



Portato allo scoperto, proprio da [queste umili colonne](#) , il suo segreto (di Pulcinella), EnerCoop approfitta della cattedra messa a disposizione da Staffetta Quotidiana per impartire una lezione di alta imprenditoria a tutto il settore.

Con una [intervista a tratti esilarante](#) -Flaiano avrebbe detto "la situazione è grave, ma non è seria"- l'AD di Energy Group, Luca Rossi, veste i panni del visionario rivoluzionario e, prendendo a schiaffoni tutti quei grandi manager dell'industria petrolifera che si affannano a **SVENDERGLI "sotto il platts"**

i carburanti per fargli fare bella figura e affari d'oro, presenta al popolo incredulo la sua ultima creatura: l'impianto di seconda generazione.

Tacete e imparate.

La svolta -secondo l'ineffabile Rossi- è nella combinazione esplosiva, nel micidiale uno-due rappresentato, da una parte, dal mettere a disposizione del consumatore-cittadino-cliente una accogliente area relax rendendo il rifornimento una esperienza piacevole e, dall'altra, nell'investire in tecnologia e negli ultimi ritrovati della scienza di frontiera, quella "*fringe science*" , magari non ancora riconosciuta ufficialmente, ma che spalanca scenari sorprendenti e un futuro prima inimmaginabile.

Al centro dell'innovazione generazionale un apparecchio un po' strano, ma dotato di grande *appeal*

e che mette indiscutibilmente a proprio agio l'automobilista.

Rossi non lo svela completamente, forse per conservare un minimo di riservatezza a tanto sapere diffuso a piene mani, ma indiscrezioni azzardano che abbia già un nome, per quanto

provvisorio: macchinetta del self service.

Sì, certo. I soliti criticoni ad ogni costo, quelli che sanno tutto e si ricordano tutto loro, staranno già lì a bofonchiare, aggiustandosi la dentiera, che qualcuno aveva provato ad inserirne qualche esemplare già negli anni '60 (del secolo scorso).

Palafrenieri. Complottilisti che attentano alla modernizzazione del Paese. Nella migliore delle ipotesi, invidiosi.

Non vogliamo anticipare altro, per non compromettere la soddisfazione che il lettore, amante del genere, potrà trarre dallo scorrere direttamente il travolgente ritmo delle [risposte all'intervista](#) che illuminano mondi inesplorati.

Tuttavia, non resistiamo alla tentazione di sottolineare il signorile distacco ("*è una polemica nota* ") con il quale Rossi evita di abboccare alla provocazione che il giornalista sottilmente gli propone riguardo le "lamentele" dei gestori sui prezzi di approvvigionamento.

"Noi compriamo dalle compagnie petrolifere [ma va'?! , ndr]. E non compriamo a prezzi particolarmente diversi dalle medie di mercato [nessuno sa di quale mercato parli ma, si sa, loro sono "avanti", ndr]. In certe zone siamo più bravi, ma parliamo di millesimi [non vuole stravincere, l'umiltà non gli manca, ndr]."

"Il punto [tenetevi forte, ndr] è che mettiamo sul tavolo i nostri volumi [fatti con il prezzo, mica con l'amaca e l'ombrellino nel long drink , ndr] , ma il nostro punto di forza è l'efficienza, la gestione a valle. I nostri impianti sono pre pay [già la famosa macchinetta del self service, ndr] , hanno un'informatizzazione spinta, abbiamo una struttura di costo efficiente [a EnerCoop i carburanti si materializzano direttamente in cisterna con il teletrasporto che quest'altro anno sarà presentato in anteprima alla fiera di Oil&Nonoil, ndr]

. Tutti fattori che ci consentono di ottimizzare i costi. Gli impianti tradizionali hanno una serie di costi che noi non abbiamo

[ormai tanti anni fa' un antesignano della pompa bianca nel viterbese azzardò, con un microfono della televisione davanti, che loro praticavano prezzi più bassi perché avevano meno segretarie delle petrolifere, ndr]

:"

Eppure, ancora una volta, EnerCoop alla fine proprio non riesce a tacere la verità.

" Vista la competizione che c'è sul nostro territorio, oggi il cargo market non è competitivo ... Continueremo a lavorare con le compagnie petrolifere e abbiamo tutto l'interesse ad avere relazioni proficue ... se aumenteranno i prezzi sull'extrarete, a quel punto la possibilità di fare acquisti sul mercato internazionale può diventare interessante ."

Tradotto: finché le compagnie petrolifere si scannano per venderci i carburanti a prezzi tanto vantaggiosi rispetto al resto delle rete, siamo mica matti ad andare sul mercato internazionale.

Certo, detto così perde tutto il suo romanticismo. E non vale una intervista al nuovo genio dell'imprenditoria.

Evocare il sogno di mondi inesplorati e di salti generazionali è molto più poetico.

Non c'è poesia nel dover ammettere che acquistare prodotto sul mercato internazionale (*cargo market*

) espone all'alea di oscillazioni di prezzo tra l'acquisto e lo stoccaggio e dei tassi di cambio, oltretutto a sopportare i costi delle scorte d'obbligo, del trasporto, ecc.

Tutti "oneri di sistema" oggi scaricati interamente ed esclusivamente sulla rete di "marchio", vale a dire alla fin fine sulle condizioni imposte ai Gestori, da una industria che, al contrario, mette a disposizione di "imprenditori" che non ricercano né producono e che dei carburanti ne fanno un gadget o una occasione da mordi e fuggi, condizioni tanto vantaggiose come solo un mercato

monopolistico può determinare.

Tuttavia, il settore, soprattutto l'industria petrolifera che a EnerCoop, come a tanti altri, continua a "portare l'acqua con le orecchie" ricevendo in cambio sberleffi e schiaffoni, una risposta dovrebbe provare a metterla insieme. Almeno uno scatto d'orgoglio.

In modo particolare Eni, fornitore ufficiale di EnerCoop e leader del mercato, dovrebbe sentire su di sé la responsabilità di fare chiarezza e, se possibile, agire finalmente di conseguenza.

In attesa dell'azienda, riteniamo utile e calzante proporre, di seguito, l'intervento che un gestore proprio a marchio Eni ha "postato", firmandosi, sul portale dedicato.

E' interessante per diversi motivi, ma in particolare lascia intravedere, anche ai tanti signor Rossi che fanno i primi della classe con i compiti preparati da altri, quanto si possa continuare a imparare: prima o poi arriva sempre uno più bravo (a far cosa è un'altra faccenda) di te.

Al sud, infatti, quei prezzi tanto convenienti praticati da EnerCoop grazie alla macchinetta del self service e alla sua efficienza, riescono a batterli una caterva di marchi dal nome di fantasia che al consumatore-cittadino-cliente lo servono pure e danno rispettosamente del voi.

Buona lettura.

"Perché secondo voi un cliente dovrebbe scegliere di rifornirsi all'eni pagando il carburante molto di più??? A Napoli l'eni non ha più un deposito proprio e si rifornisce alla Q8, dove esclusa la Esso (che ha ancora un suo deposito) si riforniscono quasi tutti gli operatori della filiera petrolifera della Campania e delle regioni limitrofe (società petrolifere, grossisti, privati, ecc.). Il carburante al deposito Q8 arriva via mare prevalentemente dalla raffineria di Milazzo (Sicilia) di proprietà al 50% e 50% tra la Q8 e l'ENI. Fatta questa premessa, mi pongo la domanda: come mai nei distributori ENI il carburante costa mediamente tra i 10 e i 17 cent. in più, nonostante provenga dalle stesse strutture, con gli stessi costi di logistica e di trasporto? Qualcosa non quadra dal punto di vista di logica commerciale, e ciò fa sì che i privati si "buttino" nel settore a

capofitto. infatti oggi oltre alle compagnie petrolifere storiche i nostri concorrenti sono: A.GI. CARBURANTI, STARSOIL, ALTER OIL, ITALFUEL, POWER, MP PETROLI, MY OIL, GAFFOIL, A5, ENERGAS con i colori del Calcio Napoli, BUTANGAS, REPSOL, e tanti altri nomi di fantasia. La discrasia grossa è che mentre le compagnie petrolifere spingono sul self con i relativi sconti in compartecipazione dei gestori, i privati vendono sempre in SERVITO con prezzi inferiori ai soliti IPERSELF, Q8 Easy, Self Più, ecc. Ecco spiegato il calo del 41% del nostro erogato di quest'anno, con queste differenze di prezzo non c'è arma che tenga, in 60 anni di gestione non abbiamo mai visto e vissuto una situazione del genere senza alcuna reazione specifica della nostra società e un silenzio pericoloso e un inerzia che avvolge il nostro settore. Mi piacerebbe aprire un dibattito costruttivo su ciò e conoscere le vostre opinioni e considerazioni. "