

Na Stacji Paliw

Nr 4 (13) | październik-grudzień 2018

Temat numeru

**Patriotyzm
wartością biznesową?**
Polska marka i rodzima tradycja
na stacji benzynowej

Stacja jak sklep osiedlowy?
Nadchodzą czasy zmiany trendów zakupowych

**Benzyna E10 – kiedy zagości
na polskich stacjach paliw?**



ODZIEŻ DLA PRACOWNIKÓW SEKTORA PALIWOWEGO

LOGO jako producent odzieży roboczej i ochronnej oferuje:



ODZIEŻ ROBOCZĄ



ODZIEŻ
ANTYSTATYCZNĄ



BUTY ESD



ODZIEŻ
KORPORACYJNĄ



ARTYKUŁY BHP

Tak może wyglądać
kolekcja odzieży dla
pracowników Twojej
stacji!



LOGO Jacygrad, Zawadzki Sp. J.
ul. Modlińska 266
03-152 Warszawa

t: +48 22 819 08 48
handlowy@logo.pl
www.logo.pl

Od redaktora

W ostatnich tygodniach cała Polska świętuje stulecie odzyskania niepodległości – to wspaniałe wydarzenie, choć pozornie odległe od spraw biznesowych, okazuje się mieć sporo powiązań z kwestiami patriotyzmu gospodarczego czy zachowań konsumenckich. Dlatego tematem numeru ostatniego wydania „Na Stacji Paliw” w 2018 roku zdecydowaliśmy się uczynić właśnie kwestię polskości w branżowym marketingu i działaniach biznesowych.

Prócz tego pragniemy Państwu zaprezentować relację z naszych wrześniowych targów Stacja i Biznes Przyszłości – najciekawszej imprezy tego typu na Dolnym Śląsku. Pokazną część numeru poświęciliśmy także sprawie zmiany zakupowych nawyków i związanej z tym ewolucji przestrzeni sklepowej na stacji. W dziale prawnym mamy in-

teresujący tekst dotyczący „porządkowania” rynku w ostatnich latach.

Jak w każdym numerze, staramy się też dać Państwu chwilę wytchnienia – dlatego zapraszamy też na wycieczkę do Waszyngtonu czy przejażdżkę nowym DS7. Zdecydowaliśmy się także na wprowadzenie rubryki Lifestyle, która zapewne dla wielu osób będzie interesującym uzupełnieniem wiedzy z zakresu wizerunku i mody.

Zapraszamy więc do lektury – i równocześnie z chęcią przyjmujemy odzew z Państwa strony odnośnie interesujących problemów i spraw, którymi żyje branża.

DR JAKUB BOGUCKI
REDAKTOR NACZELNY

Spis treści

WYDARZENIA Newsy z rynku	4-5
TEMAT NUMERU Patriotyzm wartością biznesową? Polska marka i rodzima tradycja na stacji benzynowej	6-8
TWOJA STACJA Wrocław – miastem spotkań branży paliw	10-12
TWOJA STACJA Stacja jak sklep osiedlowy?	13-14, 16
TWOJA STACJA Jak obowiązujący od kwietnia 2018 r. zakaz handlu w niedziele wpłynął na sprzedaż na stacjach paliw?	17
TWOJA STACJA Największy problem to niskie marże	18-19
PRAWNIK RADZI Krótka opowieść o powstrzymaniu mafii paliwowej w Polsce	20, 22-24
ARTYKUŁ SPONSOROWANY Polska sieć stacji paliw MOYA: niedoścignione tempo wzrostu	26
RYNEK PALIWOWY Benzyna E10 – kiedy zagości na polskich stacjach paliw?	28-29
LIFESTYLE Profesjonalny wizerunek w biznesie	30
PODRÓŻE Nie tylko Biały Dom. Oczywiście i nieoczywiste atrakcje Waszyngtonu	32-33
ARTYKUŁ SPONSOROWANY Czym jest Avia	34
MOTORYZACJA DS 7 Crossback. Lord Vader	36-37
CO SĄDZĘ... Co sądzę o... zwracaniu przez stacje na siebie uwagi kierowców	38

Na Stacji Paliw
MAGAZYN
BRANŻOWYCH
INSPIRACJI

Nr 4 (13) 2018

Wydawca:
Information Market S.A.
ul. Legnicka 46a/10
53-674 Wrocław
tel.: +48 71 787 69 70
fax: +48 71 787 69 96
redakcja@nastacjipaliw.pl

Redaguje zespół w składzie:
Jakub Bogucki – Redaktor Naczelny
Szymon Araszkiewicz
Gabriela Kozan
Grzegorz Maziak
Magdalena Robak
Monika Sadowska

Zapraszamy do kontaktu z nami. Na wszystkie prośby i pytania postaramy się odpowiedzieć jak najszybciej.

Newsy z rynku

BP zmienia sklepy

Według informacji strony wiadomoscihandlowe.pl koncern paliwowy BP zamierza zmienić wyposażenie sklepów na części swoich stacji. Wiąże się to z poszerzeniem oferty placówek, a celem jest poprawa jakości obsługi. Wśród mebli wprowadzone mają być m.in. większe regały ekspozycyjne, a także regały chłodnicze. Zwiększenie za ich pomocą dystrybucji produktów świeżych jest odpowiedzią na wzrastające zapotrzebowanie polskich klientów. Przemodelowanie na stacjach wiązane jest z rozbudową oferty convenience na stacjach pod szyldem BP.



Nowy Sącz bez alkoholu w nocy

Rada Miasta Nowego Sącza uchwaliła zakaz sprzedaży alkoholu w nocy. Za sprawą nowelizacji ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi, samorządy zyskały możliwość regulowania sprzedaży takich produktów i w wielu miastach rzeczywiście z tego korzystają. Nowosądecki zakaz będzie obowiązywał między godz. 22:00 a 6:00 i nie dotyczy pubów czy restauracji. Według informacji ze strony twojsacz.pl zakaz ma objąć około 20 stacji benzynowych z terenu miasta, które dotychczas taki asortyment dystrybuowały w swoich sklepach całodobowych.



AMIC Market na stacjach Lukoil

Spółka AMIC Polska, która zarządza w Polsce stacjami Lukoil przez okres do 5 lat zgodnie z umową licencyjną na używanie znaku towarowego, zakończyła współpracę z siecią Carrefour. Stacje, wcześniej funkcjonujące pod szyldem Lukoil od jesieni 2012 r. współpracowały z francuskim koncernem. Na ich miejsce w niektórych lokalizacjach stacyjnych już w sierpniu zamiast brandu Carrefour Express pojawiło się oznakowanie Amic Market. Zmiana nie

oznacza jednak rewolucji asortymentowej – nadal w sklepach na stacjach sieci znajdują się najważniejsze artykuły spożywcze i higieniczne.



W Polsce jest najtaniej

Na tle innych państw Unii Europejskiej ceny paliw w naszym kraju kształtują się najkorzystniej. Szacunki cenowe Komisji Europejskiej stwierdzają, że benzyna bezołowiowa kosztowała w Polsce pod koniec października 5,08 zł za litr, czyli 1,18 euro. Średnia europejska jest natomiast o 30 centów wyższa, a zauważyć trzeba ponadto, że w wielu krajach ceny przekraczają nawet 1,60 EUR za litr. Sytuacja taka jest nowością, bowiem statystycznie lepiej wypadają w tej dziedzinie m.in. Bułgaria czy Rumunia.

Popularność tuTankuj rośnie

W sklepie Google Play rosnącą popularnością cieszy się aplikacja tuTankuj, która pozwala znaleźć stacje benzynowe we wszystkich rejonach Polski i informuje o aktualnych cenach paliw i usługach dostępnych przy okazji tankowania. Atrakcją aplikacji jest możliwość jej aktualizowania przez użytkowników i zbierania punktów. To z kolei umożliwia korzystanie z bonusów w formie kuponów na kawę, myjnię czy bonów zakupowych do wykorzystania na stacjach paliw. Ponadto w tuTankuj pojawiają się prognozy cen paliw dla Polski. Partnerem merytorycznym aplikacji jest portal e-petrol.pl.



Paliwa z uśmiechem



(rys. Mariusz Sopyłło)



Nowe oznaczenia na dystrybutorach

Na polskich stacjach benzynowych zaczęły obowiązywać unijne oznaczenia rodzajów paliw, które mają eliminować możliwość pomyłki tankujących bez względu na kraj pobytu. W uniwersalnym systemie wprowadzono określenia paliwa skrótem literowym do nazwy paliwa i oznakowaniem figuralnym. Benzyna jest oznaczona symbolem: E5, E10 lub E85 oraz kołem. Olej napędowy zapisuje się jako: B7, B10 lub XTL w kwadracie, zaś dla paliw alternatywnych wprowadzono oznaczenia – H2, CNG, LPG lub LNG w rombie.

Patriotyzm wartością biznesową? Polska marka i rodzima tradycja na stacji benzynowej

Magdalena Robak

Stulecie odzyskania przez Polskę niepodległości jest niewątpliwie jubileuszem wyjątkowym, który zachęca do refleksji nad historią i przyszłością naszego kraju oraz nad patriotycznymi wyborami jego mieszkańców. Stwarza ono również okazje do wyrażania radości na wiele sposobów i na licznych polach. Od wielu już lat obchody Święta Niepodległości, jak również innych narodowych rocznic, nabierają nowego charakteru. Nie ograniczają się bowiem wyłącznie do organizowania oficjalnych uroczystości w miejscach pamięci czy nabożeństw w kościołach. Celem niniejszego artykułu będzie pokazanie czytelnikowi na przykładzie działań stacji benzynowych i firm paliwowych, jak włączyły się one w tym roku w obchodzenie dnia 11 listopada oraz przybliżenie mu, na czym może polegać w XXI wieku miłość do ojczyzny.

Nowoczesny patriotyzm realizuje się np. w wymiarze ekonomicznym i polega, ujmując temat najprościej, na promowaniu rodzimej przedsiębiorczości poprzez sięganie po produkty polskich marek. Jak wynika z badań: „Moda na polskość. Postawy,

opinie i oczekiwania Polaków”, przeprowadzonych w kwietniu tego roku przez TNS Kantar dla Polskiego Koncernu Naftowego Orlen, patriotyzm gospodarczy bliski

87 procentom respondentów (w tym kierowców). W internetowej ankiecie deklarowali oni, iż wzmianka o krajowym pochodzeniu produktów jest czynnikiem skła-



niającym do ich zakupu. W opinii 80 procent biorących udział w badaniu polskie produkty są także lepszej jakości i bardziej ekologiczne. Również informacja o skali produkcji wywiera niemały wpływ na wybory konsumentów, bowiem ponad 70 procent Polaków nieprzypadkowo decyduje się na towary wytworzone w niewielkiej, rodzinnej firmie. W opinii 75 procent ankietowanych ponadto to rodzime koncerny powinny wspierać drobnych przedsiębiorców, co aktywnie stara się realizować właśnie np. PKN Orlen. Z komunikatu jego biura prasowego dowiadujemy się, że po przeprowadzeniu programu pilotażowego, w ramach którego polskie soki były początkowo obecne na 200 stacjach, koncern rozpoczął oficjalnie program pod nazwą „Pij polskie soki”. Zakłada on wyraźne zwiększenie ich dostępności, w związku z czym do końca sierpnia 2018 roku do dyspozycji klientów produkty te pojawiły się w całej sieci. Jak podkreśliła Patrycja Klarecka, Członek Zarządu PKN Orlen ds. Sprzedaży Detalicznej, płocki koncern zdaje sobie sprawę z faktu, iż konsumenci stają się coraz bardziej świadomi i ich oczekiwania skupiają się nie tylko na tym, że zostaną kompleksowo obsłużeni, ale także że otrzymają towar określonego pochodzenia. Orlen odpowiada na to zapotrzebowanie i aktualnie już ponad 50 procent produktów na jego stacjach wytworzonych zostało na krajowym rynku. Paliwowy gigant nie zamierza jednak spoczywać na laurach i jak zapowiedział jego Prezes – Daniel Obajtek – kampania „Polskie Soki” ma przyczynić się do zwiększenia udziału polskich produktów w sprzedaży na stacjach do 60 procent. „Zdajemy sobie sprawę ze znaczenia, jakie sieć detaliczna PKN Orlen ma dla polskiej gospodarki. Dlatego wspieramy polskich sadowników poprzez zwiększenie dostępności i promocje ich produktów na naszych stacjach. W ciągu roku chcemy zwiększyć sprzedaż polskich soków o 150 procent” – dodał Obajtek. Promowanie rodzimych producentów soków przez Orlen doskonale wpisuje

się w preferencje konsumentów, dla których patriotyzm gospodarczy jest istotny zwłaszcza przy zakupie produktów spożywczych, bowiem aż 60 procent z nich deklaruje, że krajowe pochodzenie produktów z tej kategorii zachęca do ich nabycia*. Aktywność koncernu w zakresie propagowania tego, co rodzime, polskie nie ogranicza się jednak do realizacji wspomnianego powyżej programu. Od października PKN wystartował z nową kampanią wizerunkową „Razem napędzamy Polskę”, która zwraca uwagę na szeroki zakres jego działalności ukazanej z punktu widzenia pracowników, osób korzystających z usług koncernu, a także tych, których wspiera on jako mecenas kultury i sportu. Marcin Stefaniak, zajmujący w Orlenie stanowisko Dyrektora Biura Promocji i Reklamy, stwierdził że spot kampanii zawiera przekaz o przy-

* Wniosek z badań przeprowadzonych przez Agencję Badania Rynku i Opinii Open Research, przytoczony przez portal wiadomoscihandlowe.pl.

stającym do obecnych czasów, nowoczesnym, pozytywistycznym patriotyzmie, przejawiającym się w naszych codziennych wyborach. Jak podkreśla Stefaniak: „Gdy wybieramy Orlen – korzystamy po trzykroć: kupujemy doskonałe produkty, kierujemy zyski do polskich przedsiębiorców, bo 83% naszych produktów na stacjach jest wytwarzanych w kraju, a za pośrednictwem Orlenu wspieramy wielkie wydarzenia społeczne, sportowe i kulturalne. Ma to wpływ na codzienne życie Polaków i rozwój naszego kraju”. Sprzedaży wyrobów rodzimego pochodzenia spore znaczenie przypisuje również Grupa Lotos. Z informacji, jakie redakcja „Na Stacji Paliw” otrzymała z biura prasowego gdańskiego koncernu, dowiadujemy się, że należąca do niej spółka Lotos Paliwa cały czas podejmuje szereg działań, których celem jest pełna dostępność dla klientów towarów wytworzonych na terenie naszego kraju. Dzięki temu obec-



nie aż dwie trzecie produktów z listy asortymentowej FMCG, wyłączając z niej artykuły przemysłowe, stanowią polskie produkty.

Jubileusz odzyskania przez Polskę niepodległości, w tym roku szczególnie, zaznaczy swoją obecność także na stacjach benzynowych, należących do sieci Lotos. Pojawia się na nich nie tylko produkty związane z tą rocznicą, ale też z historią dotyczącą polskiej twórczości w różnych obszarach. Poza tym koncern aktywnie angażuje się w świętowanie dnia 11 listopada również na innych polach. W maju br. razem z Narodowym Centrum Kultury oraz partnerami: programem Niepodległa, TVP i Polskim Radiem zainicjował ważną i potrzebną kampanię społeczną pod nazwą „Nasza historia ma dwa kolory. Nie pisz na fladze”, której celem stanowi zwiększenie świadomości Polaków w temacie wartości barw i symboli narodowych oraz ich poprawnego wykorzystywania. Lotos włączył się w obchody naszego najważniejszego narodowego święta także poprzez bycie partnerem głównym komiksu „100 na 100. Antologia komiksu na stulecie odzyskania niepodległości” i wspieranie inicjatyw muzycznych takich jak: „Festiwal Jazz Niepodległości powered by LOTOS”, „Symfonia Niepodległości”, III Koncert Niepodległości „Westerplatte”, „Koncert dla Niepodległej”, musical „Przebudzenie. Polska! Nie zginie póki My żyjemy”, Festiwal Krzysztofa Pendereckiego czy Gintrowski w rocznicę Niepodległości – koncert galowy.

Na pytanie zadane przez redakcję kwartalnika „Na Stacji Paliw” o wysokość wskaźnika produktów wytworzonych w Polsce i oferowanych w sklepach stacji BP, otrzymaliśmy odpowiedź od rzecznika prasowego, iż wynosi on około 90 procent, co dowodzi, iż koncern stara się odpowiadać na potrzeby klientów i wspierać rodzimą gospodarkę. Magdalena Kandefer-Kańtoch, zapytana ponadto o to, w jaki sposób stacje BP włączają się w obchody Narodowego Święta Niepodległości, dodała że w dniach 10-11 listopada będą na nich wisieć plakaty



z informacją o wspólnym fetowaniu, a sprzedawcy będą mieć przypięte kotyliony w barwach narodowych.

Circle K Polska, dbając o zaopatrzenie swoich stacji w wysokiej jakości produkty, współpracuje ze sprawdzonymi, lokalnymi dostawcami, którzy dostarczają świeże warzywa i owoce oraz mięso i wędliny do oferowanych na stacjach przekąsek – czytamy w komunikacie Rafała Drożdżaka, Dyrektora Marketingu i Komunikacji. W przygotowanej dla nas wypowiedzi wskazał on ponadto, że stacje koncertu zaakcentują rangę listopadowego święta poprzez sprzedaż w kącikach Simply Great Coffee od drugiej połowy października kawy w unikatowym kubku zaprojektowanym specjalnie na tę okazję. Projekt jubileuszowej grafiki tworzy zbiór nazw najważniejszych polskich miast oraz typowych regionalnych symboli ułożonych w kształt granic naszego kraju.

Życie we współczesnej Polsce nie wymaga od jej mieszkańców ofiar w postaci sięgania po broń w obronie jej granic. Dziś większość z nas nie

jest zmuszona dokonywać nierzadko dramatycznych decyzji, przed jakimi musieli stanąć nasi przodkowie, z poświęceniem walczący o wolność i suwerenność naszego kraju. Dzisiaj dane nam jest cieszyć się i czerpać z dobrodziejstw niepodległości. W związku z listopadowym świętem i mając dług wdzięczności wobec tych, dzięki którym możemy je obchodzić, warto zdać sobie sprawę z tego, że poprzez nasze codzienne, zwyczajne wybory możemy wyrażać szacunek do ojczyzny. Właśnie chociażby poprzez akcentowanie dumy z Polski w miejscach użyteczności publicznej, wywieszanie flag, okolicznościowych plakatów czy wspieranie rodzimych przedsiębiorców, nabywając wytworzone przez nie produkty. I z całą pewnością nie chodzi tu o bezrefleksyjne i bezwarunkowe odrzucanie tego wszystkiego, co nie pochodzi z naszego kraju, a raczej o podejmowanie przemyślanych i świadomych działań, mogących pomóc mu się dalej rozwijać.



**ZOSTAŃMY
PARTNERAMI
W BIZNESIE
RAZEM MOŻEMY WIĘCEJ**

www.huzar.eu

Zapraszamy do **WSPÓŁPRACY**
prywatnych właścicieli stacji paliw.

POLSKIE STACJE PALIW HUZAR TO:

Niezależność, najwyższe standardy i uznanie naszych klientów, polski kapitał, rozpoznawalne logo i atrakcyjna wizualizacja, gotowe narzędzia marketingowe, szkolenia z profesjonalnej obsługi stacji paliw, wsparcie na każdym etapie działania stacji.



HUZAR PSP S.A.
ul. Wiadukt 1, 09-400 Płock
telefon: +48 24 366 10 01
e-mail: huzar@huzar.eu

JESTEŚMY DO TWOJEJ DYSPOZYCJI!

Wrocław

– miastem spotkań branży paliw

W dniach 26-27 września 2018 r. do Wrocławia przyjechali przedstawiciele branży paliwowej, myjniowej, wyposażenia sklepów, reprezentujący sektor elektromobilności, a także firmy z branży modernizacji i technologii. Uczestnicy mieli okazję zapoznać się z ich ofertą na Międzynarodowych Targach Paliwowych „Stacja i Biznes Przyszłości – Wrocław 2018”. Targi, organizowane już po raz czwarty, były doskonałą okazją do bezpośredniego zaprezentowania swoich produktów czy usług, nawiązania kontaktów, wymiany opinii, a także do zapoznania się z najnowszymi rozwiązaniami technicznymi.

Wydarzenie odbywało się we wrocławskiej Hali Stulecia – miejscu prestiżowym i niezwykle atrakcyjnym, nie tylko za sprawą samej Hali, ale również otoczenia: pergoli, fontanny, parku szczytnickiego oraz bliskości ogrodu japońskiego. Uczestnicy mieli okazję poznać najbardziej charakterystyczne miejsce stolicy Dolnego Śląska, wziąć udział w bezpłatnych szkoleniach, skorzystać ze specjalnych rabatów przygotowanych przez wystawców, ale również osobiście porozmawiać z przedstawicielami branży paliw.

ELEKTROMOBILNA REWOLUCJA

Pierwszy dzień Targów rozpocząła konferencja „Elektromobilność na stacji paliw”, podczas której pięciu przedstawicieli branży omówiło różne aspekty związane z transportem niskoemisyjnym. Z myślą o nieuniknionej zmianie jaką jest transport niskoemisyjny zapewniliśmy podczas Targów dostęp do wiedzy na temat wymaganych warunków, kosztów i przebiegu inwestycji w ładowarki samochodów



Międzynarodowe Targi Paliwowe
**STACJA I BIZNES
PRZYSZŁOŚCI**





► elektrycznych oraz prawdopodobnych jej efektach. Prelegenci poruszyli temat ładowania samochodów elektrycznych na stacji paliw oraz mobilnej aplikacji ułatwiającej zarządzanie i rozliczanie płatnościami. Przedstawiono również kwestię magazynów energii jako wsparcia usługi ładowania, z uwzględnieniem aspektów technicznych i ekonomicznych. Zwiedzający nie tylko skorzystali z wiedzy ekspertów, ale dzięki specjalnie wydzielonej „strefie elektromobilności” mogli sprawdzić działanie ładowarek na żywo lub zapytać o szczegóły tego biznesu od doświadczonych praktyków.

BRANŻA GŁODNA SZKOLEŃ

Część szkoleniowa Targów to ich mocna strona. Podczas dwóch dni, uczestnicy mieli okazję uczestniczyć w wystąpieniach ekspertów i czerpać wiedzę z bezpłatnych szkoleń. To ogromna wartość edukacyjna dla uczestników rynku paliw, którą jak pokazała frekwencja, doceniono. Szczególnie interesujące były szkolenia poruszające temat myjni samochodowych. Ekspertcy odpowiadali na pytania „jak otworzyć myjnię samochodową?”

oraz „jak zoptymalizować wyniki już działającej myjni?”. Wszechobecny obrót bezgotówkowy zainspirował z kolei do przeprowadzenia warsztatów z zakresu terminala płatniczego na myjni samochodowej – „Jakich błędów nie popełniać i jak wycisnąć z niego jeszcze więcej?”.

Niezwykle cenne i ciekawe szkolenie, w kontekście ograniczenia handlu w niedziele, przeprowadził Aleksander Hołoga z Grupy Muszkieterów. W trzech blokach tematycznych omawiał najważniejsze aspekty prowadzenia stacji paliw i odpowiadał na pytania dlaczego jest to obsługa klienta. Dobry merchandising to właściwe podejście do klienta, tak, aby przyciągnąć jego uwagę, wzbudzić zainteresowanie i ciekawość oraz wykreować potrzebę zakupów. Niezwykle istotny jest zatem dobry marketing, proces komunikowania się z klientem, a także sama rozmowa handlowa. Uczestnicy brali czynny udział w szkoleniu, które po wdrożeniu w praktykę, z pewnością przyniesie zamierzone efekty i poprawi jakość funkcjonowania bardzo skomplikowanej jednostki, jaką jest stacja paliw.



Stacja jak sklep osiedlowy?

Gabriela Kozan

W dobie niskich marż na paliwach, z jakimi mamy do czynienia na przełomie III i IV kwartału 2018 r. sklep i usługi stają się bardzo istotnym elementem działalności stacji benzynowej. Jeśli dodamy do tego fakt, że z badania satysfakcji ARC Rynek i Opinia, wynika, że to nie ceny bezołowiowej czy oleju napędowego są najważniejszym czynnikiem przy wyborze miejsca tankowania, to wyłania się nam nowy obraz stacji benzynowej. Czym przyciąga kierowcę, gdzie musi się znajdować i co poza paliwem oferować, aby skutecznie zachęcić do tego, aby na nią skrócić.

Według respondentów ARC Rynek i Opinia liczy się przede wszystkim gęstość sieci, obsługa i czystość, ale należy pamiętać, że od kwietnia 2018 r. do katalogu czynników decydujących o tym, czy klient zajrzy na stację paliw dochodzi fakt,

że zaczął obowiązywać zakaz handlu w niedziele, spod którego wyjęte zostały m.in. stacje benzynowe.

W Polsce, niemal 38-milionowym społeczeństwie działa ponad 6,5 tys., co oznacza, że na jedną stację statystycznie przypada ponad 5 tys.

mieszkańców, oczywiście w praktyce wygląda to inaczej, bo w dużych miastach na jedną stację przypada większa liczba mieszkańców, niż na terenach o mniejszej gęstości zaludnienia. W miastach stacje paliw są często zlokalizowane przy dużych skrzyżowaniach i przy trasach wyjazdowych na przedmieściach, ale – z uwagi na ich liczbę – nie brakuje też obiektów o charakterze typowo śródmiejskim czy osiedlowym, do których pobliscy mieszkańcy, częściej niż po benzynę, zaglądają, by umyć samochód czy zrobić niewielkie zakupy.

W tym roku zakupy robione przy okazji tankowania mogły się okazać dla właścicieli stacji paliw szansą na godne przetrwanie, ponieważ od początku II kwartału stacje paliw poza pierwszą i ostatnią niedzielą miesiąca mogą być otwarte i handlować normalnie, podczas gdy pozostałe placówki handlowe muszą być wówczas zamknięte. W wielu miejscowościach oznacza to, że w praktyce po zakupy można podjechać czy pójść tylko na stację paliw. Właściciele tych obiektów coraz lepiej zaczynają



zdawać sobie z tego sprawę i dokonując zmian i usprawnień, które wpisują się w nowe oczekiwania klientów, przede wszystkim w obrębie asortymentu dostępnego na półkach przystajnego sklepu i w ofercie gastronomicznej.

Rafał Drożdżak, Dyrektor Marketingu i Komunikacji w Circle K Polska uważa, że wejście w życie ustawy o ograniczeniu handlu w niedziele bez wątpienia miało duże przełożenie na cały rynek handlowy w Polsce, szczególnie na małe sklepy czy stacje paliw wyposażone w formaty typu *convenience*. O ile początkowo nowe przepisy nie przyniosły rewolucyjnej i zasadniczej zmiany, po kilku miesiącach od wprowadzenia nowych regulacji widać wyraźny wzrost liczby klientów na stacjach w niedziele wolne od handlu. Circle K Polska zauważa większe zainteresowanie ofertą pozapaliwową – w szczególności napojami, wyrobami alkoholowymi i tytoniowymi, a także produktami spożywczymi pierwszej potrzeby. Dwie kategorie zakupowe, czyli napoje alkoholowe i wyroby tytoniowe faktycznie – zdaniem operatora stacji Circle K – stanowią znaczący udział w koszyku zakupowym na stacjach.

Bardzo wyraźną zmianę, dotyczącą zachowań konsumenckich na stacjach paliw po wprowadzeniu zakazu handlu w niedzielę, zauważyła Grupa Lotos. Spółka zanotowała blisko dwukrotny wzrost sprzedaży w niedziele objęte zakazem handlu w stosunku do niedziel bez zakazu. W drugim kwartale 2018 na stacjach lotosu sprzedano towary za ponad 132,5 mln zł, stanowi to wzrost sprzedaży aż o 23 procent w ujęciu rok do roku. Największy skok sprzedażowy, w zależności od lokalizacji stacji – zanotowano w sprzedaży alkoholi i napojów bezalkoholowych. Unimot, operator sieci stacji paliw pod marką AVIA zauważył, że na początku wprowadzenia zakazu handlu w niedzielę spółka zaobserwowała większy ruch na wybranych stacjach – szczególnie na stacjach czynnych całą dobę i zlokalizowanych w miastach. W tych

punktach sprzedaż wzrasta szczególnie w weekendy wolne od handlu w porównaniu z pozostałymi weekendami. W tym roku sprzymierzeńcem operatorów stacji była też pogoda. Sprzyjająca aura w niedziele niehandlowe sprawiła, że wzrastał ruch turystyczny, a co za tym idzie – ilość klientów na stacjach paliw.

Z niedawno opublikowanego raportu Nielsen wynika, że „*Niemal połowę wartości koszyka spożywczego na stacjach benzynowych stanowią napoje alkoholowe. Odpowiadają one za 48,5 procent sprzedaży wartościowej. Największy udział stanowi piwo (26,3 procent) oraz wódka (17,6 procent).*” Czy oznacza to, że podczas niedziel niehandlowych stacje benzynowe wchodzi w miejsce zamkniętych osiedlowych sklepów monopolowych?

Z danych firmy Nielsen wynika, że w niedziele wolne od handlu popyt przepląnął w dużej części do sklepów na stacjach benzynowych. Ich obroty od początku roku do końca kwietnia są o 16,2 procent wyższe niż w tym okresie 2017 roku. Ewa Rybołowicz, dyrektor z firmy Nielsen komentując ten raport w mediach wyjaśniała, że już od początku obowiązywania za-

kazu handlu w niedzielę Nielsen zaobserwował bardzo wyraźny i jednocześnie oczekiwany dynamiczny wzrost sprzedaży na stacjach benzynowych, które od kilku lat nie są już tylko i wyłącznie miejscem, gdzie kupujemy paliwo i przekąski na drogę. Z raportu wynika, że tylko w kwietniu zwiększyły obroty niemal 28 procent

Dane raportu potwierdza choćby Unimot, operator sieci stacji paliw AVIA, uzupełniając, że podczas weekendów wolnych od handlu klienci stacji nabywają najwięcej produktów z takich grup towarowych, jak: papierosy, piwo, alkohol, napoje, a na wybranych stacjach korzystają też w większym stopniu z oferty gastronomicznej.

Rafał Molenda, dyrektor działu stacji paliw i rozwoju sieci detalicznej w Shell Polska także wskazuje na trend, że stacje paliw, szczególnie te całodobowe to miejsca, które konsumenci coraz częściej postrzegają stacje paliw jako miejsca, gdzie można nie tylko zatankować auto, ale również zrobić szybkie zakupy spożywcze. W przypadku nie-



Naturalna droga rozwoju

Włącz się do sieci **TOTAL**

Paliwa premium

excellium

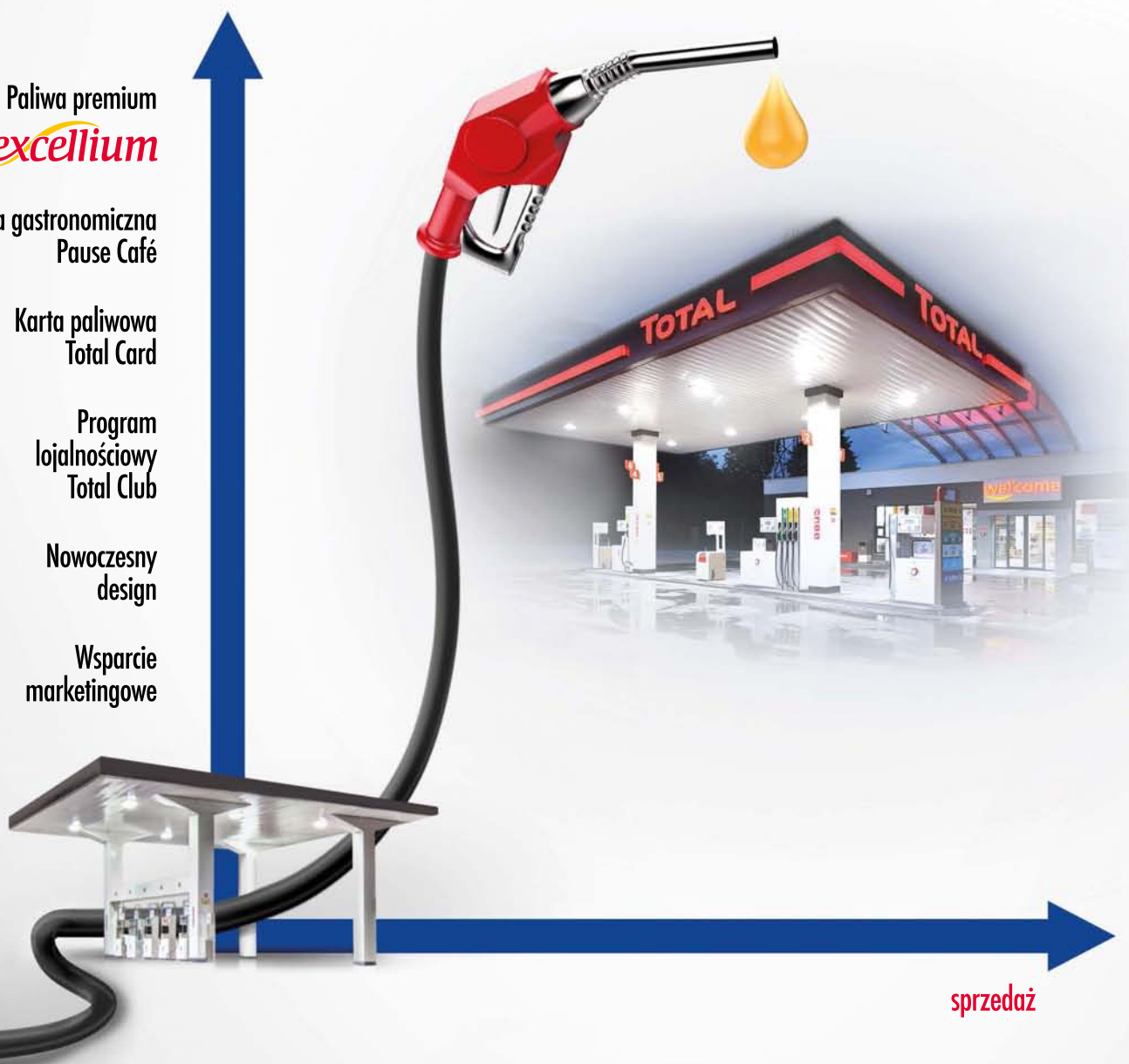
Oferta gastronomiczna
Pause Café

Karta paliwowa
Total Card

Program
lojalnościowy
Total Club

Nowoczesny
design

Wsparcie
marketingowe



Zostań naszym partnerem
Wejdź na www.total.com.pl



TOTAL

Lepsza energia na drogę. Codziennie

► dziel wolnych od handlu w punktach Shell klienci częściej sięgają po produkty pierwszej potrzeby – mowa przede wszystkim o napojach i przekąskach.

Zmiana charakteru stacji paliw z miejsca gdzie do niedawna tankowało się tylko benzynę w sklep, gdzie można przy okazji uzupełniania paliwa także zrealizować inne codzienne zakupy czy wypić kawę była zauważona przez dużych operatorów stacji paliw na kilka miesięcy przed wprowadzeniem zakazu handlu. Już wówczas w przestrzeniach sklepowych pojawiły się nowe regały chłodnicze, aby pomieścić nowy typ asortymentu.

– Nowe przepisy spowodowały, że klienci stacji coraz częściej sięgają także po produkty spożywcze pierwszej potrzeby, co powoduje że zyskują one coraz większy udział w koszyku zakupowym. Dostrzegając ten trend postanowiliśmy zwiększyć asortyment i dostępność świeżych produktów, takich jak pieczywo, jajka, mleko, ser, czy wędlina – mówi Rafał Drożdżak, Dyrektor Marketingu i Komunikacji w Circle K Polska i dodaje, że na kilkudziesięciu stacjach operator umieścił dodatkowe chłodnie i wygospodarował przestrzeń ekspozycyjną dla tych produktów.

Należy jednak pamiętać o jednym, że wysoka dynamika wzrostu sprzedaży artykułów pozapaliwowych wymaga od właścicieli stacji dostosowania obsady personelu, szczególnie w porach i dniach, kiedy na stacji panuje wzmożony ruch klientów zainteresowanych wyłącznie zakupami z oferty pozapaliwowej. Operatorzy stacji w komentarzach udzielonych *Na Stacji Paliw* podkreślali też, że ich zainteresowanie klientem, niekoniecznie kierowcą kupującym paliwo, trwa już od kilku dobrych sezonów. Koncerny i stowarzyszenia stacji obserwują bacznie

trendy konsumencie dbają o ofertę kawiarniano-restauracyjną, gdzie pojawiają się półki ze zdrową żywnością, soki, pełnoziarniste pieczywo czy też produkty bezglutenowe, niskokaloryczne czy wegetariańskie. Stacjom w dobie niskich marż generowanych na paliwach zależy na każdym kliencie, który przekracza próg stacji paliw, nie tylko w niedziele wolne od handlu. Przykładem może tu być kampania

reklamowa największego polskiego detalisty stacyjnego – PKN Orlen, realizowana pod hasłem „Kierunek Orlen”. Stacja wg Orlenu ma być miejscem wszechstronnym i przyjaznym, gdzie bez względu na porę dnia można zjeść świeży posiłek, spotkać się z przyjaciółmi przy kubku kawy, skorzystać z internetu, odebrać paczkę, wypożyczyć samochód albo rower.



STACJOM W DOBIE NISKICH MARŻ GENEROWANYCH NA PALIWACH ZALEŻY NA KAŻDYM KLIENCIE, KTÓRY PRZEKRACZA PRÓG STACJI PALIW, NIE TYLKO W NIEDZIELE WOLNE OD HANDLU

Jak obowiązujący od kwietnia 2018 r. zakaz handlu w niedziele wpłynął na sprzedaż na stacjach paliw?

Obserwujemy wyraźny wzrost sprzedaży produktów pozapaliwowych począwszy od kwietnia br., wpisujący się w generalny wzrost sprzedaży na stacjach paliw w Polsce w tym okresie. Szczególny wzrost odnotowaliśmy w szerokiej kategorii produktów spożywczych, w tym sezonowych jak lody czy inne napoje. Wzrost sprzedaży oferty gastronomicznej wiążemy z ciągłym rozwojem naszej oferty Stop Cafe. Ostatnio wzbogaciliśmy ją na przykład o nowe produkty dedykowane dla wegan i wegetarian.

Biuro Prasowe PKN Orlen

Zakaz handlu w niedzielę zmienił warunki w handlu w Polsce. Zarówno klienci muszą przyzwyczaić się do nowej sytuacji, jak i firmy prowadzące sprzedaż. Z pewnością istotną jest obecnie wnikliwa obserwacja nowych zachowań klientów, ich potrzeb i oczekiwań w związku z wprowadzanymi zmianami. Po początkowej fazie dużego wzrostu obrotów w sklepach na stacjach paliw obserwujemy obecnie poziom stabilizacji. Stacje BP z sukcesem odpowiadają na zapotrzebowania klientów jak i na zmieniającą się sytuację na rynku. Zmieniający się styl życia i przyzwyczajenia Polaków wymagają dostępu do niezbędnych usług i zakupów również w weekendy – takich jak napoje, pieczywo czy artykuły pierwszej potrzeby. Stacje paliw są naturalnym miejscem realizacji takich usług, podobnie jak w wielu krajach świata, nawet tam, gdzie istnieją inne ograniczenia handlu w weekend.

dr Magdalena Kandefer-Kańtoch
Rzecznik Prasowy BP w Polsce

Wprowadzenie zakazu handlu w niedzielę było istotnym impulsem wzrostu sprzedaży artykułów FMCG. Spółka zanotowała blisko dwukrotny wzrost sprzedaży w niedzielę objęte zakazem handlu w stosunku do niedziel bez zakazu. Na wybranych stacjach wykazujących najwyższą dynamikę wzrostu sprzedaży rozszerzono ofertę handlową o dodatkowe produkty. Należy dodać, że dni ustawowo wolne od pracy nie są czymś nowym w handlu na stacjach paliw. Na bazie swoich doświadczeń handlowcy wiedzą, że dla części stacji są to dni ze zwiększoną sprzedażą towarów pozapaliwowych. Takie dni charakteryzują się – zależnie od lokalizacji stacji – znacznymi wzrostami sprzedaży poszczególnych produktów pozapaliwowych (m.in. napojów, art. spożywczych czy alkoholi).

Krzysztof Kopeć
Koordynator, Dział Komunikacji Zewnętrznej
Grupa Lotos

Na sprzedaż produktów pozapaliwowych w niedzielę nie-handlowe wpływa wiele czynników, m.in. lokalizacja stacji paliw czy pogoda. Na początku wprowadzenia zakazu handlu w niedzielę zaobserwowaliśmy większy ruch na wybranych stacjach – szczególnie na stacjach czynnych całą dobę i zlokalizowanych w miastach. Sprzedaż w tych punktach jest zdecydowanie wyższa w weekendy wolne od handlu niż w weekendy handlowe. Co ważne, obserwujemy też, iż przy sprzyjającej aurze w niedzielę nie-handlowe wzrasta ruch turystyczny, a co za tym idzie – ilość klientów na stacjach paliw.

Zespół ds. Rozwoju Sieci AVIA

Wejście w życie ustawy o ograniczeniu handlu w niedzielę bez wątpienia miało duże przełożenie na cały rynek handlowy w Polsce, szczególnie na małe sklepy czy stacje paliw wyposażone w formaty typu convenience. O ile początkowo nowe przepisy nie przyniosły rewolucyjnej i zasadniczej zmiany, po kilku miesiącach od wprowadzenia nowych regulacji widać wyraźny wzrost liczby klientów na stacjach w niedzielę wolne od handlu. Zauważamy większe zainteresowanie ofertą pozapaliwową – w szczególności napojami, wyrobami alkoholowymi i tytoniowymi, a także produktami spożywczymi pierwszej potrzeby.

Rafał Drożdżak
Dyrektor Marketingu i Komunikacji
w Circle K Polska

Od kilku lat, niezależnie od wprowadzonego ograniczenia handlu w wybrane niedziele, rozwijamy część sklepową i gastronomiczną na naszych stacjach. Od 2015 roku prowadzimy szeroko zakrojony projekt modernizacji części convenience na stacjach Shell, w ramach którego na większości stacji stopniowo wprowadzamy trzy nowe formaty. Naszym celem jest, aby do 2020 roku ok. 80 procent punktów zostało zmodernizowanych. [...] Konsumenci coraz częściej postrzegają stacje paliw jako miejsca otwarte 24/7, gdzie można nie tylko zatankować auto, ale również zrobić szybkie zakupy spożywcze. Również w niedzielę wolne od handlu obserwujemy zwiększony ruch w wybranych punktach Shell, gdzie klienci częściej sięgają po produkty pierwszej potrzeby – mowa przede wszystkim o napojach i przekąskach.

Rafał Molenda,
dyrektor działu stacji paliw i rozwoju
sieci detalicznej w Shell Polska

Największy problem to niskie marże

Na temat rozwoju sieci i aktualnych problemów rynkowych
„Na Stacji Paliw” rozmawia
z Arkadiuszem Sochoniem, prezesem spółki WASBRUK



Państwa sieć jest w tej chwili jednym z największych operatorów niezależnych na rynku polskim – jak mogą Państwo określić źródła sukcesu sieci? Jak buduje się rozpoznawalną polską markę na rynku paliwowym?

Obecnie firma WASBRUK posiada 34 stacje paliw. Pierwsze stacje powstały z przebudowy stacji LPG, których firma miała sporą sieć w całej Polsce. Markę buduje się poprzez niskie ceny i wysoką jakość paliw.

Jakie są w tej chwili najpoważniejsze problemy biznesowe (lub prawne?) będące blokadą rozwoju sieci stacji w Polsce? Co utrudnia biznes?

Największy problem to niskie marże na paliwa i gaz LPG.

Jak widzą Państwo rozwój swojej sieci w kolejnych latach?

Na dzień dzisiejszy widzimy, że rynek stacji paliw jest nasycony i nie ma miejsca na kolejne inwestycje.

Jak szczegółowo wygląda Państwa program rabatowy dla klientów stacji?

Posiadamy dwa rodzaje kart rabatowych dostępnych na naszych stacjach paliw: 4 groszowe dla klientów detalicznych oraz 8 groszowe dla klientów hurtowych.

W ostatnich miesiącach pojawiła się informacja o Państwa współpracy z Carrefour Polska – na czym ma ona dokładnie polegać? Czy mocna marka sprzedaży detalicznej pomaga stacyjnym sklepom?

Przy niskiej rentowności sprzedaży paliw zdecydowaliśmy się zwiększyć obroty w sklepach poprzez podpisanie umowy franchisingowej z Carrefour Express obecnie testujemy tę formę współpracy.

Co przyniósł stacjom zakaz handlu w niedziele? Czy w kolejnych miesiącach obowiązywania ograniczeń handlu zwiększył

się poziom sprzedaży napojów alkoholowych lub innego asortymentu gastronomicznego?

Obserwujemy nieznaczny wzrost sprzedaży w sklepie różnego asortymentu, niestety jednocześnie odnotowujemy spadek sprzedaży paliw.

Czy obserwują Państwo zmianę w zachowaniach zakupowych klientów na stacjach WASBRUK w ostatnich latach i jakie w związku z tym podejmują Państwo działania jeśli chodzi o dopasowanie oferty produktowo-usługowej?

Nie zaobserwowaliśmy znaczących zmian w zachowaniach zakupowych klientów, dlatego zmieniliśmy jedynie asortyment w sklepach w kierunku przewagi produktów spożywczych.

WASBRUK działa nie tylko na rynku stacji paliw, ale jest też hurtownikiem, firmą handlującą LPG czy posiadającą własne motele. Czy rozwój oferty pozapaliwowej także będzie dynamiczny – jak tutaj wyglądają Państwa plany rozwojowe?

Posiadamy flotę do transportu gazu propan-butan oraz paliw płynnych i chętnie świadczymy usługi w tym zakresie. Motele zlokalizowane na stacjach paliw oferują komfortowy nocleg w przystępnej cenie. Na stacjach istnieją również wypożyczalnie przyczep samochodowych oraz myjnie samoobsługowe typu Karcher, można również wymienić butlę 11 kg. Na razie staramy się zagospodarować istniejące zasoby bez większych planów rozwojowych. ■



Krótką opowieść o powstrzymaniu mafii paliwowej w Polsce

Anna Gonkowska – konsultant podatkowy
Kancelaria Ostrowski i Wspólnicy Sp.k.

Całkiem nie tak dawno temu, bo jeszcze przed 2016 rokiem, główną bolączką polskiej branży paliwowej była działalność zorganizowanych grup przestępczych zajmujących się nielegalnym obrotem paliwem, co w konsekwencji prowadziło do zaniżenia wpływów z podatku VAT do budżetu państwa.

Idzie Grześ przez wieś, worek piasku niesie. A przez dziurkę, piasek ciurkiem sypie się za Grzesiem...

Zgodnie z danymi Ministerstwa Finansów i Komisji Europejskiej, luka w podatku VAT w 2015 roku wyniosła około 34 mld zł, co stanowiło 20 procent całości wpływów z tego podatku i klasyfikowało Polskę na niechlubnym szóstym miejscu w Unii Europejskiej. Najwyższą lukę w podatku VAT odnotowano zaś w 2012 roku – 43,1 mld zł. Jak wskazuje Ministerstwo Finansów na wysokość luki podatkowej wpływa przede wszystkim działalność szarej strefy oraz zakrojony na szeroką skalę proceder wyłudzeń podatku VAT w transakcjach wewnątrzwspólnotowych.

„Piasku mniej – Nosić lżej!” Cieszy się głuptasek. Do domu wrócił, worek rzucił: Ale gdzie ten piasek?

Rozwój szarej strefy jest niekorzystny zarówno dla państwa, które odnotowuje straty budżetowe, jak i dla uczciwych przedsiębiorców, którzy muszą konkurować z podmiotami oferującymi nielegalne (i z tego powodu tańsze) towary. Podstawowym sposobem, który wykorzystywali przestępcy działający w szarej strefie było tworzenie fikcyjnego obrotu towarami oraz występowanie o zwrot wykazanego podatku naliczonego przy jednoczesnym niepłaconiu podatku należnego, a na-

stępnie zniknięcie podmiotu z rynku. Dla utrudnienia wykrycia przestępczego procederu, do transakcji wciągani byli Bogu ducha winni przedsiębiorcy, którzy niczego nie podejrzewając, dokonywali w swoim przekonaniu całkiem legalnej transakcji z uczciwym podmiotem.

Parlament Europejski alarmuje, że środki pochodzące z oszustw podatkowych przekazywane są na cele finansowania terroryzmu. W ocenie Parlamentu 420 mln euro pochodzących z wyłudzonego podatku może trafiać do radykalnych grup bojowych.

Wraca Grześ przez wieś, zbiera piasku ziarenka. Pomaluśku zebrała się miarka...

Zamiast ziarenek piasku, rok 2016 przyniósł kamienie milowe zwane potocznie: pakietem energetycznym oraz pakietem paliwowym. Natomiast w 2017 roku wdrożony został tzw. pakiet przewozowy. W konsekwencji regulacje dotknęły każdego etapu obrotu paliwami płynnymi, poczynając od importu, przez transport, na sprzedaży detalicznej kończąc. Rząd nie zapomniał również o kontroli wykonywania przepisów, dlatego w marcu 2017 roku przeprowadzono reformę dotychczasowej administracji skarbowej powołując Krajową Administrację Skarbową, którą wyposażono w nowoczesne i skuteczne narzędzia do walki w wyłudzeniami.

1. PAKIET PALIWOWY

Ustawa z dnia 7 lipca 2016 roku o zmianie ustawy o podatku od towarów i usług oraz niektórych innych ustaw, zwana potocznie pakietem paliwowym, miała na celu utrudnienie dokonywania wyłudzeń podatku VAT. Ustawa wprowadziła zmiany w szeregu obowiązujących aktów prawnych regulujących obrót paliwami ciekłymi – Prawo energetyczne, ustawie o zapasach ropy naftowej, produktów naftowych i gazu ziemnego oraz zasadach postępowania w sytuacjach zagrożenia bezpieczeństwa paliwowego państwa i zakłóceń na rynku naftowym oraz w ustawie o podatku akcyzowym.

Głównym obszarem, w którym dochodziło do wyłudzeń podatkowych były transakcje w zakresie wewnątrzwspólnotowego nabycia paliw ciekłych za pośrednictwem zarejestrowanych odbiorców lub składów podatkowych w procedurze zawieszenia poboru akcyzy, dlatego też to właśnie ten obszar działań jako pierwszy poszedł pod nóż. Zmiany objęły zarówno podstawę opodatkowania, termin płatności, właściwość organu podatkowego, podmiot zobowiązany do zapłaty podatku oraz odpowiedzialność z tytułu niezapłaconego podatku. W konsekwencji, w pierwszej kolejności ujednolicono definicje „podmiotu prowadzącego skład podatkowy” i „zarejestrowanego odbiorcy”. Termin zapłaty podatku VAT od transakcji we-



KONSPOL POSIADA
**OGROMNY POTENCJAŁ
I DOŚWIADCZENIE**
W PRODUKCJI PARÓWEK



Polecamy nasze hity sprzedażowe:

parówki, roller kabanos wieprzowy, roller
parówka z szynki oraz inne oryginalne smaki:

- roller chilli pikantny,
- roller bawarski,
- roller wieprzowy biały,
- roller z cebulką smażoną,
- roller wieprzowy z boczkiem,
- roller z fileta kurczaka,
- roller - parówka wieprzowa,
- roller z wołowiną,
- roller cheese&bacon.

▶ wnątrzwspólnotowych nabyć paliw został skrócony do 5 dni od sprowadzenia paliwa do Polski, jak również zmieniono podmiot zobowiązany do zapłaty podatku w przypadku nabyć realizowanych w procedurze zawieszenia poboru akcyzy z wykorzystaniem usług składu podatkowego lub zarejestrowanego odbiorcy – podmioty te zostały płatnikiem podatku VAT należnego od wnątrzwspólnotowego nabycia towarów. Pakiet paliwowy zobowiązał podatników do wpłacania podatku bez wezwania naczelnika urzędu celnego, do obliczania i wpłacania kwot podatku na rachunek izby celnej właściwej w zakresie wpłat podatku akcyzowego (aktualnie na rachunek urzędu skarbowego właściwego w zakresie wpłat podatku akcyzowego). Zmienił się również sposób ustalania podstawy opodatkowania – do czasu wejścia w życie pakietu paliwowego podstawą opodatkowania była zadeklarowana wartość przewożonego towaru, natomiast po wejściu w życie ustawy – wartość paliwa ustalana z wykorzystaniem ceny paliw silnikowych udostępniane w Biuletynie Informacji Publicznej.

2. PAKIET ENERGETYCZNY

Niedługo po pakiecie paliwowym pojawiła się „siostrzana” ustawa zwana potocznie pakietem energetycznym. Pakiet energetyczny, czy inaczej ustawa z dnia 22 lipca 2016 r. o zmianie ustawy – Prawo energetyczne oraz niektórych innych ustaw, była pierwszą (udaną) próbą systemowego uporządkowania rynku paliw i gazu ziemnego. W swoich założeniach pakiet energetyczny zakładał: systemowe uporządkowanie rynku paliw ciekłych i rynku gazu ziemnego, zwiększenie kontroli państwa nad systemem zapasów interwencyjnych ropy naftowej i paliw, rozszerzenie obowiązku utrzymywania zapasów obowiązkowych gazu ziemnego i wprowadzenie nowej formy prawnej realizacji tego obowiązku (tzw. umowa biletowa) oraz wyeliminowanie uchybień i niedostatków legislacyjnych obowiązujących przepi-

sów w obszarze paliw ciekłych i gazu ziemnego, które sprawiają wątpliwości interpretacyjne lub powodują trudności w procesie stosowania prawa.

W odniesieniu do rynku paliw ciekłych w uzasadnieniu do pakietu energetycznego wskazano, że cechą regulacji sektora paliw ciekłych w Polsce jest rozproszenie unormowań w wielu aktach prawnych. Konsekwencją takiego rozproszenia jest brak jednolitego nadzoru na rynku – stanowi on obszar działań wielu organów, których działania często nie są ze sobą skoordynowane, co utrudnia zapobieganie negatywnym zjawiskom na rynku. Za szczególnie istotne wady regulacji sektora paliw ciekłych należy uznać brak spójnego systemu reglamentacji działalności gospodarczej oraz kontroli realizacji obowiązków publicznych związanych z wytwarzaniem i obrotem paliwami. Stan ten ogranicza możliwości kontroli nadużyć przez właściwe organy administracji publicznej. Organy te nie dysponują również dostateczną wiedzą nt. podmiotów działających na rynku i wykorzystywanej przez nich infrastruktury paliw ciekłych, co jest konsekwencją braku obowiązków informacyjnych po stronie ww. podmiotów (np. dotyczących wykorzystywanych baz paliw, stacji paliw i terminali przeładunkowych). W konsekwencji, niedostatek polskich regulacji pozwala na sytuację, w której podmioty masowo podejmują działania w tzw. „szarej strefie” oraz „czarnej strefie”, polegające na unikaniu opodatkowania lub wyłudzeniu podatku od towarów i usług, unikaniu podatku akcyzowego, niewnoszeniu opłaty paliwowej czy unikaniu realizacji obowiązku tworzenia i utrzymywania zapasów obowiązkowych ropy i paliw ciekłych, realizacji Narodowego Celu Wskaźnikowego w zakresie paliw i biopaliw ciekłych, a także prowadzenia działalności bez wymaganej koncesji. W konsekwencji zakłóceniu ulegają mechanizmy uczciwej konkurencji, a budżet państwa jak i przedsiębiorcy działający legalnie tracą dochody.

Pakiet paliwowy stanowił uzupełnienie równolegle wprowadzanych zmian podatkowych, mających na celu ograniczenie „szarej strefy” – uporządkować i uzupełnić regulację sektora paliw ciekłych.

Do głównych zmian wprowadzonych w drodze pakietu energetycznego zaliczyć należy: wprowadzenie jednolitej definicji paliw ciekłych oraz innych związanych z obrotem paliwami ciekłymi (zdefiniowano m.in. pojęcia podmiotu przywożącego, przywozu i wywozu paliw ciekłych oraz importu i eksportu paliw ciekłych), zwiększenie uprawnień kontrolnych Prezesa Urzędu Regulacji Energetyki oraz innych organów w zakresie wykonywania działalności koncesjonowanej (łącznie z przyznaniem Prezesowi URE uprawnienia do karania podmiotów narusza-



jących koncesję w tym prawa do cofnięcia koncesji), utworzenie rejestru podmiotów przywożących oraz rejestr przedsiębiorstw energetycznych posiadających koncesję.

Przed wszystkim jednak, pakiet energetyczny pozwolił na systemowe uregulowanie rynku paliw płynnych w zakresie sposobu i warunków udzielania koncesji jak też w zakresie zastrzeżenia i stosowania kar za prowadzenie działalności bez wymaganej koncesji lub naruszanie warunków posiadanej koncesji. Uregulowano również posiadania koncesji na przeładunek oraz magazynowanie paliw ciekłych, przy jednoczesnym wprowadzeniu zakazu sprzedaży paliwa ze stacji kontenerowych. W konsekwencji możliwość dokonywania obrotu paliwem na terenie

Polski została zastrzeżona tylko dla podmiotów tu zarejestrowanych.

3. PAKIET PRZEWÓZOWY

Pod pojęciem pakietu przewozowego należy rozumieć ustawę o systemie monitorowania drogowego przewozu towarów, która obowiązuje od 18 kwietnia 2017 roku. Pakiet przewozowy nakłada konieczność cyfrowej rejestracji transportu towarów uznanych przez ustawodawcę za wrażliwe – w tym oczywiście paliwa płynne oraz m.in. susz tytoniowy i alkohol. Rejestracja transportu towarów możliwa jest za pomocą systemu SENT udostępnianego przez Krajową Administrację Skarbową na Platformie Usług Elektronicznych Skarbowo-Celnych (PUESC). W zgłoszeniu należy podać m.in. planowaną datę rozpoczęcia transportu, rodzaj i masę transportowanych towarów, planowaną trasę, jak też dane o podmiotach biorących udział w transportowaniu towarów.

System SENT obejmuje zarówno podmiot obierający i wysyłający towary jak i przewoźnika oraz kierowcę dokonującego fizycznego transportu towarów. System SENT umożliwia zatem monitoring przewożonych towarów za każdym etapem – poczynając od wysyłki towaru, przez jego transport do miejsca docelowego, na odbiorze przez uprawniony podmiot kończąc. Wprowadzenie kompleksowego systemu monitorowania transportu towarów wrażliwych na każdym jego etapie, pozwoliło organom skarbowym na ograniczenie ilości kontroli przy jednoczesnym zwiększeniu efektywności.

System SENT jest stale rozwijany. 1 października 2018 roku weszła w życie nowelizacja ustawy, nakładająca na przewoźników obowiązek posiadania lokalizatorów lub aplikacji mobilnej SENT GEO, udostępnianej za pośrednictwem PUESC. Ustawa nakłada na kierujących pojazdem obowiązki związane w obsługą lokalizatorów i aplikacji mobilnych. Przykładowo, w przypadku stwierdzenia trwającej dłużej niż godzinę niesprawności lokalizatora kierowca jest obowiązany do niezwłocznego zatrzymania się na najbliższym parkingu samochodowym lub w najbliższej zatoce po-

stojowej, a transport towarów może być kontynuowany po przywróceniu sprawności urządzenia, przepakowaniu towarów do pojazdu ze sprawnym lokalizatorem, wyposażeniu środka transportu w sprawny lokalizator albo po nałożeniu zamknięć urzędowych na środek transportu lub towar albo zarządzeniu konwoju.

4. KRAJOWA ADMINISTRACJA SKARBOWA

Marzec 2017 roku przyniósł również kamienie milowe w funkcjonowaniu polskiej administracji skarbowej. Ustawa o Krajowej Administracji Skarbowej (KAS) miała na celu skonsolidowanie Administracji Podatkowej, Służby Celnej oraz Urzędów Kontroli Skarbowej. W założeniu, zacieśnienie współpracy pomiędzy wyspecjalizowanymi jednostkami pod jednym szyldem miało zapewnić stabilność finansów publicznych oraz możliwość świadczenia przez KAS usług wysokiej jakości. Stworzenie jednego wyspecjalizowanego organu do walki z wyłudzeniami niewątpliwie przyczyniło się do poprawy skuteczności ścigania przestępstw skarbowych.

Zgodnie z danymi Ministerstwa Finansów oraz Najwyższej Izby Kontroli, wyniki reformy zaobserwować można już w pierwszym roku od powołania do życia KAS. W szczególności Ministerstwo Finansów oraz NIK wskazują na spadek liczby kontroli przy jednoczesnym wzroście wpłat do budżetu. Podejmowane przez KAS działania pozwoliły na wykrycie nieprawidłowości u ponad 75 procent kontrolowanych podmiotów.

Do listy sukcesów KAS należy dodać udaną współpracę z innymi służbami – Policją, CBA, ABW, CBPS – która pozwoliła na rozbicie grup przestępczych zajmujących się wyłudzeniami podatku VAT w drodze tzw. przestępstw karuzelowych.

Powodem sukcesów KAS jest stworzenie i umożliwienie wykorzystania funkcji analitycznych i systemowych rozwiązań. Podstawowymi narzędziami do wykrywania nadużyć w podatku





▶ VAT są Jednolite Pliki Kontrolne (JPK) wraz z zaawansowanym oprogramowaniem do analizy danych w nich zawartych. Analizą danych oraz rozwojem funkcji analitycznych zajmuje się powołana do życia w czerwcu 2016 roku specjalna spółka – Aplikacje Krytyczne Sp. z o.o. Zadaniem Spółki jest dostarczanie nowoczesnych, skutecznych i przyjaznych użytkownikom narzędzi dedykowanych Krajowej Administracji Skarbowej. Spółka zajmuje się m.in. tworzeniem i przetwarzaniem baz danych, jak też projektowaniem aplikacji dla podatników i KAS (przykładowo: Analizator JPK).

Jednym z narzędzi dostarczanych przez KAS jest system STIR, dedykowany dla sektora bankowego (System Teleinformatyczny Izby Rozliczeniowej). STIR pozwala bankom na weryfikację realizowanych przelewów i wczesne wykrywanie cech, którymi charakteryzują się karuzele podatkowe. Nieprawidłowości w systemie bankowym zgłaszane są do KAS, która została wyposażona w możliwość zablokowania transakcji na 72 godziny, co skutkuje blokadą wypływu pieniędzy z banku.

5. SANKCJE KARNE

Wszystkie wskazane powyżej działania mające za zadanie walkę z wyłudzeniami VAT w obrocie paliwami ciekłymi byłyby na nic, gdyby ustawodawca nie przewidział sankcji karnych za ich nieprzestrzeganie.

Na kary związane z obrotem paliwami ciekłymi można natknąć się praktycznie w każdej ustawie, która reguluje obrót paliwami. Poczynając od obrotu paliwami ciekłymi bez koncesji liczyć należy się z karą pieniężną do 5 000 000 zł albo karą pozbawienia wolności od 6 miesięcy do lat 5. Natomiast za przywóz paliw ciekłych bez wpisu do rejestru podmiotów przywożących zagrożony jest karą grzywny do 2 500 000 zł. Kary za uchybienia w transporcie paliw ciekłych, w zależności od przewinienia, mogą wynieść nawet do 100 tys. zł. Do podstawowych sankcji w podatku VAT należy brak prawa do odliczenia podatku VAT, ustalenie dodatkowe-

go zobowiązania podatkowego, jak również obowiązek zapłaty podatku VAT wykazanego na fakturze. Natomiast odpowiedzialność karna skarbową zależęć będzie od czynu zabronionego:

- ◆ bezpodstawny zwrot podatku – kara grzywny do 720 stawek dziennych lub kara pozbawienia wolności, albo obie te kary łącznie,
- ◆ wystawianie lub posługiwanie się nierzetelnymi fakturami – kara grzywny do 720 stawek dziennych albo kara pozbawienia wolności na czas nie krótszy od roku, albo obie te kary łącznie,
- ◆ oszustwo podatkowe – kara grzywny do 720 stawek dziennych albo kara pozbawienia wolności, albo obie te kary łącznie.

I żyli długo i szczęśliwie...

Wprowadzone regulacje niewątpliwie są uciążliwe dla przedsiębiorców działających w branży paliwowej, jednak działania podejmowane na przestrzeni ostatnich dwóch lat pozwoliły na znaczne ograniczenie działalności szarej strefy oraz procederu wyłudzeń podatku VAT w obrocie paliwami, z czego przedsiębiorcy wydają się być zadowoleni. W dostępnych materiałach źródłowych na temat polskiego rynku paliw wskazuje się, że pierwszym skutkiem wprowadzenia kompleksowych regulacji branży paliwowej było ograniczenie liczby cystern przywożących paliwo do Polski. Jednocześnie odnotowano wzrost zapotrzebowania na paliwo (głównie olej napędowy), który spowodowany był zarówno sezonowością jak i zaopatrywaniem się

przedsiębiorców w legalnych źródłach.

To wszystko złożyło się nawet na chwilowe braki w zaopatrzeniu stacji benzynowych. Zgodnie z raportem Polskiego Instytutu Ekonomicznego luka w podatku VAT w Polsce w 2017 roku spadła o 13 mld zł, co w głównej mierze przypisuje się omówionym w niniejszym artykule działaniom.

Ocena skutków wprowadzonych regulacji, skądinąd pozytywna, nie powinna być jednak traktowana przez Ministerstwo Finansów jako powód do spoczynku na laurach. Do pełnego sukcesu, oprócz przeprowadzenia zmian legislacyjnych niezbędne jest zapewnienie skutecznego ich egzekwowania, w konsekwencji zapewnienie w budżecie środków na prowadzenie kontroli oraz utrzymanie struktur KAS. Kolejnym wyzwaniem stojącym przed KAS jest nadążanie za zmieniającymi się technologiami, w konsekwencji rozwój cyfryzacji oraz rozbudowywanie narzędzi analitycznych wykorzystywanych do wykrywania nieprawidłowości przy rozliczaniu podatku VAT. Ministerstwo Finansów (w ślad za ustawodawcą) nie może jednak zapominać, że działania mające na celu uszczelnienie podatku VAT dotyczą każdego przedsiębiorcy działającego w branży. Większość przedsiębiorców działających na rynku paliw płynnych to uczciwi podatnicy chcący legalnie prowadzić swój biznes. W całym profiskalnym podejściu organów podatkowych nie może zatem zabraknąć zdroworozsądkowego podejścia do, negatywnie się już kojarzących, paliwowców, tj. podmiotów działających na rynku paliwowym. ■

ODKURZACZ PAROWY SELF-SERVICE

Pierwszy samoobsługowy odkurzacz parowy do prania tapicerki i odkurzania + kompresor



Szybki czas
schnięcia



Oszczędność
pieniędzy



Dezynfekuje



Eliminuje
zapachy

- Szansa dla stacji benzynowych i myjni bezdotykowych na pozyskanie nowych klientów chcących samodzielnie wyczyścić wnętrze samochodu
- Umożliwienie kierowcom własnoręcznego czyszczenia wnętrza pojazdu jest odpowiedzią zarówno na potrzeby właścicieli myjni, jak i ich klientów

CAŁOROCZNY okres eksploatacji, 24 godziny na dobę przez cały rok włącznie z zimą

SUCHA TAPICERKA praktycznie w kilka chwil po wypraniu

ŁATWOŚĆ UŻYTKOWANIA prosta i intuicyjna forma użycia ssawki do prania

WYRÓŻNIENIE własnej myjni lub stacji benzynowej na tle konkurencji

BEZPIECZEŃSTWO dla elektryki umieszczonej coraz częściej w siedzeniach aut

PROSTOTA MONTAŻU bez pozwoleń, wystarczy energia elektryczna

ZYSK nie tylko z samego automatu ale i dodatkowych konsumentów przyciągniętych do myjni czy stacji benzynowej

POSZERZENIE dostępności usług, praktyka pokazuje spore zainteresowanie praniem dywanów



Nowość !!! Automat Max czyli trzy w jednym: pranie tapicerki, odkurzanie standardowe i kompresor - to wszystko w jednym urządzeniu. Zapraszamy do kontaktu po szczegóły.



www.inwestujwmyjni.pl
www.greensteam.pl

Adam Szarwiło
tel: (+48)662 408 561
adam.szarwilo@greensteam.pl

Polska sieć stacji paliw MOYA: niedoścignione tempo wzrostu

Ambitne założenia strategiczne spółki ANWIM, właściciela sieci MOYA, to 200 stacji MOYA w całym kraju do końca tego roku i 250 na koniec roku 2019. ANWIM konsekwentnie realizuje swój plan i jednocześnie rozwija ofertę zarówno dla klienta biznesowego, jak i indywidualnego. Otwieranie ponad 40 stacji rocznie to rekordowa dynamika wzrostu, która gwarantuje marce miano najszybciej rozwijającej się sieci stacji paliw w Polsce.

Od początku roku barwy MOYA przybrało już blisko 30 stacji paliw. Placówki sieci można zobaczyć coraz częściej w większych miastach na terenie kraju – w tym roku do sieci dołączyły m.in. obiekty w Opolu, Radomsku, Tarnobrzegu, Dębicy, Słubicach, czy Nardzynie. W połowie bieżącego roku sieć uruchomiła stację automatyczną w Słubicach, która jako jedyna w tamtejszej strefie ekonomicznej posiada również sklep z ofertą gastronomiczną oraz wagę dla samochodów ciężarowych.

Dynamiczny rozwój i sukces marki MOYA to zasługa całego sztabu ludzi pracujących w Anwim, a także naszych partnerów prowadzących stacje franczyzowe oraz ich pracowników. Wysoka jakość produktów dostępnych na naszych stacjach i perfekcyjna obsługa gwarantują nam to, że zadowoleni klienci wracają po kolejne zakupy. Nieustannie inwestujemy w dalszy rozwój marki MOYA – rozwijamy sieć franczyzową, równolegle szukając nieruchomości pod budowę stacji własnych, a także kupujemy i modernizujemy już istniejące obiekty. Jesteśmy niekwestionowanym numerem jeden w Polsce pod względem dynamiki rozwoju – mówi Prezes Zarządu Anwim, Rafał Pietrasina.

Firma konsekwentnie powiększa swoją ofertę skierowaną do firm transportowych. Otwieranie nowych stacji, także automatycznych, zlokalizowanych w punktach kluczowych dla transportu, to nie jedyne kroki w tym kierunku. Sieć konsekwentnie rozwija program

„MOYA Firma” oraz powiększa portfolio kart flotowych akceptowanych na stacjach. Od połowy lipca działają karty operatorów Diesel24 i CRT Partner, które dotychczas nie były honorowane w Polsce. Jest to kolejny krok w stronę poszerzania wachlarza usług dedykowanych segmentowi floty. Działania w tym kierunku pozwalają wyjść naprzeciw oczekiwaniom przewoźników i pozyskać sieci nowych klientów biznesowych.

Równie intensywny jest rozwój oferty dla klientów detalicznych. Zwiększanie liczby stacji zlokalizowanych w miastach i na ich obrzeżach buduje świadomość marki oraz pozwala dotrzeć do większej liczby kierowców. Zmiany oparte na stałej obserwacji trendów, wprowadzaniu nowości, a jednocześnie utrzymaniu jednolitych standardów, widoczne są w ofercie sklepowej i gastronomicznej. Klienci MOYA mają do wyboru kilka rodzajów kaw robionych na bazie nowych mieszanek ziaren, a większość jest dostępna w dwóch pojemnościach: 210 i 420 ml. Ofertę kawową uzupełniają ręcznie robione ciastka. W Caffè MOYA konsumenci mogą skorzystać z oferty zarówno świeżych, przygotowywanych na miejscu kanapek czy hot-dogów, jak i produktów sezonowych. Na przykład, w październiku na wybranych stacjach znalazły się nowe kanapki z mozzarellą i rukolą, a także ręcznie przygotowywana wegetariańska pizza oraz zapiekanka z kurkami i rukolą. W ofercie

pojawiała się także pozycja typowo węgierska, czyli wege burger z kotлетem z kalafiora oraz kaszy bulgur z dodatkiem świeżych warzyw.

Bogaty asortyment sklepowy na stacjach MOYA uwzględnia produkty regionalne, sezonowe i regularnie wprowadzane nowości. Klienci doceniają promocje w sieci MOYA. Szczególnym zainteresowaniem cieszy się, obowiązujący na wszystkich stacjach, „Promo-koszyk” – oferta produktów w specjalnych cenach. Atrakcyjnie przedstawiają się również akcje lojalnościowe, takie jak np. obowiązująca „Kraina Pluszu”. W ramach tych programów, za zebrane punkty, można kupić produkty objęte atrakcyjnymi rabatami.

Konsekwentnie realizując założony plan rozwoju na najbliższy rok Anwim zapowiada jednocześnie, że także w dalszej przyszłości nie zamierza zwalniać tempa. W najbliższych pięciu latach spółka chce podwoić liczbę stacji działających pod logo MOYA. Ze względu na dynamikę rozwoju, firma zdecydowała się na pozyskanie dodatkowego kapitału i w lipcu tego roku podpisała list intencyjny na zakup znaczącego mniejszościowego pakietu akcji Anwim S.A. przez Polish Enterprise Fund VIII, fundusz private equity zarządzany przez Enterprise Investors. Celem transakcji ma być wzmocnienie akcjonariatu oraz dokapitalizowanie spółki dla umożliwienia dalszego wzrostu sieci. ■

NAJSZYBCIEJ ROZWIJAJĄCA SIĘ SIEĆ W POLSCE

Jesteśmy partnerską siecią o ogólnopolskim zasięgu. Oferujemy wsparcie dla właścicieli, wysokiej jakości paliwo oraz atrakcyjne programy promocyjne. Pierwszą stację uruchomiliśmy w 2009 roku, a dziś pod marką MOYA funkcjonuje ponad 180 obiektów. Planujemy, by do końca 2019 roku działało 250 stacji MOYA w całej Polsce. Zbuduj swój sukces razem z nami. Zapraszamy do współpracy.

Kontakt: tel. 22 496 00 30

DOŁĄCZ DO NAS!



GWARANTOWANA JAKOŚĆ PALIW

NA KAŻDEJ Z PONAD 180 STACJI



Benzyna E10 – kiedy zagości na polskich stacjach paliw?

dr Szymon Araszkiewicz

Sprzedawane w Polsce na stacjach paliw benzyny mogą, zgodnie z przepisami, zawierać do 10 procent objętościowo bioetanolu, czyli alkoholu (jest to tzw. benzyna E10). W praktyce, aktualnie na stacjach jest oferowany produkt z 5-procentową domieszką etanolu (tzw. E5). Z uwagi na obawy dotyczące możliwości bezpiecznego stosowania E10 w niektórych samochodach, w polskim prawie wprowadzono kilka lat temu zapisy, że stacje, gdyby chciały je sprzedawać, musiałyby równocześnie oferować też E5. Na razie E10 więc w Polsce nie ma, ale po roku 2020 nie będzie już „obowiązkowo równoległości”.

Do paliw silnikowych, w ramach zarówno realizacji polityki klimatycznej, jak i starań o bezpieczeństwo energetyczne (kwestia zmniejszenia zależności od sprowadzanych z zagranicy surowców i paliw), dodaje się biokomponenty. Są to w Polsce, ale i szerzej, w Unii Europejskiej, przede wszystkim estry metylowe kwasów tłuszczowych w oleju napędowym oraz alkohol etylowy – bioetanol – w benzynach.

W 2009 r. we wprowadzanej w Unii Europejskiej dyrektywie określającej wymagania jakościowe dla paliw zapisano, że benzyna z zawartością do 10 procent alkoholu jest już po prostu benzyną normatywną. Państwom członkowskim pozostawiono możliwość stworzenia ewentualnych narzędzi zabezpieczających dostęp kierowców do E5. Z punktu widzenia samochodów oczywiście nie każdy może bez ograniczeń stosować E10,



jednakże analizując wytyczne producentów widać, że w zauważalnej większości modeli jest to bezpieczne*. Rzecz jasna każdy kierowca powinien sam sprawdzić u producenta przed zatankowaniem, czy może używać E10. By zatem w pełni zabezpieczyć kierowców i ich auta, stosuje się właśnie okresy przejściowe przed pełnym przejściem państw na E10.

Wg przepisów jakościowych, benzyna sprzedawana w Polsce może zawierać dodatek do 10 procent bioetanolu. Jednocześnie jed-

nak prawo nakłada wspomniany obowiązek na prowadzących stacje, by, jeżeli chcą sprzedawać E10, zapewnili też na swoich obiektach E5. Taki stan rzeczy ma być zapewniony do końca 2020 r., potem znika obowiązek równoległego oferowania dwóch standardów benzyny. Kwestia zawartości bioetanolu nie jest, co warto podkreślić, powiązana z liczbą oktanową benzyny. Pytania o sprzedaż benzyny E10 to nie tylko polski dylemat. W Europie takie paliwo jest obecne na rynkach np. we Francji, Belgii czy w Finlandii i to jako podstawowe, a nie jako uzupełnienie dla E5. Problem zabezpieczenia dostępu do E5 rozwiązano w Finlandii stosując ją jako benzynę 98, a popularną benzynę 95 sprzedaje się w standardzie E10. We Francji również w ostatnich latach szybko rosło zainteresowanie benzyną E10. Kluczem do jej popularności wśród sprzedawców (a dzięki temu dociera ona też do kierowców) są preferencje podatkowe – E10 obłożona jest niższym podatkiem niż jej odpowiedniczka z 5 procentową zawartością bioetanolu. Władze nad Sekwaną uznały, że preferencje fi-

skalne uzasadnione są interesem promowania paliwa o lepszym wpływie na środowisko.

Biorąc zatem pod uwagę narzuconą na producentów i importerów paliw konieczność realizowania celów środowiskowych (a więcej biokomponentu – to bliżej do ich osiągnięcia) i raczej niskie ryzyko technologiczne wprowadzenia E10, dlaczego zatem tej benzyny nie ma na rynku? Znow wracamy do warunku zabezpieczenia obecności E5, który pociąga za sobą konkretne obciążenia logistyczne dla operatorów i właścicieli stacji. Mówiąc wprost, konieczność zagwarantowania osobnych zbiorników na benzyny E5 i E10 wykluczyła na razie sprzedaż tej drugiej. Jak mówi w rozmowie z „Na stacji paliw” Krzysztof Kopeć z Grupy Lotos: – Obowiązek zapewnienia tzw. „protection grade” (czyli właśnie benzyny E5 – przyp. redakcji) do końca 2020 roku implikuje z jednej strony brak zainteresowania klientów benzyną E10, a z drugiej strony, działająca w całym łańcuchu logistycznym infrastruktura, łącznie z tą na stacjach paliw, nie pozwala na wprowadzenie do obrotu dodatkowego, poza już dystrybuowanymi, rodzaju benzyny.

Odpowiedź na postawione w tytule artykułu pytanie wydaje się być zatem dość logiczna – benzyna E10 może zagościć na polskich stacjach najprawdopodobniej po 2020 r. Oczywiście pamiętajmy, że pod hasłem E10 kryje się możliwość dodawania do 10 procent, więc i 4, 5 czy też 6 procent, ale zakładamy że ustawodawca zagwarantuje prawnie pewien minimalny, większy niż 5 procent, ilościowy udział bioetanolu w benzynach, który daje gwarancję realizacji zakładanych celów środowiskowych. Zatem – rok 2021 będzie rokiem zmiany, chyba że prace prowadzone na szczeblu Unii Europejskiej i w Polsce nad polityką klimatyczną sprawią, że w interesie Polski i też polskich firm paliwowych będzie przyspieszenie wprowadzenia na rynek większej ilości biokomponentów, w formie dodania do ich paliw.

* Listę kompatybilności aut z benzyną E10 podaje np. Europejskie Stowarzyszenie Producentów Samochodów ACEA, czy też fińskie organizacje zrzeszające wytwórców paliw (w Finlandii taka benzyna jest powszechnie dostępna).

Profesjonalny wizerunek w biznesie

Monika Sadowska

Podświadomość w ciągu zaledwie 3 minut dokonuje oceny nowo poznanej osoby. I choć mówi się, że to nie szata zdobi człowieka, to strój w pierwszej kolejności „przemawia” za nas. Wygląd zewnętrzny, zwłaszcza w biznesie, wymaga więc szczególnej uwagi.

Kreując swój profesjonalny wizerunek należy pamiętać o stylu i elegancji. Ubierając się właściwie nie tylko wyrażamy szacunek naszemu rozmówcy, ale także zwiększamy prawdopodobieństwo na pozytywną odpowiedź drugiej strony. Odpowiedni ubiór odgrywa również niebagatelną rolę w kształtowaniu naszego samopoczucia. Będąc ubranym dobrze i z klasą, dodajemy sobie pewności siebie i czujemy się bardziej atrakcyjni. Jednocześnie inni postrzegają nas bardziej profesjonalnie.

Elegancja to prostota. Podstawową zasadą eleganckiego ubioru jest to, aby nie wywoływał on niesmaku otoczenia. Prawidłowa biznesowa stylizacja powinna być zharmonizowana, mieścić się w odpowiedniej gamie kolorystycznej, a jednocześnie pasować do sylwetki, typu urody oraz osobowości. Czego bezwzględnie należy unikać w środowisku biznesowym? Poniżej lista niedopuszczalnych błędów.

Wybierając stylizację biznesową, należy uważać również na czerń. Istnieje przekonanie, że jest to kolor uniwer-

salny, pasujący wszystkim i odpowiedni na każdą okazję. Wbrew jednak powszechnej opinii, dress code pozwala na noszenie czerni wyłącznie na wieczór (przyjmuje się, że od godziny 18:00). Ponadto czarny jest kolorem wymagającym, pochłaniającym światło, a więc ciężkim optycznie – nie każdy typ urody jest w stanie ten ciężar udźwignąć. Budując swoją osobistą markę w biznesie warto, w ciągu dnia, postawić na niebieski lub jego ciemniejszy odcień: granat – kolory wzbudzające zaufanie, uosabiane z profesjonalizmem i prestiżem – a to cechy bardzo cenione, nie tylko w sytuacjach zawodowych.



JAKICH BŁĘDÓW STYLIZACYJNYCH POWINNI WYSTRZEGAĆ SIĘ MĘŻCZYŹNI?

- Koszula z krótkim rękawem (dodatkowo zestawiona z krawatem i/lub marynarką)
- Niewłaściwa długość krawata
- Kołnierzyk koszuli zapinany na widoczne guziki przy garniturze wizytowym lub wieczorowym
- Zapięta marynarka w pozycji siedzącej
- Rozpięta marynarka w pozycji stojącej
- Overdressed (ubrany zbyt formalnie niż inni)
- Underdressed (ubrany nie tak formalnie jak inni)

JAKICH BŁĘDÓW STYLIZACYJNYCH POWINNY UNIKAĆ KOBIETY?

- Prześwitujące materiały w ciągu dnia
- Głęboki dekolty, odkryte ramiona i plecy w ciągu dnia
- Buty odkrywające palce i pięty
- Brak rajstop
- Biżuteria w zbyt dużej ilości
- Długość mini
- Kolory zbyt jaskrawe, krzykliwe
- Overdressed (ubrana zbyt formalnie niż inni)
- Underdressed (ubrana nie tak formalnie jak inni)

„Mycie dla potrzeb własnych lub usługi dla klientów?”



Odkryj nowy wymiar mycia pojazdów.

Aby dowiedzieć się więcej:

Tel.: +48 782 402 999 | Email: biuro@washtec.de

www.washtec-polska.pl



The WashTec logo, consisting of a stylized blue circular icon followed by the brand name 'WashTec' in a bold, black, sans-serif font.

Nie tylko Biały Dom

Oczywiste i nieoczywiste atrakcje Waszyngtonu

Jakub Bogucki

To miasto oglądamy od dzieciństwa w tuzinach filmów i dziennikarskich korespondencji. Widzieliśmy kosmitów atakujących Pentagon, przemierzaliśmy nocą korytarze rezydencji Franka Underwooda czy wzruszaliśmy się przy spotkaniu Forresta Gumpa i Jenny pod Pomnikiem Lincolna. Popkulturowy Waszyngton znamy lepiej niż Londyn, Paryż czy Wenecję. Ale jaka jest prawda o grodzie nad Potomakiem? Ile właściwie amerykańska stolica ma wspólnego z tak dobrze znanym filmowym portretem?

Prezydent Eisenhower miał kiedyś powiedzieć: „W Waszyngtonie jest wiele rzeczy nie tak. Jedną z nich jest to, że wszyscy są zbyt daleko od domu”. Subtelny żart podkreślał jednak głęboką prawdę, której w Ameryce większość osób jest świadoma. Waszyngton to miasto zbudowane „wokół” urzędów i instytucji. Jego mieszkańcami (a jest ich w samym mieście – nie aglomeracji – niecałe 700 tys., czyli mniej niż choćby w Krakowie) byli przez pokolenia w znacznej mierze pracownicy administracji lub ludzie związani z usługami ułatwiającymi funkcjonowanie reszcy urzędników. Od czasów Eisenhowera jednak profil miasta się znacząco zmienił – miasto od lat 50-tych XX wieku nie tylko zmalało, ale zmieniło też swój przekrój rasowy. Biali mieszkańcy częstokroć uciekają z Waszyngtonu na przedmieścia, a w szczycie tego trendu w 1970 roku – według „New York Timesa” – populacja afroamerykańska osiągnęła 71 procent mieszkańców. Wpływ różnych kultur jest tu widoczny, można wręcz pokusić się o określenie, że Waszyngton to wydestylowany



„duch” kultury amerykańskiej w czystej postaci, jednak pewnym mankamentem jest to właśnie, o czym mówił prezydent Eisenhower – to miasto-zlepek, miasto, w którym większość osób jest „służbowo”. Na szczęście taki nastrój nie musi udzielać się turystom, którym Waszyngton ma wcale niemało do zaoferowania.

MIASTO POMNIKÓW

Z całą pewnością zdjęcie pod Białym Domem, Kapitołem czy Lincoln Memorial to obowiązkowe elementy programu nawet najkrótszej wizyty w stolicy USA. To miejsca tak mocno zakorzenione w masowej świadomości, że nie sposób ich pominąć. Władze miasta doskonale zdają sobie z tego

sprawę i rzeczywiście miejsca te oferują turystom wiele możliwości poznania. Naturalnie zwiedzenie Białego Domu nie jest rzeczą łatwą (zwłaszcza dla cudzoziemców), ale nie niemożliwą. Reszta „atrakcji” jest zupełnie osiągalna – a zaskoczeniem będzie też zapewne bliskość potężnych neoklasycystycznych gmachów upamiętniających prezydentów Lincolna czy Jeffersona, które można obejrzeć podczas zwykłego spaceru. Waszyngton wydać się może turystę w swojej centralnej części przede wszystkim miastem symbolicznych upamiętnień, które napotkać można na każdym kroku – głównie chodzi tu o postacie życia politycznego czy wielkich wodzów (w tym choćby



Tadeusza Kościuszkę, którego pomnik stoi nieopodal Białego Domu). Smutnym i nastrojowym elementem waszyngtońskiego krajobrazu są z całą pewnością pomniki związane z wojenną przeszłością Stanów Zjednoczonych. Czarna ściana nazwisk poległych w wojnie wietnamskiej czy stalowe postacie idących żołnierzy konfliktu koreańskiego nie są typową „heroizacją” śmierci, ale wrażenie jakie robią na długo pozostaje w pamięci. Na szczególnie uwagę zasługuje też tzw. Iwo-jima Memorial w Arlington, pomnik piechoty morskiej, który odwzorowuje Pulitzerowskie zdjęcie Joe Rosenthala, opisane świetnie w książce „Sztandar chwały” Jamesa Bradleya i będące dla Amerykanów symbolicznym obrazem końca II Wojny Światowej.

Aby oddać sprawiedliwość – trzeba jednak zaznaczyć, że w stołecznym krajobrazie dalej od ścisłego centrum pomników jest jednak mniej, mamy też „zwykłą” infrastrukturę miejską, zwłaszcza kuszącą turystów liczne teatry, sale koncertowe na czele z John F. Kennedy Center for the Performing Arts czy kluby o wielkiej renomie wśród miłośników jazzu czy bluesa.

DOTKNIJ ZIEMI Z KSIĘŻYCA

Wikipediowa lista najchętniej odwiedzanych w 2017 roku muzeów świata na trzecim miejscu wymienia – co może być pewnym zaskoczeniem –

waszyngtońskie Narodowe Muzeum Lotnictwa i Kosmosu, a wyprzedza je tylko Luwr i pekińskie Muzeum Narodowe. Co więcej, w pierwszej piętnastce lokują się jeszcze trzy inne obiekty muzealne – na miejscu siódmym Muzeum Historii Naturalnej, na ósmym Narodowa Galeria Sztuki, zaś na czter nastym – Muzeum Historii Amerykańskiej. Muzea amerykańskiej stolicy są częścią największego na świecie kompleksu muzealno-edukacyjnego Smithsonian Institution, który powstał w roku 1846.

Ogromny kompleks muzealny rozmieszczony jest w centrum miasta – w niewielkich odległościach od siebie można zwiedzić ekspozycje poświęcone przyrodzie, historii czy sztuce. Szczególne wrażenie robią też powstałe w ostatnich latach obiekty poświęcone społecznościom indiańskim i afroamerykańskim. Widać w nich bowiem nie tylko dramat historii, ale także wysmakowane zaprojektowanie

budynków i infrastruktury prezentacyjnej, mającej wiązać się z tradycją i kulturą omawianych grup.

Z pewnością dla wielu osób symbolicznym elementem wizyty w waszyngtońskim kompleksie muzeów może być wizyta we wspomnianym już Narodowym Muzeum Lotnictwa i Kosmosu, gdzie już na początku możemy dotknąć autentycznej skały księżycowej przywiezionej przez astronautów, a także zobaczyć z bliska choćby pierwsze samoloty, które uświadamiają nam, jak długą drogę przeszliśmy zaledwie przez ostatnie stulecie. Przez stulecie, którego tyle różnorodnych refleksów zobaczyć można właśnie zwiedzając amerykańską stolicę, miasto skrupulatnie zbieranych pamiątek po dynamicznym skoku cywilizacyjnym (jak patetycznie by to nie brzmiało) znad Potomaku w bezkres kosmosu. ■

Czym jest AVIA

AVIA to wspólna marka i stowarzyszenie niezależnych importerów, producentów i dystrybutorów paliw, a także innych źródeł energii i produktów energetycznych. Marka AVIA powstała w 1927 r. w Szwajcarii jako grupa kilku niezależnych rodzinnych firm oferujących produkty naftowe pod wspólnym brandem. Pomysł spodobał się w innych krajach europejskich, w efekcie czego w 1960 r. utworzono wielką rodzinę firm z branży petrochemicznej – AVIA International. Obecnie Stowarzyszenie zrzesza 90 podmiotów z 14 krajów Europy, generując obroty na poziomie 20 mld euro rocznie. Pod marką AVIA działa ponad 3000 stacji paliw, m.in. w Niemczech, Francji, Szwajcarii i Holandii, co daje 6. miejsce wśród największych firm w tym sektorze i przewagę nad takimi koncernami jak: Orlen, Aral, Lukoil czy OMV. Do rodziny AVIA należą też producenci i sprzedawcy: energii elektrycznej, zielonej energii (farmy słoneczne i wiatrowe), oraz środków smarnych dla przemysłu i motoryzacji.

UNIMOT REPREZENTANTEM MARKI AVIA W POLSCE

Pod koniec 2016 r. UNIMOT S.A. został członkiem międzynarodowego stowarzyszenia AVIA International, otrzymując tym samym prawo do sprzedawania swoich produktów na polskim rynku pod marką AVIA. W pierwszej kolejności Spółka zdecydowała się stworzyć nową sieć stacji paliw pod tym brandem. Sieć funkcjonuje w modelu franczyzowym i jest budowana na terenie Polski od ponad roku. Obecnie liczy 22 stacje AVIA, w tym 3 należące do UNIMOT. Do roku 2020 UNIMOT planuje uruchomić 100 stacji pod tym brandem.

Stacje AVIA oferują podstawowe paliwa (olej napędowy, benzyna, LPG) oraz znakomity olej napędowy, z dodatkami istotnie poprawiającymi liczbę cetanową. W efekcie AVIA Diesel Gold jest prawdopodobnie najmocniejszym

olejem napędowym premium w Polsce, co wpływa pozytywnie na osiągnięcia napędzanego nim samochodu. Na wszystkich sieciowych stacjach możliwa jest sprzedaż paliwa za pomocą kart UTA i DKV. Wszystkie stacje AVIA mają też wdrożoną aplikację Tankuj24, za pomocą której można kupić paliwo on-line po niższej cenie i odebrać je w tych placówkach. Marką gastronomiczną stacji AVIA jest „Esenso Cafe” – znakomita, specjalnie skomponowana mieszanka kaw, dzięki której uzyskuje się aromatyczny napój. W ofercie gastronomicznej placówki mają też firmowe hot-dogi. W szerokiej gamie produktów na stacji znajdują się m.in. oleje i płyny eksploatacyjne AVIA, które zajmują istotną pozycję na rynku i są doskonale kojarzone również w Polsce. Jest to zasługa trzech elementów: marki, jakości i rozsądnej ceny.

CO WYRÓŻNIA OFERTĘ AVIA NA RYNKU?

Oferta AVIA jest wyjątkowa na rynku stacji paliw ze względu na elastyczne podejście do partnerów. Przystępując do sieci franczyzowej AVIA, właściciel stacji nie czuje się ograniczany w swoim biznesie. Zespół ekspertów z UNIMOT stara się doradzać i uzasadniać wszystkie propozycje zmian. Indywidualne podejście do każdego partnera sprawia, że wszelkie sugestie i warunki uczestnictwa są negocjowane na każdym etapie współpracy. Na stacji paliw montowane są wystandaryzowane graficznie elementy wizualne marki AVIA, przy czym UNIMOT w każdym przypadku analizuje ich efektywność kosztową. Dzięki temu właściciel stacji jest pewien, że nie przepłaca, dostosowując jej wygląd do norm przyjętych w sieci AVIA.



**Dołącz do ponad 3000 stacji paliw AVIA w Europie
i już 22 działających w Polsce!**



**Przynależność do
międzynarodowego
stowarzyszenia**



**Niezależność
w wyborze
dostawcy paliwa**



**Wsparcie
w prowadzeniu
biznesu**



**Dostęp
do kart flotowych
i rabatowych**

**Wejdź na stronę www.AviaPolska.pl
i skontaktuj się z nami!**



DS 7 Crossback. Lord Vader

Piotr Majka (Test Auto)

Mroczny, groźnie wyglądający, o tylnych lampach niczym miecz świetlny, a dodatkowo w czarnym kolorze. Pierwsze skojarzenie jakie może pojawić się po zobaczeniu DS 7, to motoryzacyjny Darth Vader. W rzeczywistości nie przeciągnie nikogo na ciemną stronę mocy. Jest bardziej samochodem pełnym gadżetów i z pewnością zadowoli nie jednego gadżeciarza. Ale czy może się podołać wyłącznie tej grupie odbiorców?

Agresywne linie widać tutaj na każdym kroku. Projektanci zadbali o to, by auto budziło respekt. Czulem to na własnej skórze, kiedy to inni kierowcy widząc DS 7 w lusterku pokornie zjeżdżali na drugi pas. Przednia linia DS'a mówi sama za siebie. Jestem groźnym drapieżcą. Wystarczy spojrzeć na ogromny, czarny grill, a od razu przejdą Cię ciarki. Kto by się spodziewał tego po francuskim samochodzie?

Gdy przyglądamy się z bliska wszystkim detalom, zauważymy jak bardzo projektanci przywiązują uwagę do szczegółów. Tylna światła, w których zastoso-

wano głębię, gdy się zapalą powstaje efekt trójwymiarowości. Jeszcze lepiej jest z przodu, kiedy to po odryglowaniu drzwi lub ich zamknięciu światła w kształcie kryształów odbywają swój taniec. Kryształy obracają się jeden po drugim, lub wszystkie jednocześnie powodując opad szczęki tak nisko, że trzeba ją zbierać z ziemi. Nie mniejsze wrażenie robi wśród przechodniów, a może nawet bardziej gapiów, między którymi można poczuć się jak celebryta.

Wnętrze jest nie mniej szokujące. Ilość gadżetów i detali bije tak mocno, że ciężko zdecydować się czy jesteśmy w samochodzie, czy będziemy zaraz prowadzić gwiazdny krążownik Imperial*. Na pierwszy rzut oka wewnątrz DS 7 wydaje się być niezwykle stylowe i wyrafinowane, a na konsoli środkowej widnieje ogromny ekran,

o wielkości zbliżonej do tych z naszych domowych laptopów. Przyciski otwierania szyb czy ryglowania drzwi umieszczono na tunelu środkowym. I tu faktycznie poczuć się jak za sterami statku powietrznego. Pasażerowie z tyłu mogą nawet za pomocą przycisków w drzwiach sterować pochYLENIEM tylnej kanapy. Materiały też wydają się niczego sobie, w końcu spore wrażenie robią przeszybiałe na bocznych drzwiach, czy desce rozdzielczej, ale nie ma róży bez kolców...

Gdy ochłonimy od natłoku wrażeń, którymi promieniuje wnętrze DS'a zdamy sobie sprawę, że tak naprawdę całe wnętrze nie ma sensu. Wszystkie pojedyncze detale są niezwykle dopracowane, a nawet dopieszczane, tylko że całe wnętrze wydaje się być zbudowane z elementów niepasujących do siebie. Tak jakby nad wnętrzem pracowało



wiele osób, ale każda z nich była odpowiedzialna za zaprojektowanie, któregoś elementu bez konsultacji z całą grupą. Materiały we wnętrzu są wysokiej jakości, ale są twarde. Zwłaszcza chodzi mi o siedzenia, które wyglądają fenomenalnie, są dobrze wyprofilowane, obszyte dobrej jakości skórą i mają funkcję masażu, ale gdy na nie siadamy czujemy się jak na krześle. Są bardzo twarde, jak nie w typowym aucie z Francji. Kiedy po DS 7 przesiadłem się do Volvo XC40 odczułem niewykłą ulgę i ogromny komfort, gdy mój zadek delikatnie zatopił się w miękkiej skórze Szwedzkiego auta.

Silnik odpalamy za pomocą przycisku nad ekranem systemowym. Po uruchomieniu silnika nad przyciskiem obraca się analogowy zegarek, a pod nim włącza 12 calowy ekran systemu multimedialnego. Styl graficzny na ekranie przypomina ten, pasujący do wszystkich elementów zastosowanych w aucie, czyli jest przepelniony wszelkimi rombami. Jest to jedynie nakładka systemu, który jest rozbudowaną wersją znaną z Citroena czy Peugeot. Podoba mi się wysoka rozdzielczość i dobry kontrast. Świetnie radzi sobie nawet w dużym słońcu. Sam system działa w miarę płynnie ale

czasem potrafi się delikatnie przyciąć. Minus należy się też za słabą jakość kamery cofania i sztucznie generowany widok 360 stopni.

Są też plusy. A nimi są liczne gadżety. Dzięki nim mroczny DS 7 przeobraża się w potulnego SUVa z mnóstwem systemów bezpieczeństwa. Największe wrażenie zrobiła na mnie kamera termowizyjna, która w nocy wyświetla obraz na cyfrowym kokpicie za kierownicą. Kamera odczytując temperaturę w otoczeniu jest w stanie rozpoznać człowieka lub zwierzę i oznaczyć je na ekranie. Oczywiście nie jest to czymś zupełnie nowym. Takie rozwiązania istnieją już w innych, droższych autach, nie mniej jednak robi to wrażenie.

Duża kłapa bagażnika jest otwierana elektrycznie, czy to za pomocą przycisku czy też przy pomocy machania nogą. Kiedy ta nowość wchodziła na rynek zastanawiałem się czy nie jest to bez sensu, jednak z biegiem czasu zacząłem być coraz bardziej leniwy i coraz bardziej doceniam metodę otwierania bagażnika nogą. Tym bardziej, że kłapa DSa jest tak duża, że musi ważyć z pół tony. Podnosi się niemal cała tylna bryła auta... A po otwarciu otrzymujemy 555 litrów pojemności. Gdyby nie mocno ścięty tył auta, przestrzeń byłaby jeszcze większa.

Dużego SUVa napędza mocniejszy Diesel o pojemności 2 litrów i mocy 180 KM. Maksymalny moment obrotowy wynosi tu aż 400 Nm. Przyspieszenie do pierwszych 100 km/h wynosi 9,4 sekundy, a prędkościomierz zatrzymuje się przy 215 km/h. Osiągi nie wyglądają imponująco ale w rzeczywistości to bardzo elastyczna jednostka, która zapewnia wystarczającą dynamikę do normalnej jazdy, a nawet coś więcej. Automatyczna skrzynia biegów ma aż 8 przełożeń i nie tylko działa bardzo sprawnie, ale też gwarantuje całkiem niskie zużycie paliwa. Na trasie w zależności od tego jak ekonomicznie jeździmy, poza miastem zużycie paliwa będzie się wahać między

5,5 a 6,5 l/100km. Na drogach ekspresowych i autostradach DS 7 zużywa odpowiedni 7,1 oraz 8,1 litra, a w mieście zużycie paliwa rośnie do 9 litrów.

Dwulitrowa jednostka BlueHDI generuje ogromne drgania silnika, które tłumi ogromna bryła francuskiego auta. Wygłuszenie wnętrza jest na tyle dobre, że większe szумы usłyszymy dopiero przy wyższych prędkościach ale i one nie będą uciążliwe. Niestety na ten moment DS 7 dostępny jest wyłącznie z napędem na przednią oś. A szkoda. Przy takiej mocy i jesiennej pogodzie, podczas żwawego ruszania z miejsca czuć jak przednia oś ucieka, a samochód z trudnością próbuje złapać przyczepność. Niestety napęd na cztery koła będzie dostępny w późniejszym okresie i to jedynie w wersji Hybrydowej E-Tense. Prowadzi się za to precyzyjnie i z dużą pewnością, a duża bryła nie jest podatna na większe podmuchy wiatru, bardziej go przecina.

Zanim zakończę swoje wywody sprawdź Was na ziemi. DS 7 kosztuje co najmniej 126 tys. złotych, jednak te wszystkie gadżety, które ma testowy egzemplarz też muszą swoje kosztować. Najmocniejszy Diesel i wersja wyposażeniowa Grand Chic z kilkoma dodatkami wyciągnie z naszego portfela nieco ponad 200 tys. To niemal dwukrotność tego, ile kosztuje wersja podstawowa...

DS 7 nie jest samochodem idealnym. Marka DS wciąż wkracza w rynek Premium i ma jeszcze sporo do nadrobienia. Dużo gadżetów i dobre materiały to nie wszystko. Patrząc jednak na francuskiego SUVa pod innym kątem, jest to naprawdę ciekawy samochód. Rzuca się w oczy niczym gwiazda filmowa i nic dziwnego. Wygląda naprawdę dobrze. Zwłaszcza w droższych wersjach wyposażenia. Jest też oszczędny, bezpieczny i nowoczesny. Jednak jeśli szukacie wysokiego komfortu i luksusu, to tego tu nie znajdziecie. DS 7 jest samochodem, który bardziej pasuje do osób, które chcą się wyróżnić. ■



Co sądzę o...

zwracaniu przez stacje na siebie uwagi kierowców

dr Szymon Araszkiewicz

Troska o dobrą ofertę paliwową i niepaliwową to podstawa działania każdej stacji. Konkurencyjna oferta paliw, w odpowiedniej jakości, a do tego „mała gastronomia” i sklepik z właściwie dobranym asortymentem wydają się być doskonałą odpowiedzią na oczekiwania dzisiejszych klientów. Im więcej przecież tych klientów przyjedzie, tym więcej zarobi właściciel. Lokalizacja stacji też jest ważna jeśli chodzi o jej późniejsze wyniki. Szkoda, że para idzie czasem w gwizdek – kiedy dobrze prowadzona stacja, w trafionej lokalizacji, jest zwyczajnie trudna do odnalezienia. Jeżdżąc po Polsce znaleźć można wiele przykładów zarówno takich obiektów, które przyciągają do siebie potencjalnych użytkowników odpowiednim oznakowaniem, z właściwym wyprzedzeniem, jak i takich które same marnują nadarżające im się okazje do zwiększenia przychodu.

Ostatnie kilkanaście lat to intensywny rozwój połączeń drogowych w Polsce, a najbardziej reprezentatywnym i efektownym tego wyrazem są autostrady i drogi szybkiego ruchu. Wyrosły przy nich MOP-y ze stacjami paliw. Tych oczywiście oznakowywać nie trzeba, ciężko je przeoczyć. Nie każdy jednakże chce na takiej stacji tankować – różnice cenowe między MOP-em a stacjami położonymi nie przy „przelotówkach” potrafią być zauważalne, a rachunek za tankowanie przy autostradzie stosownie wyższy. Cóż, jest wygodnie, szybko i na miejscu, czasami dochodzi jeszcze kwestia karty flotowej – niemniej każdy może wybierać.

O ile zatem wielu kierowców skusi się np. na posiłek na MOP-ie, lub chętnie skorzysta z toalety czy odpocznie na parkingu, o tyle z kupowaniem paliwa już bywa różnie. Poza tym są odcinki dróg szybkich, gdzie stacji jeszcze nie ma. Z pomocą idą znaki, informujące że jeśli zjedzie się z takiej trasy, to już za kilka kilometrów będzie stacja. Jeśli dodatkowo ten sam znak informuje, że przy trasie z kolei najbliższy obiekt będzie za kilometrów np. kilkadziesiąt, to jest to konkretny sygnał.

Spotykamy się jednakże z komentarzami podróżnych, że bywa często tak, że po zjeździe z drogi szybkiej trafiają w pewnym momencie na skrzyżowanie lub rondo z trzeba zjazdami i... nie wiedzą, gdzie dalej jechać. Czasami z pomocą pospieszy nawigacja, jednak nie każdy ma ją zawsze włączoną, nie zawsze jest też czas by przystanąć na poboczu lub, niczym w komedii, zrobić kilka kółek na rondzie czekając aż sygnał dotrze do urządzenia. Tymczasem prostym rozwiązaniem byłoby umieszczenie tablic lub znaków dojazdowych, które właśnie same „nawigowałyby” podróżnego do celu.

Wróćmy na chwilę do tematu cenowego. Zdarza się, że stacje położone w bezpośredniej bliskości drogi szybkiego ruchu są naprawdę konkurencyjne cenowo, a i oferta pozapaliwowa na nich, choć skromniejsza od tej z MOP-ów, wytrzymuje konkurencję bez wstydu. Nie będę uprawiał kryptoreklamy, więc celowo nie podaję przykładów, choć kilka znam (bezpośrednio w pobliżu A1 i S8 choćby). Myślę, że nieje-

den kierowca poświęciłby kilka minut na zjechanie i skorzystanie, gdyby wiedział że ma w pobliżu alternatywę dla stacji przy szybkiej trasie. Przynajmniej warto dać ludziom możliwość wyboru, lub materiał do przemyślenia i zapamiętania. Jeśli nie przyjadą od razu za pierwszym razem, to być może za którymś kolejnym. Wracamy tu do kwestii zwrócenia na siebie uwagi. Są stacje, które zadbały o to, by w drodze kierowcy widzieli tablice z prostą, graficzną informacją typu „zjedź za X kilometrów w kierunku na Y, przejeżdż N kilometrów i zatankuj u nas, zjedz, napij się kawy. Podajemy też ceny”. Niestety, znam też obiekty, które choć mają wiele do zaoferowania, po prostu tego nie robią. Owszem, funkcjonują, bazując na swoim lokalnym rynku, ale nie mogą pozbyć się myśli, że mogłyby sprzedawać jeszcze więcej.

Sporo piszę tu o stacjach położonych niedaleko autostrad i dróg szybkiego ruchu, ale przecież to temat znacznie szerszy i dotyczyć może wielu stacji – tych przy drogach „zwykłych”, czy tych położonych w miejscowościach. Widzę i słyszę, że niektóre nowo otwierające się obiekty potrafią poprzez billboardy czy tablice ustawione w różnych miejscach w swoich miastach zachęcać kierowców do odwiedzin. Znów, jak często w tej rubryce zaznaczam – nie ma „złotych recept”, które zawsze dadzą nam gwarancję sukcesu, ale jeżeli nie zrobimy jak najwięcej by sobie pomóc, to tym bardziej szanse na ten sukces zmniejszamy.

SYSTEM DLA STACJI PALIW McSPAL 7

System dla stacji paliw McSPAL 7 to wydajne zarządzanie stacjami paliw. Klienta zachęcasz promocjami centralnymi, kuponami rabatowymi, kodami PLU, ceną dnia SPOT. Szybko wygenerujesz potrzebne raporty. McSPAL 7 posiada przyjazny, dotykowy interfejs kasjera.

PRZYKŁADOWE FUNKCJE

- wystawianie faktur do wielu paragonów nie blokuje stanowiska kasowego
- możliwość drukowania faktury na drukarce fiskalnej
- swobodne planowanie promocji, rabatów
- automatyczne przysyłanie danych do księgowości (moduł McEXP)
- generowanie plików JPK
- sprawne przyjmowanie dostaw paliw, przeprowadzania inwentaryzacji

SYSTEM CENTRALNY McHOSS

System centralny McHOSS to aplikacja przeznaczona dla **sieci stacji paliw**, dostępna z poziomu przeglądarki internetowej (platforma WiiO).

PRZYKŁADOWE FUNKCJE

- możliwość centralnego zarządzania siecią stacji w chmurze
- centralne tworzenie rabatów i promocji dla całej sieci
- wydawanie i obsługa kart stałego klienta
- tworzenie własnych kart flotowych
- centralny eksport danych i centrala obsługi JPK
- tworzenie analiz i budowanie raportów dla sieci stacji paliw w oparciu o Centralną Listę Asortymentową
- centralna obsługa zamówień, centralne księgowanie poszczególnych transakcji, płatności i zapisów księgowych
- dodatkowe moduły poprawy obsługi klienta i marketingu: tworzenie i propagowanie okresowych promocji dla całej sieci; graficzne wsparcie kasjera
- zbieranie danych o klientach (Big data)

NAGRODY I WYRÓŻNIENIA



ZAPRASZAMY DO WSPÓŁPRACY !

Kraków: Andrzej Sikora, tel: 602 364 667, mail: andrzej.sikora@mccomp.pl

Warszawa: Wojciech Kosiński, tel: 512 165 178, wojciech.kosinski@mccomp.pl



Doznanie Porsche na wyciągnięcie ręki.

Gotowe do drogi modele Porsche dostępne w wyjątkowej ofercie Porsche Centrum Wrocław

W Porsche nie uznajemy kompromisów. Podążamy własną drogą, gdyż uważamy, że jest ona najlepsza. Pokonujemy kolejne zakręty, bo tylko w ten sposób osiągamy wyznaczone cele. Wierzymy w sukces, który jest efektem konsekwencji i wiary we własne przekonania. Żyjemy pełnią życia, chcąc doświadczać tego co najlepsze i wyjątkowe. Jedyne co nas ogranicza to czas. Znajdź swój model gotowy do drogi.

Porsche Centrum Wrocław

Auto LELLEK Group

Al. Karkonoska 54

53-015 Wrocław

Tel.: 71 6 911 911

www.porsche-wroclaw.pl



PORSCHE