

CAMBIO DI INSEGNE**UN PIENO DI ENI PER DIMENTICARE L'AGIP**

È cominciato da Fiumicino e Linate il rebranding delle stazioni Agip. Cambiano le insegne degli oltre 4 mila distributori di benzina in Italia e la strategia di comunicazione della società. «Noi ci chiamiamo Eni e la nostra benzina Agip», è stata la spiegazione dell'ad Paolo Scaroni. «In questa dicotomia c'è un'inefficienza». Lo storico cane a sei zampe che sputa fuoco dalla bocca disegnato dallo scultore Luigi Brogгинi è rimasto, ma è sparito il marchio Agip (*foto*), «la potente benzina italiana» come diceva il primo slogan. Non è un semplice restyling. «È una indispensabile evoluzione dell'immagine con cui ci presentiamo in Italia e negli altri Paesi in cui operiamo», aggiungono all'energy company. «Il processo di privatizzazione e il mercato sempre più competitivo hanno portato l'azienda a ripensare se stessa come un'unica entità, che opera in molteplici settori ma parla con un solo nome e un solo marchio».

M.P.