



### 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.

