

ORLEN WCHODZI DO NIEMIEC ZE SWOIM LOGOTYPEM

PKN Orlen uruchomił w Monachium stację paliw w formie co-brandingu, łączącym lokalną markę star, która należy do spółki zależnej Orlen Deutschland, z logotypem Grupy Orlen – poinformował w środę koncern, który posiada w Niemczech sieć ponad 580 stacji.

Na początku października PKN Orlen informował, że jeszcze w tym roku na stacjach paliw z Grupy Orlen w Czechach, na Słowacji i w Niemczech pojawi się marka Orlen, jako element wdrażanej strategii co-brandingu, zakładającej współistnienie lokalnych marek Benzina i star z logotypem Grupy Orlen.

„Nasza pierwsza stacja w Bawarii już działa, tym samym nasza sieć jest obecna we wszystkich niemieckich landach. Obiekt w Monachium został uruchomiony w formie co-brandingu łączącym lokalną markę star z logotypem Grupy ORLEN” – oznajmił w środę na Twitterze PKN Orlen.

W październiku koncern podawał, że „w ramach działań, które docelowo mają zmierzać do pełnego rebrandingu sieci”, na wszystkich rynkach, gdzie obecna jest Grupa Orlen, „będzie prowadzona spójna komunikacja, w której istotną rolę odgrywać będzie dalsze zaangażowanie w Formułę 1”.

PKN Orlen wyjaśniał wówczas, iż „w ramach wzmacniania znajomości marki Orlen połączone logotypy będą pojawiały się między innymi na dystrybutorach, pylonach cenowych oraz na ekranach wewnątrz stacji Benzina i star”. Koncern podkreślał, że „wprowadzi flagową markę do lokalnych działań marketingowych, wykorzystując na rynkach zagranicznych także potencjał komunikacyjny wynikający z zaangażowania w Formułę 1 i sponsoring Roberta Kubicy”.

Prezes PKN Orlen Daniel Obajtek zwracał wcześniej uwagę, że rozłożony na lata rebranding nie przewiduje na tym etapie likwidacji „bliskich klientowi marek lokalnych w Czechach, na Słowacji i w Niemczech”, ale łączenie ich z logotypem Grupy Orlen. „Pozwoli to zbudować rozpoznawalność marki Orlen na tych rynkach. Docelowy rebranding pozwoli nam uzyskać synergii w obszarze komunikacji i marketingu, a jego wsparciem będzie wykorzystanie naszego dalszego zaangażowania w jeden z najbardziej popularnych sportów na świecie, czyli Formułę 1” – mówił w październiku Obajtek.

PKN Orlen informował wtedy, że posiada ponad 2800 stacji paliwowych w Europie – 1779 w Polsce, 585 w Niemczech, 413 w Czechach, 25 na Litwie i osiem na Słowacji, a proces rebrandingu wszystkich tych obiektów Grupy Orlen ma kosztować kilkadziesiąt milionów złotych.