l'attuale offerta ideata da Enilive in collaborazione con l'Accademia Niko Romito, ha dato nuova linfa alla proposta food, rendendola più moderna, riconoscibile e apprezzata. L'esperienza pregressa di Di Gioia unita alla visione lungimirante di Enilive ha permesso al bar di crescere fin da subito in modo chiaro, coerente e senza incertezze. Di Gioia ha apprezzato in particolare il lavoro fatto dall'azienda sulla fidelizzazione dei clienti: carte e App si sono rivelati strumenti efficaci, soprattutto per attrarre la clientela più giovane. Secondo Di Gioia il valore aggiunto che il gestore può dare per far crescere l'impianto è lavorare in maniera organizzata e coerente con i propri collaboratori. "Demandare al personale è fondamentale, ma bisogna farlo con intelligenza, dando una serie di semplici regole che permettono a tutti, seguendole, di evitare problemi o intoppi. Il personale deve sempre sapere cosa fare, lavorando in un clima sereno e felice".

EUGENIA LA VACCA / PV 9125 – BITONTO (BARI)

IL CAMBIAMENTO COME CHIAVE DEL SUCCESSO

TOP PERFORMER ENILIVE CAFÈ

L'IMPIANTO DI EUGENIA si trova in una zona periferica di Bitonto, ma a solo circa un chilometro dalla Villa comunale, lungo la via che porta alla tangenziale di Bari e al mare. Una posizione strategica per l'utenza della cittadina, grazie alla vicinanza con il centro abitato. Eugenia è una gestrice storica: prima di lei sull'impianto hanno lavorato il nonno, poi suo padre e infine lei. Aperta nell'ottobre del 1967, la stazione è sempre stata un esempio di attività a conduzione familiare. Oltre al nonno, infatti, sulla stazione orbitavano anche i suoi sei figli, tra cui il padre di Eugenia. Nel 1972 l'impianto si arricchì del bar e dell'autolavaggio e da allora, fino al 2007, la gestione rimase in capo al padre di Eugenia. Lei è subentrata nel 1998, dopo il diploma, collaborando con il padre fino al 2007, anno della sua pensione e momento in cui l'azienda le ha proposto di subentrare.
Oggi Eugenia è la sola a gestire l'attività. Il lavoro alla stazione di servizio è impegnativo e richiede dedizione costante. Insieme a lei, lavorano otto collaboratori, quattro nell'Enilive Café, due sulla piazzola e due al lavaggio. L'Enilive Station di Bitonto, nonostante sia piccolina, offre alla sua clientela tutti i servizi necessari per una sosta non solo piacevole ma anche utile: bar, lavaggio, ricariche telefoniche, Telepass, Amazon locker.
Quando le chiediamo cosa ha imparato dal padre, lei ci risponde subito "gli strumenti del mestiere". Dalla contabilità alla gentilezza, dalla pulizia accurata all'attenzione al cliente. "Papà era un uomo tranquillo, riusciva a trovare una soluzione anche nei momenti più difficili e io questo approccio l'ho

NELLA PAGINA A FIANCO, ROBERTO (PRIMO A DESTRA) CON IL SUO TEAM: DA SINISTRA ALESSIO, ALESSANDRA, GRETA, SARKINA E ROSA. QUI SOTTO (A DESTRA): RAIMONDO PITTALIS, GESTORE DELL'IMPIANTO 4978, CON LE SUE ADDETTE ALL'ENILIVE CAFÈ, GIADA FIORINI E ALESSANDRA FORNACIARI. NELLA FOTO IN BASSO, DA SINISTRA ANTONIO RICATTI, MARIANNA PATIERNO, EUGENIA LA VACCA GESTRICE DELL'IMPIANTO 9125 DI BITONTO, MARIO CORALLO, MARIKA LAUDADIO, ANTONELLA RUGGIERO E LUCA COLAMOREA.

RAIMONDO PITTALIS / PV 4978 - SCARLINO (GROSSETO)

UNA SQUADRA VINCENTE NASCE DALLE SCELTE PERSONALI



TOP PERFORMER ENILIVE CAFÈ

TRA LIVORNO E GROSSETO, esattamente a Scarlino, è presente l'impianto di Raimondo Pittalis, un'attività avviata nel 1999. Prima su un altro distributore, poi su quello attuale, Raimondo è un gestore storico: partito con marchio Agip, oggi gestisce una stazione a marchio Enilive. Sull'impianto lavora con un gruppo consolidato: la sorella - che è anche la sua socia - il nipote, e tre collaboratori. Oltre all'Enilive Café, sull'impianto sono state installate recentemente sei colonnine elettriche ultraveloci, ma non mancano ovviamente anche tutti gli altri servizi che sinergicamente fanno parte dell'attuale visione di Enilive. Raimondo ha vissuto in prima persona il cambiamento dei brand e della mission dell'azienda e, come tanti colleghi, anche lui ha capito l'importanza di saper cambiare, di adattarsi ed evolvere.
La sua strategia di successo si basa su due elementi: allinearsi all'azienda e coinvolgere attivamente i collaboratori nella gestione quotidiana dell'impianto. "Le ragazze del bar" conoscono perfettamente l'offerta e lavorano consapevolmente verso obiettivi condivisi. Per questo, Raimondo seleziona il suo personale in modo accurato: cerca persone capaci di cogliere il senso di appartenenza all'azienda e in grado di lavorare in autonomia una volta formate.
L'impianto si trova su una superstrada che porta al Porto di Piombino, dunque, durante l'estate l'affluenza dei turisti sul piazzale aumenta, mentre durante il resto dell'anno prevale un'utenza di passaggio. Gli stranieri, ci racconta Pittalis, si muovono spesso con auto elettriche e quando giungono presso la sua Enilive Station si fermano volentieri anche all'Enilive Cafè, in attesa della ricarica delle auto. Raimondo dice di essere una persona testarda e che questo lato del suo carattere lo ha aiutato moltissimo nel portare avanti l'attività negli anni.
L'attenzione al cliente – dice Raimondo – è un aspetto fondamentale di ogni buona gestione. Non basta dedicare tante ore lavorative alla propria attività, occorre anche impegnarsi in quello che si fa e cercare di migliorare continuamente. Raimondo definisce il suo gruppo come una squadra in cui ognuno ha il suo ruolo ben definito e valorizzato. Pittalis crede fortemente nella direzione intrapresa dall'azienda. "Tra qualche anno vedremo sicuramente risultati ancora più importanti".



appreso da lui". Lei ha aggiunto il suo contributo stando al passo con i tempi, in un mestiere che ormai gli scorreva nelle vene. Ha introdotto l'orario continuato, ha iniziato ad aprire anche la domenica e i festivi, consapevole che garantire la continuità al cliente fosse la strategia giusta. Ha incrementato il personale per migliorare la velocità e per aggiungere servizi che prima non offriva, come il pagamento delle bollette. L'Eni Café (oggi Enilive Café), è arrivato nel 2013 sostituendo quello che per tanti anni era stato un semplice bar senza brand. Eugenia ritiene che la recente scelta dell'azienda di rinnovare l'offerta e di ammodernare i locali, abbia ulteriormente attratto nuovi avventori nel suo bar. "La novità suscita sempre curiosità" osserva. Non solo da parte dei clienti che non lo conoscevano, ma anche tra gli affiliati stessi che hanno la sensazione di frequentare un luogo che non è fermo, ma si rinnova continuamente. Tutta questa innovazione si è accompagnata ai corsi di formazione dedicati agli affiliati degli Enilive Café, che a suo parere sono stati illuminanti per comprendere il moderno approccio e la filosofia che sta dietro alla proposta dell'Accademia Niko Romito. "Per fare bene bisogna sempre essere aggiornati ed evitare di fossilizzarsi: la chiave del successo sta nel cambiamento".

I GESTORI CHE SALVANO LA BOLLETTA

Da pochi mesi è possibile attivare contratti luce e gas Plenitude direttamente nelle Enilive Station. Proporre nuove attivazioni e sensibilizzare i clienti sui vantaggi è, per alcuni gestori, un modo concreto per fidelizzare e generare valore. Bastano un corner ben visibile e un approccio proattivo per trasformare una semplice sosta in un'opportunità

LUCA PIERI / PV 14735 – FIRENZE

TOP PERFORMER PLENITUDE

LA DIFFERENZA LA FANNO PRESENZA E DISPONIBILITÀ

L'IMPIANTO DI BORGO SAN LORENZO a Firenze è stato aperto dal padre di Luca Pieri nel 1992 insieme a un socio, quando il ragazzo aveva appena due anni. Poi quel bambino è cresciuto e nel 2012 ha preso le redini dell'attività del padre, rilanciandola con uno spirito imprenditoriale tutto suo. Oggi i genitori di Luca sono in pensione, ma come ci racconta, continuano a supportarlo nelle tante mansioni correlate alle attività quotidiane che richiede la gestione della Enilive Station. Dal padre, Luca ha appreso i segreti del mestiere "Dalla gestione clienti alla contabilità, fino al cambio dell'olio... Con i tempi giusti, facendomi sbattere la testa". Luca, ha saputo rinnovare l'attività, portare nuova clientela e investire su servizi extra-carburante, come l'autolavaggio. Il passaggio generazionale è avvenuto in maniera molto naturale, con la consapevolezza condivisa che le nuove sfide – come la fatturazione elettronica e la digitalizzazione – richiedessero una nuova energia.

L'Enilive Station di Borgo San Lorenzo ha una clientela mista: abituale durante l'anno, e di passaggio durante i mesi primaverili ed estivi, grazie alla vicinanza con l'Autodromo del Mugello. Dal 2021 l'attività di Luca si è ampliata con la gestione di un secondo impianto a circa trecento metri di distanza dal primo, sempre a marchio Enilive. Una nuova sfida che ha accolto con grande determinazione e consapevolezza, conoscendo i sacrifici necessari per la gestione.

A partire dal 30 maggio nel suo impianto è arrivato anche il servizio Plenitude, – una nuova e concreta opportunità per i gestori, che consente di proporre offerte personalizzate ai clienti, effettuare confronti sulle bollette e sottoscrivere nuovi contratti luce e gas in pochi minuti. Luca, come tanti suoi colleghi, ha affrontato questo impegno come una sfida e un'occasione. All'interno della sua Enilive Station, ha previsto un corner Telepass che sfrutta anche per introdurre la proposta Plenitude ai clienti. "È un momento meno frenetico in cui le persone sono più disponibili ad ascoltare e a valutare", ci dice Luca. Plenitude è diventata per lui una leva strategica per aumentare la fidelizzazione e offrire un servizio in più, trasformando il punto vendita in un vero e proprio hub di servizi utili. "Non è facile... ma la presenza fa la differenza" dice, sottolineando quanto conti essere sul piazzale, disponibili, pronti a cogliere ogni occasione di contatto.

Luca, che ormai potrebbe insegnare lui stesso "i segreti del mestiere", è convinto che per fare bene servano presenza, empatia e professionalità. "Il sorriso non deve mai mancare, e i problemi personali si lasciano a casa. I clienti tornano volentieri da chi li accoglie con un volto amico".



LUCA PIERI FOTOGRAFATO NELLA SUA ENILIVE STATION DI BORGO SAN LORENZO.



GILBERTO QUINTO / PV 591 – TORINO

LA CURA DEL PARTICOLARE È VINCENTE

GILBERTO FA PARTE DEL MONDO Enilive da tre anni e da un anno gestisce l'impianto di Via Botticelli al centro di Torino. La sua è una famiglia di gestori: un mestiere che si tramanda dal nonno e che lui stesso porta avanti da ventidue anni. È approdato in Enilive, ci racconta, perché ha riconosciuto nel Cane a sei zampe una visione perfettamente allineata alla sua.

Il punto vendita 591 è stato il primo impianto rebrandizzato di Enilive, diventando protagonista di spot pubblicitari, reel su Instagram e Tik Tok. "È stata un'avventura", ci racconta Gilberto perché l'Enilive Station di via Botticelli ha subito una vera trasformazione e rivalutazione, non solo dal punto di vista estetico, ma anche da un punto di vista reputazionale. Confinando con un quartiere di Torino periferico, la stazione è stata al centro di un lavoro sinergico di rilancio e valorizzazione condotto da Gilberto in sinergia con i referenti Enilive. "Una sfida di cui siamo molto orgogliosi". Anche nei contesti più difficili si può fare un ottimo lavoro. "È questo il messaggio che vorrei trasmettere, in particolare ai miei colleghi", racconta Gilberto. "Non bisogna arrendersi mai, ma dare sempre il meglio perché così i risultati arrivano".

Enilive Cafè, Lavaggio, AdBlue e Metano, oltre ai carburanti tradizionali, sono i servizi principali che vengo proposti in via Botticelli, dove Gilberto e la moglie lavorano insieme con il grande supporto di otto collaboratori. Tra questi, uno è dedicato esclusivamente ai servizi che richiedono più tempo e attenzione, come la nuova proposta Plenitude. Il collaboratore di Quinto è una figura essenziale per intercettare i clienti incuriositi da un cambio di contratto o da un'offerta luce e gas. Nonostante la maggior parte dei clienti arrivino sul piazzale solo per una sosta rifornimento, l'offerta Plenitude viene presentata a tutti. Se l'utente è interessato, viene preso in carica dal collega preposto. "Plenitude sta facendo un ottimo lavoro, quasi sempre riusciamo a proporre soluzioni più vantaggiose", tutto questo avviene con bollette alla mano, inquadrando un QR code che permette al gestore di visualizzare la situazione del cliente e offrirgli la soluzione più adatta alle sue esigenze. La strategia giusta, secondo Gilberto, è quella di fare ponte tra la conoscenza della clientela e il servizio, come dei "garanti". "Questo è un momento storico molto particolare, la gente tende a non fidarsi perché spaventata dalle possibili truffe". Per Gilberto, il valore aggiunto che lui ha portato nel suo lavoro, dopo tanti anni di esperienza, è stata la cura del particolare. Ci sono dettagli che il cliente vede e che potrebbero sfuggire ad un occhio disattento. Proprio su questi aspetti Gilberto porta la sua attenzione. "Per esempio la pulizia dell'erogatore oppure la cura del bar". Il particolare fa sempre la differenza.

STEFANO ROSELLI / PV 2838 – VARESE

UN BUON FEELING CON LA CLIENTELA NON DEVE MANCARE

STEFANO E IL FRATELLO MASSIMO sono partiti da zero. Entrambi diplomati in ragioneria, venticinque anni fa hanno deciso di mettersi in società e di prendere in gestione l'impianto di Varese, che tuttora conducono con successo. Con sei dipendenti il lavoro si divide tra il piazzale, l'autolavaggio e uno shop dove forniscono accessori per auto e non solo.

La maggior parte della clientela dell'impianto è abituale, ma c'è anche una quota significativa di utenza di passaggio, in particolare durante i mesi estivi, grazie alla posizione strategica dell'impianto, vicino al Lago Maggiore, al Lago di Como e alla Svizzera.

L'Enilive Station dei fratelli Reselli è anche Telepass Point, per il quale hanno allestito un corner dedicato, con materiale di comunicazione ben visibile, così da attirare l'attenzione dei clienti e facilitare la proposta del servizio. Ma la vera novità di questi ultimi mesi è stata l'introduzione del servizio Plenitude, che i due gestori hanno saputo valorizzare al meglio. La promozione è avvenuta sia esternamente che internamente al negozio, dove i fratelli con il personale informano la clientela che presso il loro punto vendita è possibile sottoscrivere i contratti luce e gas in loco. Il momento del pagamento di altri servizi è il più favorevole per proporre ai clienti le offerte Plenitude perché il cliente ha il tempo di leggere e di approfondire, se lo desidera. Poi, se torna con le bollette alla mano, "in dieci minuti facciamo un nuovo contratto Plenitude". Con questa formula l'impianto di Varese 2838 ha raggiunto ottimi risultati già in poco meno di due mesi. Un'opportunità concreta anche dal punto di vista economico, che ha generato un flusso aggiuntivo di entrate e fidelizzazione della clientela. "Abbiamo sempre avuto la mente e aperta a ogni tipo di novità" è questa la carta vincente dei fratelli Reselli. In tempi di Covid, ad esempio, hanno introdotto la sanificazione delle auto con l'ozono, oggi, invece, si sono distinti per l'approccio proattivo alla proposta Plenitude. Dalla voce di Stefano si percepisce una forte determinazione e, parlando sempre al plurale, emerge chiaramente il loro spirito di squadra. Approcciare al lavoro sempre in maniera innovativa, questa è stata la chiave. Gestiscono la clientela in maniera proattiva, proponendo loro in prima persona i servizi che il distributore può offrire.

Quando chiediamo a Stefano cosa secondo lui non deve mai mancare in questo mestiere, lui ci risponde senza esitazioni: "Il dialogo con la clientela". "Noi abbiamo tanti clienti storici, abituali. Le persone sanno che da noi trovano un ambiente familiare che li accoglie". Attraverso il feeling con le persone si raggiungono i risultati migliori.



QUI SOPRA, STEFANO ROSELLI CON IL FRATELLO MASSIMO. NELLA FOTO A SINISTRA, GILBERTO QUINTO E SUA MOGLIE SARA.



ENILIVE STATION: IL FUTURO È GIÀ QUI

DI **SERENA SABINO**

Le stazioni di servizio Enilive sono diventate hub multiservice: più servizi, nuovi clienti e un ruolo sempre più centrale per i gestori

LE ENILIVE STATION stanno vivendo una fase di evoluzione senza precedenti: da semplici luoghi di rifornimento a veri e propri hub multiservizio in grado di intercettare nuove fasce di clientela e generare un flusso crescente di opportunità. L'offerta è sempre più completa, con soluzioni energetiche integrate per i veicoli e una gamma in costante ampliamento di servizi alla persona.

L'ultima novità, in ordine di tempo, è l'accordo con Plenitude che consente ai clienti di attivare contratti di luce e gas direttamente in stazione. Si tratta di una novità che amplia le opportunità commerciali, consentendo ai clienti delle Enilive Station di attivare forniture residenziali o business approfittando di vantaggi dedicati. Oggi sono 92 gli impianti coinvolti su tutto il territorio nazionale, ma l'obiettivo è di arrivare a 175 entro la fine dell'anno. Le offerte si svilupperanno in più fasi e andranno verso un'integrazione sempre maggiore tra i diversi prodotti energetici. Nella prima fase, attiva fino a settembre, i nuovi clienti che sottoscrivono l'opzione residenziale Sempre più luce e/o gas di Plenitude presso le Enilive Station aderenti, beneficiano di una carta prepagata da 50 euro sulle bollette. L'importo si raddoppia, arrivando a 100 euro, per chi attiva entrambe le forniture (luce e gas). Sia per loro sia per i clienti business sono previsti, inoltre, 20 euro di sconto in bolletta qualora aderiscano al programma di loyalty "Più insieme" entro due mesi. Nella seconda fase, che partirà dopo l'estate, ci saranno invece nuovi vantaggi su carburante e food.

Accanto ai servizi energetici, continua a crescere la mobilità condivisa grazie ai nuovi Enjoy Point, che permettono ai clienti di ritirare e riconsegnare le auto Enjoy direttamente in stazione. Questa integrazione rende le Enilive Station un punto strategico per chi si sposta, aumentando le occasioni di contatto e fidelizzazione.

Un altro pilastro dell'ecosistema è la collaborazione con Telepass: circa 500 stazioni offrono oggi il servizio di consegna dispositivi e assistenza clienti.



Si tratta di un'attività che risponde alla domanda crescente di servizi per la mobilità e contribuisce ad arricchire l'offerta in stazione, creando nuove occasioni di relazione e valorizzazione del presidio.

Prosegue anche l'espansione dei servizi di logistica di prossimità: i locker di Amazon, InPost e Poste, già presenti in 1.400 stazioni, sono destinati a quadruplicarsi nei prossimi mesi. Più di 7 milioni di clienti di e-commerce visitano ogni anno la rete per ritirare le spedizioni, generando un flusso di traffico che può essere valorizzato con promozioni dedicate, sconti sui prodotti di shop e food, sull'autolavaggio o sul noleggio Enjoy.

Anche la gestione dei pagamenti e l'offerta business si evolvono: le nuove Multicard, recentemente rinnovate nella grafica e dotate di tecnologia EMV (Europay Mastercard Visa), garantiscono maggiore sicurezza e riducono i rischi di frode. Le Multicard e i buoni carburante Enilive contribuiscono a fidelizzare la clientela privata e a consolidare i rapporti con i clienti aziendali. Oggi circa metà della rete è attrezzata per offrire questi strumenti, con l'obiettivo di arrivare a una copertura quasi totale.

A completare l'offerta, le Enilive Station propongono una varietà di opzioni per la ristorazione grazie ad ALT Stazione del Gusto ed Enilive Cafè, dove i clienti possono gustare pasti e snack di qualità durante la loro sosta, e una esperienza di shopping che consente di fare una piccola spesa in modo semplice e comodo.

In questo scenario in evoluzione la strategia digitale gioca un ruolo sempre più importante. L'App Enilive si sta affermando come una piattaforma completa per gestire pagamenti, promozioni e servizi aggiuntivi, anche grazie a partnership di prestigio come quella con la Lega di Serie A, attiva dalla stagione 2024-2025 per tre anni.

Infine, anche gli spazi cambiano volto:



GRAZIE AL RECENTE ACCORDO CON PLENITUDE, I CLIENTI DELLE ENILIVE STATION POSSONO ATTIVARE FORNITURE RESIDENZIALI O BUSINESS DIRETTAMENTE IN STAZIONE APPROFITTANDO DI VANTAGGI DEDICATI.

il rebranding delle Enilive Station interessa l'intera struttura, dagli spazi esterni al restyling delle aree shop e food. Un intervento che rinnova l'immagine complessiva della rete, rendendola più riconoscibile, accogliente e in linea con l'evoluzione dei servizi offerti. Arredi rinnovati, assortimenti ampliati e ambienti più curati contribuiscono a migliorare la permanenza dei clienti e stimolare acquisti aggiuntivi.

Tutte queste innovazioni hanno un denominatore comune: offrire ai clienti soluzioni che semplificano la quotidianità e rendono l'esperienza in stazione sempre più completa e rilevante. Oggi più che mai, la capacità di integrare i servizi, accogliere i clienti con professionalità e proporre offerte personalizzate rappresenta un vantaggio competitivo decisivo. Le Enilive Station si preparano a diventare un punto di riferimento per la mobilità e i servizi del futuro: un ecosistema dinamico, dove ogni gestore ha a disposizione strumenti concreti per aumentare il valore della propria attività e consolidare il rapporto con una clientela sempre più ampia ed eterogenea.



ENJOY

LA ROSSA A SEI ZAMPE CHE CONTINUA A SORPRENDERE

DI **LUIGIA IERACE**

Scegli il modello che fa per te, sulla base di dove vai, quanto vuoi spendere o semplicemente cosa ti va di guidare oggi. Poi sali a bordo e inizia la tua avventura in uno degli Enjoy Point diffusi in tutta Italia all'interno delle Enilive Station, e non solo

ENJOY, LA "ROSSA A SEI ZAMPE" per una mobilità semplice, accessibile e adatta a tutti, ma al tempo stesso sostenibile, flessibile e innovativa. Perché noleggiare un'auto con Enilive è un'esperienza che continua a sorprendere con il suo meccanismo tutto racchiuso in un'App, dalla partenza all'arrivo. E tutto questo è possibile non solo grazie a una rete di Enjoy point in continua crescita che copre l'intero territorio nazionale, ma anche a una flotta di mezzi che si è arricchita di nuovi modelli a prezzi su misura per una clientela sempre diversa.

Ma facciamo un passo indietro, quando il Cane a sei zampe si affacciava nel mondo del noleggio di autovetture e lo faceva con un'assoluta novità. Sono passati oltre 10 anni da quando l'iconica Fiat 500 rossa brandizzata Eni sbarcava prima a Milano, poi a Roma, Torino, Bologna e Firenze segnando l'avvio del suo car sharing con l'innovativa modalità "free floating". Una vera rivoluzione nel sistema della mobilità che permetteva di prelevare e rilasciare le auto in qualsiasi punto all'interno dell'area coperta dal servizio, senza essere vincolati a stazioni fisse.

Tanta strada è stata percorsa da allora. Ma quella di oggi è una Enjoy in continua trasformazione ed evoluzione, sempre più versatile e su misura con una flotta che si arricchisce di altri modelli (oltre duemila vetture) pensati per rispondere alle diverse esigenze dei clienti e per offrire allo stesso tempo tariffe accessibili e vantaggi per tutti e in linea con la nuova mobilità di Enilive.

STESSO SERVIZIO, PIÙ CHANCE

La qualità del servizio resta comunque la stessa: prenotazione via App in pochi secondi, nessun costo di iscrizione, assicurazione e carburante sempre inclusi. A cambiare, invece, è l'offerta che si traduce in un sempre più ampio ventaglio di scelta per il cliente prima di salire a bordo dell'auto giusta, adatta alle diverse esigenze di mobilità, ma anche al proprio budget. Per dirla in uno slogan: "La nuova Enjoy ha il modello che fa per te, in base a dove vai, a quanto vuoi spendere, o semplicemente a cosa ti va di guidare oggi".

TUTTO IN UN'APP

Per noleggiare l'auto, il meccanismo è, infatti, semplicissimo. Basta scaricare l'App Enjoy dagli store Android, iOS o Huawei e seguire il flusso on line, per potersi registrare e accedere alla sezione da cui inizia e termina il noleggio o, in alternativa, inserire

L'AUTO GIUSTA PER OGNI OCCASIONE

Nuovi veicoli rossi brandizzati Enjoy, si affiancano alle iconiche Fiat 500 rosse che hanno sempre caratterizzato il car sharing del Cane a sei zampe. Tra Enjoy Point e città Free Floating ad arricchire la flotta ci saranno le seguenti vetture:

- **Toyota Yaris** - *Ibrida perfetta per chi cerca efficienza senza rinunciare al comfort. Grazie alle sue dimensioni contenute, è ideale per muoversi agilmente in città, ma l'abitacolo ben organizzato e la guida fluida la rendono perfetta anche per gli spostamenti di medio raggio. Ottima per una mobilità pratica e versatile.*

- **Fiat 600** - *Compatta nelle dimensioni ma spaziosa all'interno, è la scelta ideale per chi cerca un'auto comoda e versatile. Grazie al suo abitacolo accogliente e al bagagliaio capiente, è perfetta per le famiglie, per chi viaggia con più bagagli o per chi si sposta verso le zone di vacanza.*

- **Fiat Pandina** - *Pratica e versatile, è l'auto ideale per gli spostamenti quotidiani e per chi ama la semplicità senza rinunciare all'affidabilità.*

- **Renault Clio** - *Compatta, agile e comoda, è perfetta per chi cerca un'esperienza di guida confortevole anche fuori città.*

- **Fiat Doblò** - *Ampio, pratico e facile da guidare, è la soluzione perfetta per chi ha bisogno di spazio in più. Ideale per piccoli traslochi, trasporto merci, attrezzature o materiali da lavoro, soprattutto per quelle attività occasionali in cui non si dispone di un mezzo proprio. Con Enjoy si può avere solo quando serve, senza costi di gestione o impegni a lungo termine.*





nell'App il numero di targa o il codice presente sul parabrezza della vettura che si vuole noleggiare.
Nello specifico, basta selezionare in alto "Enjoy Point" e fare clic sull'icona blu per ottenere maggiori informazioni e conoscere il numero di vetture disponibili. Una volta sbloccata la vettura, il noleggio viene interamente gestito dallo smartphone per terminare poi nello stesso Enjoy Point di partenza, dove sarà possibile visualizzare il riepilogo della spesa.

SI AMPLIA LA RETE

Attualmente in Italia sono 119 gli Enjoy Point attivi, ma l'obiettivo è portarli entro fine anno a 170 per poi arrivare a 400 nel 2027. Gli Enjoy Point sono le aree di parcheggio dedicate, in cui si possono individuare e prenotare i veicoli disponibili nel luogo più comodo in base alle proprie esigenze. Sono diffusi in tutta Italia all'interno delle Enilive Station, dei Parking, degli Enjoy Parking, dei parcheggi aeroportuali e delle stazioni ferroviarie, oltre agli stalli/parcheggi su suolo pubblico e privato.



AREE STRATEGICHE

E non mancano le novità. Per rispondere alle esigenze di quanti si spostano in treno è previsto l'allestimento di 20 nuovi Enjoy Point nei parcheggi FS Park delle stazioni ferroviarie (Genova, Bari, Napoli, Venezia Mestre), per offrire un servizio ancora più comodo e strategico a chi viaggia.
Anche nelle città dove fino ad oggi era attivo solo il Free Floating, saranno introdotti da fine luglio Enjoy Point dedicati al noleggio di veicoli cargo, ideali per traslochi e trasporti voluminosi. Le due modalità di noleggio, quindi, conviveranno nella stessa città.

IL RUOLO DEL GESTORE

Tutti gli Enjoy Point sono gestiti direttamente dai gestori delle Enilive Station, ai quali spetta un ruolo sempre più centrale nella valorizzazione del presidio del territorio e nel relazionarsi con la clientela, garantendo controllo, pulizia e operatività dei veicoli oltre al monitoraggio continuo del sistema. Professionalità e competenza del gestore consentono, infatti, di fare rete sul territorio attivando servizi di prossimità utili alla clientela.
Sono pronti al debutto nei prossimi mesi anche i primi Enjoy Point One-Way: all'interno di alcuni hub gestiti dallo stesso gestore, sarà possibile ritirare il veicolo in un punto e restituirlo in un altro, offrendo ai clienti ancora più flessibilità.

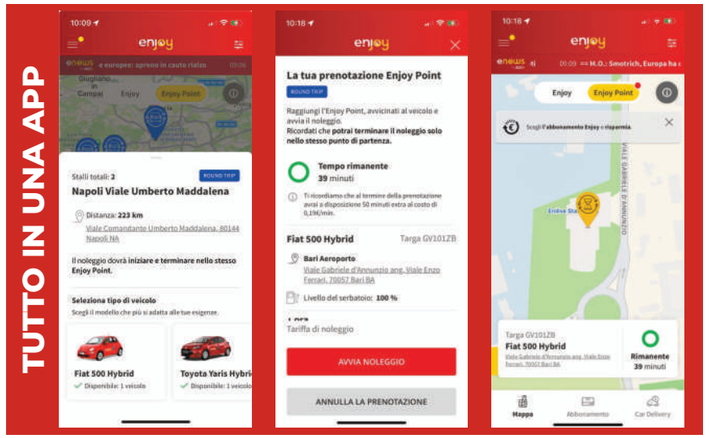
I NUMERI DI ENJOY

UTENTI ISCRITTI
OLTRE **1,7** MILIONI

VEICOLI ENJOY
2.600

COPERTURA
47 LOCALITÀ
119 ENJOY POINT IN ITALIA

NOLEGGI
OLTRE **30** MILIONI



OCCHIO ALLE TARIFFE

Una flotta più ampia e prezzi su misura. Ogni modello viene proposto con una tariffa differenziata, così da offrire maggiore trasparenza e consentire a ciascun utente di scegliere l'auto più adatta non solo alle proprie esigenze di mobilità, ma anche al proprio budget. In particolare, le tariffe, orarie o giornaliere, cambiano in relazione alla posizione e al periodo, in linea con il modello rent a car, e sono sempre all inclusive, e quindi comprensive di carburante, assicurazione, assistenza stradale e dei primi km di percorrenza (50 km per le tariffe orarie e 150km al giorno per le giornaliere).

I NUOVI MODELLI

La flotta sarà sempre costituita da veicoli rossi brandizzati Enjoy. Ma accanto alle iconiche Fiat 500 (ormai circa 2.000 vetture in flotta) che da sempre contraddistinguono il servizio, tra Enjoy Point e città Free Floating, saranno disponibili anche 290 Toyota Yaris, 400 Fiat 600, 300 Fiat Pandina, 300 Renault Clio e 100 Fiat Doblò. Che si cerchi una soluzione economica per un breve tragitto, un veicolo più spazioso per un weekend fuori porta, o un modello ibrido o elettrico per muoversi in modo sostenibile, Enjoy ha sempre l'auto giusta.

SERIE A ENILIVE 2024-25 I VERDETTI FINALI

DI **JACOPO SAVELLI**



Curiosità dati e record, del campionato appena concluso

SPETTACOLARE, EMOZIONANTE, conclusa sul filo di lana con l'assegnazione dello scudetto al Napoli all'ultima giornata di Campionato, la Serie A Enilive 2024-25 ha emesso i suoi verdetti inappellabili, lasciandosi alle spalle sogni, speranze e delusioni.

Ma prima di mandarla in archivio definitivamente vale la pena, a giochi fatti, mettere insieme un po' di dati, record, curiosità cominciando naturalmente dai campioni d'Italia.

Per conquistare il quarto scudetto dalla sua fondazione, al Napoli sono bastati 82 punti come accaduto soltanto in altre due occasioni nella storia della Serie A a 20 squadre: all'Inter nel 2010 e al Milan nel 2011. Mai nessuna squadra vincitrice del titolo in un torneo a 38 giornate, aveva invece segnato meno dei 59 gol messi a segno dagli azzurri; il minimo precedente apparteneva al Milan campione nel 2011 con 65 reti realizzate. D'altra parte, il Napoli ha costruito gran parte del suo successo su una difesa di ferro capace di chiudere ben 19 partite senza subire reti, un record nei maggiori cinque tornei europei nella stagione appena conclusa.

Ottimi anche i risultati a livello individuale: Antonio Conte è il primo allenatore dal 1930 a oggi a vincere tre scudetti con tre squadre diverse (a Fabio Capello sono stati tolti i titoli conquistati con la Juventus nel 2005 e 2006). Con quelli vinti alla Juventus e all'Inter, Conte ha raggiunto quota cinque scudetti che lo pone alle spalle solo di Trapattoni ed Allegri che nel proprio palmares ne hanno rispettivamente sette e sei. In tutte le cinque stagioni in cui ha conquistato il titolo, la sua squadra ha avuto la miglior difesa subendo in quattro di queste occasioni meno di 30 gol totali.

Scott McTominay è stato eletto MVP del campionato anche grazie ai 12 gol e ai 4 assist che lo hanno reso il centrocampista con più partecipazioni dirette alle reti della sua squadra; mentre Romelu Lukaku con 14 gol e 10 assist, è stato l'unico giocatore del torneo ad andare in doppia cifra nelle due classifiche.

Beffata da un finale amaro dopo essere stata in corsa per vincere quattro competizioni, l'Inter ha realizzato in stagione 114 gol stabilendo il proprio nuovo record davanti ai 113 realizzati nel 2019/20. Ennesima impresa invece per l'Atalanta che ha conquistato la quinta qualificazione in Champions League nelle ultime sette stagioni sempre con Gasperini in panchina: i bergamaschi hanno anche centrato i record di 13 vittorie in trasferta e del minor numero di reti subite, 37.

Con 25 gol realizzati Mateo Retegui ha superato in nerazzurro Filippo Inzaghi come miglior marcatore in un campionato di Serie A (24 nel 1996/97), laureandosi contestualmente capocannoniere del torneo. Retegui ha anche servito 8 assist piazzandosi tra quanti hanno segnato almeno venti gol nei principali cinque tornei europei, alle spalle solo di Salah e Marmoush e alla pari con Harry Kane.

Nella classifica marcatori alle sue spalle si è piazzato Moise Kean con 19 gol: era dal 2014 con Immobile e Toni che due italiani non arrivavano primo e secondo tra i goleador. Kean che ha anche servito tre assist, nelle sue sei stagioni precedenti aveva partecipato complessivamente a 23 gol, uno in più di quanto fatto nel 2024-25. Le sue reti hanno portato alla Fiorentina 17 punti; con 51 tiri nello specchio ha fatto meglio di qualunque altro calciatore nel torneo appena concluso.

Con 24 anni e 288 giorni di età media, la Juventus è stata seconda solo al Parma come squadra più giovane tra titolari e subentrati. La stagione dei bianconeri è stata condizionata dai pareggi: in Europa solo l'Osasuna in Spagna ne ha ottenuti lo stesso numero, 16. La Juve aveva fatto peggio solo nel 1956 quando ne aveva centrati 17. Molto peggiore di quella della Juventus la stagione del Milan che ha perso 16 partite in tutte le competizioni; i rossoneri avevano fatto peggio incassando 17 ko solo nel 1974, nel 1997 e nel 2014.

La Roma invece è la regina dell'anno solare con 49 punti conquistati sui 69 punti totali in classifica; nel 2025 solo il Barcellona (50) ha avuto un rendimento migliore dei giallorossi nei maggiori cinque tornei europei. Il 18 maggio 2025, Claudio Ranieri ha allenato per la 500ª volta in Serie A; tra il suo esordio e quella partita con il Milan, erano passati 34 anni e 251 giorni, margine di tempo mai raggiunto da altri tecnici in A. Evan Ndicka e il leccese Baschirotto sono gli unici due giocatori di movimento ad aver disputato ogni minuto del campionato, ovvero 3420. Il difensore della Roma primeggia anche nella classifica dei passaggi riusciti nella propria metà campo e nella percentuale di contrasti vinti tra chi ne ha effettuati almeno 30 (81% - 26/32). Il portiere della Roma Mile Svilar ha registrato la più alta percentuale di parate nella (77%) e ha condiviso con il napoletano Meret il dato di 16 partite senza subire reti.

Qualche ultima curiosità: il Como ha eguagliato la Lazio del 1973 come squadra neopromossa capace di vincere sei partite consecutive. Il Lecce si è salvato segnando solo 27 gol, nei campionati a 20 squadre solo il Torino era riuscito a fare altrettanto nel 2007. Non ce l'ha fatta invece l'Empoli tornato in B dopo quattro stagioni consecutive nella massima serie, cosa che ai toscani non era mai riuscita nella loro storia.

MIGLIORI MARCATORI ATALANTA	
RETEGUI (2025)	**25**
F. INZAGHI (1997)	**24**
ZAPATA (2019)	**23**
MURIEL (2021)	**22**
JEPPSON (1952)	**22**

EXPECTED GOALS AGAINST	
BAYERN MONACO	**26.0**
NAPOLI	**30.7**
PARIS ST-GERMAIN	**31.3**
ATLETICO MADRID	**33.6**
ARSENAL	**35.1**

CLEAN SHEET	
NAPOLI	**19**
JUVENTUS	**17**
ATLETICO MADRID	**17**
BAYERN MONACO	**16**
INTER	**16**
ROMA	**16**

ALLENATORI CON PIÚ SCUDETTI	
GIOVANNI TRAPATTONI	**7**
MASSIMILIANO ALLEGRI	**6**
ANTONIO CONTE	**5**
MARCELLO LIPPI	**5**
FABIO CAPELLO	**5**

TIRI EFFETTUATI	
INTER	**574**
MILAN	**563**
ATALANTA	**545**
LAZIO	**535**
ROMA	**521**



La nautica da diporto, con il suo fascino avventuroso, è stata spesso protagonista di bellissime campagne pubblicitarie di Eni, soprattutto a cavallo degli anni '60 e '70, che oggi si possono ritrovare sul sito dell'Archivio Storico del Gruppo, all'indirizzo archiviostorico.eni.com

A CURA DELL'**ARCHIVIO STORICO ENI**

ANDIAMO PER MARE!



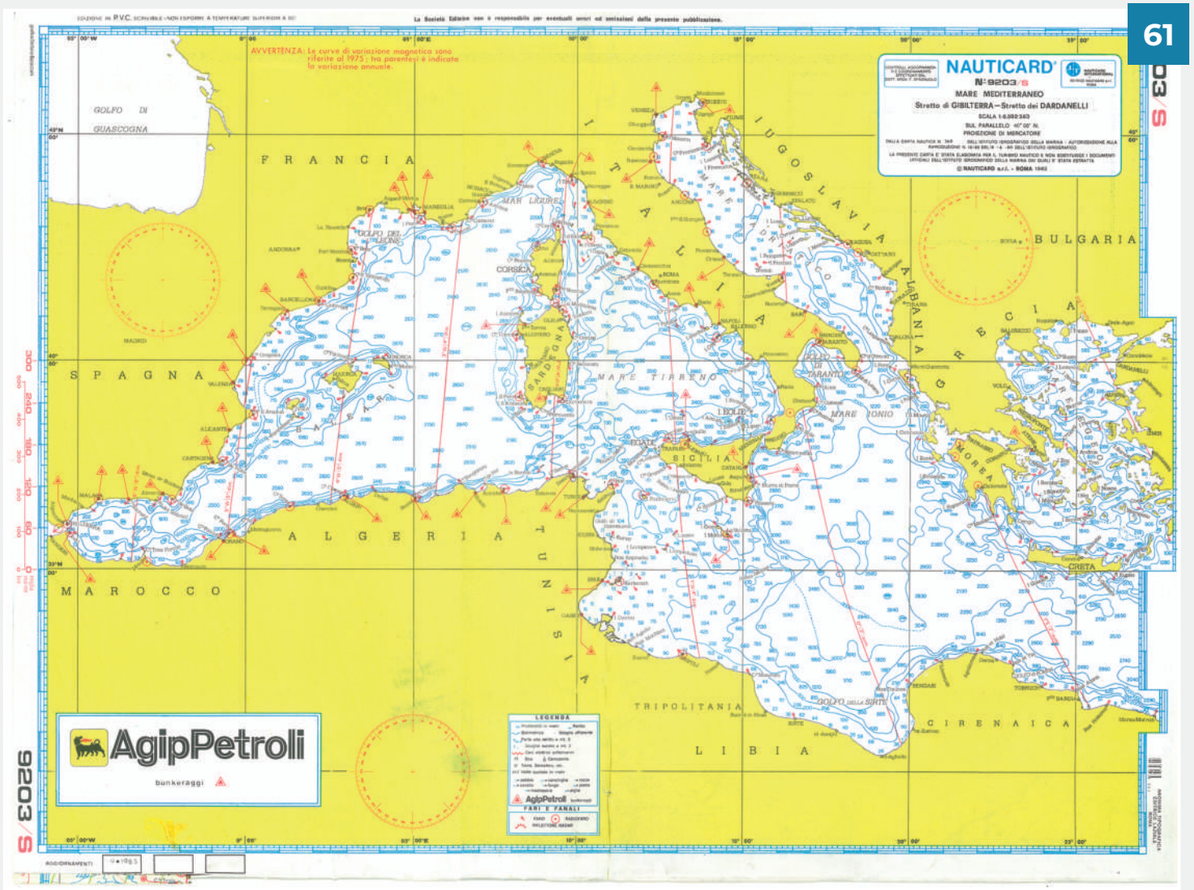
Estate...dolce far niente, momento di riposo assoluto. Sì ma non per tutti. Per alcuni l'estate, infatti, è tutt'altro che un momento di riposo, è piuttosto l'occasione per dedicarsi a tempo pieno alle attività più diverse. Tornei estenuanti di padel, sfidanti gite in bicicletta, trekking in montagna e, perché no?, impegnative regate in mare.

Quest'ultima attività, la nautica da diporto non è certamente un'attività per tutti, soprattutto non è proprio indicata per i deboli di stomaco che mal sopportano il movimento del mare.

Lo sviluppo della nautica da diporto, ha avuto un'accelerazione significativa con il boom del turismo di massa negli anni '60 e '70. Regolamentata inizialmente solo dal Codice della Navigazione, è con la legge dell'11 gennaio 1971 che per la prima volta viene riconosciuta la specificità del settore prevedendo norme dedicate che saranno poi aggiornate nel corso degli anni.

Eni dedica al mondo nautico bellissime campagne pubblicitarie (che vedete in questa pagina), ma anche filmati e articoli all'interno delle sue riviste aziendali. Sul sito dell'Archivio storico, archiviostorico.eni.com, è possibile vedere due filmati (Cinegiornali di proprietà dell'Archivio Luce), il I° rally motonautico Supercortemaggiore tenutosi a Chioggia nel 1963 e un estratto del filmato "Motel e stazioni di servizio" datato 1965, con un focus sul rifornimento nautico da diporto. Il crescente interesse del "pubblico" per questo settore spinge Eni a realizzare una cartina pensata apposta per gli appassionati, la Nauticard, di cui l'archivio ha ricevuto in donazione una copia del 1982 (quella che vedete in foto), con indicati i punti di rifornimento e assistenza nei mari d'Italia e in tutto il Mediterraneo, ma anche la profondità delle acque, la consistenza dei fondali, la presenza di relitti. Uno strumento necessario per tutti gli appassionati.

Buona navigazione!





SOPRA, LA NAUTICARD DEL 1982 E LA SUA LEGENDA. NELL'ALTRA PAGINA, A SINISTRA UNA CAMPAGNA PUBBLICITARIA DEL 1972, A DESTRA UNA DEL 1963. QUI A DESTRA, LA CAMPAGNA DEL 1976.



FISCO & AGEVOLAZIONI PER LE IMPRESE



a cura di **Francesco Brusco**

DICHIARAZIONI REDDITI 2025 E BONUS FISCALE



ESSENDO ORMAI ENTRATI NEL VIVO della campagna dichiarativa, appare utile rammentare le disposizioni agevolative che, anche per il 2025, prevedono sgravi fiscali per il gestore.
Quello che impropriamente viene definito "bonus fiscale", reso ormai strutturale da diversi anni, consiste in una deduzione forfetaria dall'utile conseguito dall'impresa determinabile ai sensi della legge n. 183 del 12.11.2011.
Tale agevolazione è stata introdotta per tenere conto dell'incidenza delle accise sul reddito di impresa degli esercenti impianti di distribuzione di carburante.
Infatti, il reddito stesso è ridotto, a titolo di deduzione forfetaria, di un importo pari alle seguenti percentuali.

LA MISURA DEL BONUS FISCALE

Nello specifico, si tratta di una deduzione forfetaria dal reddito di impresa di un importo pari alle seguenti percentuali dell'ammontare lordo dei ricavi:

ESERCENTI IMPIANTI DISTRIBUZIONE CARBURANTE

Calcolo deduzione forfetaria (D.L. 566/95 - art. 1 c. 129 L. 266/2005)

SCAGLIONI		DEDUZIONE SPETTANTE
Ricavi fino ad Euro	1.032.913,80	**1,1**%
fino a	2.065.827,60	**0,6**%
Oltre	2.065.827,60	**0,4**%

Nel dettaglio, la suddetta riduzione si applica alla base imponibile su cui calcolare le imposte (IRPEF/IRES) a saldo per l'anno 2024 generando di fatto un risparmio nel pagamento dell'importo finale. Nessuna riduzione ne consegue invece ai fini IRAP.

ESEMPIO 1			
Totale ricavi caratteristici*	**950.000,00**	10.450,00	ded. totale **10.450,00**
	950.000,00		
ESEMPIO 2			
Totale ricavi caratteristici*	**1.100.000,00**		
	1.032.913,80	11.362,05	
	67.086,20	402,52	ded. totale **11.764,57**
ESEMPIO 3			
Totale ricavi caratteristici*	**2.50.000,00**		
	1.032.913,80	11.362,05	
	1.032.913,80	6.197,48	
	434.172,40	1.736,69	ded. totale **19.296,22**

**esclusi quelli derivanti da attività accessorie quali gestione bar, officina, etc...*

La deduzione di cui si prevede di fruire nel 2025, può avere anche un impatto nella determinazione dell'acconto IRPEF/IRES 2025 con il metodo previsionale.
Infatti l'art. 34 comma 2 della L. 183/2011 afferma testualmente che "i soggetti interessati, nella determinazione dell'acconto dovuto per ciascun periodo di imposta, assumono quale imposta del periodo precedente quella che si sarebbe determinata senza tenere conto della deduzione forfetaria" di cui alla legge in questione.



Dalla formulazione della norma, appare chiaro che la stessa si applica esclusivamente in caso di adozione del metodo storico.
Pertanto, nell'ambito della determinazione degli acconti 2025, vale la pena verificare se risulta più conveniente applicare il metodo previsionale.

SCADENZARIO
AL 30 SETTEMBRE 2025

LUGLIO

MERCOLEDÌ 30	IVA - versamento IVA a saldo risultante dalla dichiarazione annuale relativa al 2024, applicando il 0,4% alla somma dovuta
	RIVALUTAZIONE BENI D'IMPRESA - versamento III° Rata dell'imposta sostitutiva dei beni d'impresa
	ISA - versamento IVA derivante dai maggiori ricavi/compensi dichiarati nel modello, con maggiorazione dello 0,4%
	REDDITI - Versamento con maggiorazione dello 0,4 % imposte risultanti dalla dichiarazione delle Persone Fisiche/Società di Persone periodo d'imposta 2024 (saldo 2024 e I rata acconto 2025) • imposte risultanti dalla dichiarazione dei soggetti IRES con esercizio coincidente con l'anno solare e approvazione bilancio nei termini ordinari (saldo 2024 e I rata acconto 2025); • diritto camerale annuale • imposte sostitutive: cedolare secca, IVIE, IVAFE, ecc. • saldo 2024 e I rata acconto 2025 dei contributi IVS artigiani e commercianti sul reddito eccedente il minimale • saldo 2024 e I rata acconto previdenziale 2025 per i professionisti iscritti alla gestione separata INPS
	IRAP - Versamento dell'IRAP (saldo 2024 e I acconto 2025)
GIOVEDÌ 31	IVA - Richiesta IVA a credito II Trimestre 2025
	UNIEMENS - Denuncia telematica delle retribuzioni e dei contributi INPS di precedente
	REDDITI - Versamento imposte sui redditi per le società che approvano il Bilancio a 180 giorni
	LIBRO UNICO - Registrazioni relative al mese precedente

AGOSTO

VENERDÌ 1	DECORRENZA PERIODO DI SOSPENSIONE FERIALE DEI TERMINI PROCESSUALI
MERCOLEDÌ 20	IVA - Liquidazione e versamento Iva mensile mese precedente
	SOSTITUTI D'IMPOSTA - Versamento ritenute mese precedente
	INPS - Versamento contributi dipendenti e gestione separata mese precedente
	AUTOLIQUIDAZIONE INAIL - Versamento III Rata
	ADDIZIONALI - versamento addizionali regionali/comunale su redditi da lavoro dipenedente (giu 2025)
	Contributi IVS ARTIGIANI E COMMERCIANTI - Versamento II quota fissa 2025
LUNEDÌ 25	INTRASTAT - Presentazione modello INTRA mensile
DOMENICA 31	TERMINE DEL PERIODO DI SOSPENSIONE FERIALE DEI TERMINI PROCESSUALI

SETTEMBRE

LUNEDÌ 1	UNIEMENS - Denuncia telematica delle retribuzioni e dei contributi INPS di precedente
	LIBRO UNICO - Registrazioni relative al mese precedente
	REDDITI - Versamento imposte sui redditi con maggiorazione del 0,4%
MERCOLEDÌ 10	FATTURE ELETTRONICHE - Versamento imposta di bollo
MARTEDÌ 16	IVA - Liquidazione e versamento Iva mensile mese precedente
	IVA - Fatturazione differita mese precedente
	SOSTITUTI D'IMPOSTA - Versamento ritenute mese precedente
	INPS - Versamento contributi dipendenti e gestione separata mese precedente
	INPS - Versamento IV rata contributi fissi dei soggetti iscritti alla gestione Inps commercianti/artigiani.
GIOVEDÌ 25	INTRASTAT - Presentazione modello INTRA mensile
MARTEDÌ 30	IVA - Istanza di rimborso IVA
	LIBRO UNICO - Registrazioni relative al mese precedente
	INPS - Invio richiesta agevolazione contributi dei contribuenti in regime forfettario
	UNIEMENS - Denuncia telematica delle retribuzioni e dei contributi INPS di precedente
	COMUNICAZIONE LIQUIDAZIONE IVA - Invio dati II° trimestre

DA ENERGIE DIVERSE, UN'ENERGIA UNICA.



plenitude

eni

enilive

Con i servizi per la mobilità
di **Enilive** e le soluzioni energetiche
di **Plenitude,** nella famiglia **Eni** trovi tutta
l'energia di cui hai bisogno.

Scopri i vantaggi di far parte della famiglia Eni su eni.com