Działalność handlowa Grupy Kapitałowej LOTOS prowadzona jest zarówno w podmiocie dominującym, jak i w spółkach zależnych, tj. w LOTOS Paliwa, LOTOS Tank, LOTOS Oil, LOTOS Asfalt i LOTOS Parafiny.

Główne cele w zakresie działalności rynkowej wynikają z długofalowej strategii Grupy LOTOS w tym obszarze. Do istotnych czynników kształtujących działania segmentu handlowego Grupy Kapitałowej LOTOS zaliczyć należy również regularnie przeprowadzaną analizę zmian zachodzących na rynku, dbałość o kompleksową, stale wzbogacaną ofertę produktów najwyższej jakości oraz ciągłe doskonalenie procesów handlowych.

Cele strategiczne Grupy Kapitałowej LOTOS w zakresie działalności rynkowej:

- **maksymalizacja marży zintegrowanej,**
- **handel produktami o najwyższych parametrach jakości,**
- **dywersyfikacja kierunków i źródeł dostaw ropy,**
- **optymalizacja aktywów logistycznych.**

Cele szczegółowe w poszczególnych obszarach działalności rynkowej:

Paliwa

- dalsze i trwałe umacnianie pozycji rynkowej,
- maksymalizacja efektu ekonomicznego poprzez elastyczne sterowanie strumieniem produktowym,
- osiągnięcie 30% udziału w polskim rynku paliw w 2012 r.,
- rozwój sprzedaży paliwa lotniczego w Polsce,
- wzrost aktywności w Europie Środkowo-Wschodniej i Północnej.

Udział Grupy Kapitałowej LOTOS w rynku paliw

Phoca PDF

Rynek detaliczny

- uzyskanie 10% udziału w krajowym rynku detalicznym paliw w 2012 r.,
- wzrost efektywności sieci stacji paliw,
- umacnianie wizerunku nowoczesnej i rozwijającej się sieci stacji paliw LOTOS.

Sieć stacji paliw LOTOS ma zasięg ogólnopolski i jest systematycznie rozbudowywana w segmencie typu premium, czyli stacji o najwyższych standardach zarówno w zakresie oferty, jak i poziomu obsługi. W ramach realizacji przyjętej strategii pozycjonowania marki LOTOS placówki działające w systemie patronackim, oferujące standard podstawowy i występujące jeszcze w głównej mierze pod szyldem Rafinerii Gdańskiej, są kanałem ograniczanym. Celem takiego działania jest dążenie do osiągnięcia pełnej konsolidacji jakościowej i wizerunkowej pod dobrze i szeroko rozpoznawaną marką LOTOS.

Produkty pozapaliwowe

- maksymalizacja efektu ekonomicznego poprzez wykorzystanie posiadanej pozycji rynkowej i zwiększanie efektywności sprzedaży,
- utrzymanie pozycji lidera na krajowym rynku olejów smarowych,
- wzrost udziału serwisu olejowego w sprzedaży,
- utrzymanie pozycji lidera na polskim rynku asfaltów modyfikowanych,
- silna pozycja na rynku Europy Środkowo-Wschodniej.

Phoca PDF