



Core business

Raffinazione, distribuzione, produzione di energia elettrica

La commercializzazione

Avviene attraverso la rete di 2100 stazioni di servizio e attraverso 21 società consociate.

Attuale quota di mercato (benzine+gasolio)

7%

Il nuovo concept

ERG un mondo di energie

La nuova strategia di retail

Nascono gli Energy point.

Nasce una nuova visione del business "non oil".

Il fine ultimo è quello di mettere al centro i bisogni dell'automobilista ed affiancarli al mercato della distribuzione "oil".

Scelta di business

Convenience store

Cos'è il Convenience store

Nasce su un format tipico americano definita come la "migliore offerta commerciale" non oil per l'automobilista, i cui punti di forza sono gli orari no stop di apertura e la presenza dell'offerta in un luogo dove non ci sono alternative.

I punti di forza del Convenience store

Gli orari di apertura e la presenza dell'offerta in un luogo dove non ci sono alternative.

Particolarità delle categorie merceologiche trattate

Prodotti di impulso, prodotti generatori di traffico, prodotti legati al bacino di utenza e servizi particolari.

La scelta promozionale

ERG ha scelto di comunicare la nuova offerta commerciale attraverso una nuova immagine, sia all'esterno che all'interno delle sue stazioni di servizio. Gli Energy Point sono brandizzati e arredati con colori istituzionali che richiamano il marchio retail. All'interno tutto si rifà alla comunicazione utilizzata per l'immagine aziendale e tutto rimarca il concept adottato "un mondo di energie".

All'esterno, la comunicazione utilizza immagini e pay-off che richiamano l'attenzione sui servizi creati apposta per l'automobilista consumatore, rimarcando l'attenzione dell'azienda per i propri clienti.

