

Na Stacji Paliw

Nr 4/2019 (17) | październik-grudzień 2019

Temat numeru:

WYBIERZ NAJLEPSZYCH!

GŁOSUJEMY NA PRODUKT ROKU 2019 E-PETROL.PL

 **PRODUKT
ROKU 2019**
e-petrol.pl

STACJA PRZYJAZNA
MOTOCYKLISTOM

MARKI WŁASNE
KLUCZEM DO SUKCESU?



GLOBI

TWÓJ SKLEP MOŻE ZARABIAĆ WIĘCEJ

CARREFOUR ZAPRASZA DO WSPÓŁPRACY W RAMACH
TRZECH SPRAWDZONYCH KONCEPTÓW SKLEPÓW



OFERUJEMY:

- rozpoznawalną markę,
- unikalne na polskim rynku warunki współpracy,
- profesjonalne narzędzia wspierające Twój biznes,
- stałe wsparcie naszych specjalistów,
- znakomity marketing na poziomie ogólnopolskim i lokalnym,
- bezpieczeństwo i stabilizację w ramach sprawdzonego biznesu.

**DOWIEDZ SIĘ, ILE ZYSKASZ
NA FRANCYZIE!**

Carrefour Polska Sp. z o.o.
ul. Targowa 72, 03-734 Warszawa
tel. 22 517 25 09, 22 517 27 23
franchising@carrefour.com
www.carrefour.pl



Od redaktora

W nowym wydaniu Magazynu Branżowych Inspiracji „NA STACJI PALIW” tematem numeru uczyniliśmy poszukiwanie najlepszego z najlepszych – wszak do 29 listopada trwa głosowanie na „Produkt Roku 2019 e-petrol.pl”. Nasze pismo prezentuje kandydatury do tytułu i zachęca gorąco do przyjrzenia się rynkowym innowacjom i rozwiązaniom kończącego się nieubłagane roku, które mogłyby stanowić doskonale uzupełnienie oferty stacji lub wspomóc prowadzenie biznesu.

Prócz tego – jak w każdym wydaniu – chcemy pokazywać Państwu różne aspekty działania na rynku stacji i paliw płynnych, dlatego sięgnęliśmy m.in. po sugestie i porady prawników i specjalistów dotyczące ważnych zmian prawnych, które w krótkim czasie zaczną dotyczyć branży. Nie można nie zwrócić też uwagi na teksty dotyczące

praktyki rynkowej w zakresie coraz popularniejszych marek własnych na stacjach, a także udogodnień dla często niedostrzeganej grupy klientów zmotoryzowanych, jakimi są miłośnicy jednośladów.

Zachęcamy Państwa gorąco do lektury – zarówno tych poważniejszych, jak i nieco „lżejszych” działów naszego magazynu. Niech będzie on dla Państwa nie tylko biznesową inspiracją, ale także ciekawą chwilą odpoczynku od branżowej codzienności. Jednocześnie zachęcamy do aktywnego głosowania w konkursie na „Produkt Roku 2019 e-petrol.pl” na specjalnej stronie internetowej tego wydania.

DR JAKUB BOGUCKI
REDAKTOR NACZELNY

Spis treści

WYDARZENIA Newsy z rynku	4-5
TEMAT NUMERU Produkt roku 2019 e-petrol.pl	6-19
TWOJA STACJA Marki własne kluczem do sukcesu na stacjach paliw?	20, 22-23
TWOJA STACJA Stacja przyjazna motocyklistom	24, 26
PRAWNIK RADZI Obowiązki środowiskowe na stacji paliw	28-29
PRAWNIK RADZI Zmiany prawne 2019/2020 – co czeka przedsiębiorców paliwowych?	30-31
LIFESTYLE Skórzana wizytówka. Najkrótszy męski niezbędnik obuwniczy	32-33
PODRÓŻE Śladami Drakuli po zielonym Siedmiogrodzie	34-36
MOTORYZACJA Renault Clio V: czy udało się poprawić dobre?	38-39
CO SĄDZĘ... Co sądzię o... roli pracowników we wdrażaniu nowych rozwiązań na stacji paliw	40

Na Stacji Paliw
MAGAZYN
BRANŻOWYCH
INSPIRACJI

Nr 4 (17) 2019

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

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

Newsy z rynku

ORLEN WALCZY O MIĘDZYNARODOWĄ ROZPOZNAWALNOŚĆ

Płocki koncern może podjąć próbę rebrandingu swoich zagranicznych marek – podał serwis pb.pl. Chodzi tutaj o obecną na niemieckim rynku markę Star, a także obecną w Czechach i Słowacji sieć Benzina. Nieoficjalnie mówi się, że celem będzie zbudowanie ponadnarodowego silnego brandu Orlen.



AVIA ROZWINIE SIĘ W POLSCE I NA UKRAINIE

Według deklaracji prezesa Unimotu Adama Sikorskiego spółka zamierza uruchomić 12-15 stacji Avia na Ukrainie do końca 2019 r. Obecnie na Ukrainie działają 4 stacje pod szyldem Avia. W Polsce liczba stacji także ma rosnąć. Aktualnie jest ich 46, ale w tym roku spółka zamierza przekroczyć liczbę 50 obiektów. Szansą rozwojową dla sieci miałyby być połączenie PKN Orlen i Grupy Lotos.



CARREFOUR PODEJMUJE WSPÓŁPRACĘ Z SIECIĄ TOTAL

Według podanych informacji spółki będą współpracować przy otwieraniu franczyzowych sklepów Carrefour Express Convenience ulokowanych na stacjach paliw marki Total w całej Polsce. Takie działania podjęto już w Stolinie i Strzyżawie w województwie kujawsko-pomorskim. Kolejne półroczie ma przynieść otwarcie kolejnych dziesięciu placówek. Poza Total Polska Carrefour zdecydował się już na współpracę z siecią AVIA.

ORLEN ROZWINIE MARKI WŁASNE

W ostatnim czasie pojawiły się informacje o postępowaniu przetargowym, ogłoszonym przez PKN Orlen adresowanym do producentów czekolady. Własna marka słodyczy dołączyć może do oferowanej już wody i chipsów. Producenci czekolad mieli czas na złożenie ofert do 4 października. Chodziło o czekoladę mleczną i gorzką 100 g oraz czekoladę z orzechami i z ciastkiem 50-65 g w zależności od możliwości produkcyjnych producenta. Na temat marek własnych i ich wpływu na potencjał sprzedażowy piszemy w tym numerze w tekście z działu Twoja Stacja.



SIEĆ MOYA MA JUŻ 225 STACJI

Strategia Anwimu zakłada rozszerzenie sieci do minimum 350 obiektów na terenie całej Polski do 2023 roku. Obecnie stacji jest 225 – niedawno otwarto dwa nowe obiekty w w Łowiczu (woj. łódzkie) oraz Szaflarach (woj. małopolskie). Na temat rozwoju sieci Filip Puchalski, dyrektor ds. operacyjnych, członek zarządu Anwim S.A. mówił: *Nasze obiekty prezentują najwyższe standardy zarówno w zakresie obsługi klienta, jak i oferowanych produktów. Co najważniejsze, kierowcy mogą zatankować najwyższej jakości paliwa. Zapraszamy kierowców samochodów osobowych, ciężarowych, motocyklistów, a także niezmotoryzowanych.*



KTO OBEJMIJE MOPY PRZY A1 I A4

Generalna Dyrekcja Dróg Krajowych i Autostrad ogłosiła przetarg na dzierżawę zespołu nieruchomości MOP Woźniki Zachód przy A1 (woj. śląskie) i MOP Łukawiec przy A4 (woj. podkarpackie) oraz MOP Woźniki Wschód przy A1 (woj. śląskie) i MOP Paszczyzna Południe przy A4 (woj. podkarpackie). To nie pierwszy przetarg dotyczący MOP-ów przy podkarpackim odcinku autostrady A4. Nowe edycje postępowania zawierały uatrakcyjnione warunki, m.in. wydłużenie czasu budowy obiektu stacji paliw o 6 miesięcy (obecnie czas realizacji wynosi do 24 miesięcy od dnia przejęcia nieruchomości) czy wprowadzenie korzystniejszego systemu naliczania czynszu od przychodu (czynsz będzie naliczany od osiągnięcia przez dzierżawcę przychodu od sprzedaży paliw w kwocie 10 mln zł w danym roku). Umowa dzierżawy zawierana będzie na okres 20 lat.

Paliwa z uśmiechem



(rys. Mariusz Sopyłło)



GŁOSUJ NA JAKOŚĆ!

Wskaż PRODUKT ROKU 2019

e-petrol.pl 

Rynek posiada ogromną liczbę nowości, co przyczynia się do ciągłego rozwoju pojedynczych stacji paliw, a w konsekwencji całego sektora. Celem naszego konkursu jest przedstawienie firmom z branży najlepszych produktów, usług i rozwiązań, zarówno innowacyjnych, jak i już istniejących oraz ich promocja.

Przy obfitości dostępnych rozwiązań potrzebna jest wymiana opinii, wskazanie tych produktów, które będą w stanie skutecznie pomóc w prowadzeniu zarówno pojedynczych stacji paliw, jak i sieci czy innych przedsiębiorstw z sektora.

Dlatego, wykorzystując bezpośredni kontakt z uczestnikami rynku paliw, we współpracy z niezależnymi partnerami, chcemy nominować najlepsze produkty, które w znaczący sposób:

- usprawniają procesy pracy,
- zwiększają przychody,
- optymalizują koszty,
- poprawiają jakość obsługi klienta,
- w inny sposób pozytywnie wpływają na rozwój szeroko pojętego rynku paliwowego.

Nominowani finaliści otrzymają wyróżnienie, a w drodze głosowania internetowego, wezmą udział w konkursie „PRODUKT ROKU 2019 e-petrol.pl”.

Nominowane produkty, były prezentowane i promowane w okresie od **1 sierpnia** do **31 października 2019 r.**

Szczegółowe informacje dotyczące ich zalet, właściwości i funkcji będą dostępne za pośrednictwem:

- kwartalnika „Na Stacji Paliw”
- newslettera e-petrol.pl
- mediów społecznościowych
- portalu e-petrol.pl

Od **4** do **29 listopada 2019 r.** uczestnicy rynku paliwowego, w drodze głosowania internetowego na portalu e-petrol.pl, mogą wyłonić najlepszy z najlepszych produktów.

Kandydatury prezentujemy na kolejnych stronach,
a po dalsze informacje zapraszamy na stronę <https://www.konkurs.e-petrol.pl/>



Myjnia hybrydowa **Aquatus Prime Christ** firmy Corrimex

Pierwsza myjnia hybrydowa AQUATUS PRIME
jest połączeniem bezdotykowego mycia wysokim ciśnieniem
oraz tradycyjnego mycia szczotkowego.

Myjnia znajdzie zastosowanie we wszystkich segmentach rynku, takich jak stacje benzynowe, centra mycia pojazdów, salony i serwisy samochodowe. Aquatus Prime marki Christ to pierwsze urządzenie posiadające 3 oddzielne typy programów:

- hybrydowe (szczotkowo-ciśnieniowe)
- szczotkowe
- lub ciśnieniowe (bezdotykowe)

Program hybrydowy czyli połączenie pełnego mycia bezdotykowego oraz szczotkowego zapewnia kompleksowe umycie nawet największych zabrudzeń. Przy tej konkurencyjnej przewadze, cena mycia pozostaje na rynkowym poziomie. Myjnia posiada możliwość umycia wielu różno-

rodnych samochodów dzięki nowoczesnemu skanerowi Scan-X. Co więcej, Aquatus Prime wyposażony jest w wysokiej jakości suszarkę, która umożliwia dokładne suszenie samochodu przy niewielkim zużyciu energii – niedostępne przy klasycznym myciu bezdotykowym.

Aby zachęcić kierowców, Aquatus Prime posiada wiele atrakcyjnie wizualnych elementów, takich jak ściana piany FOAM SPLASH lub funkcja VISUS czyli zestaw świateł LED. Myjnia dobrze wpisuje się w trendy na rynku Polskim, gdzie mycie bezdotykowe nadal cieszy się dużą popularnością jednak coraz więcej kierowców poszukuje najwyższej jakości usługi myjni automatycznych.



Wielkogabarytowy witacz

dla stacji paliw

firmy GRAFFICO Centrum Reklamy

Wielkogabarytowy witacz dla stacji paliw to wysoka konstrukcja z logo zlokalizowanym na szczycie.

Maksymalny wymiar konstrukcji, którą oferujemy klientom to 25 m. Wysokość witacza określana jest indywidualnie, z wykorzystaniem próby balonowej.

Taka forma reklamy to silny lokalizator, dzięki któremu klienci zawsze znajdą właściwą drogę na autostradach, drogach krajowych, czy w środku miast. Witacze realizowane są DDMI (design, documentation, manufacture, installation), co oznacza, że cały projekt wykonywany jest kompleksowo, w jednej firmie – od projektu graficznego i budowlanego, przez produkcję, montaż fundamentu i konstrukcji, po dokumentację powykonawczą.

WITACZ Z NOGAMI DO NIEBA

Witacze i konstrukcje reklamowe produkowane są aż do 25m! Aby klient mógł zwizualizować sobie projekt w przestrzeni, w tym celu wykonywane są próby balonowe, dzięki którym wysokość konstrukcji można dostosować zarówno do wymagań klienta oraz warunków otoczenia i krajobrazu.

LOGO NA WYSOKOŚCI

– ZWYKŁE, CZY OBROTOWE?

Na witaczu można umieścić każdy rodzaj reklamy. Najczęściej jest to logo/kaseton wykonane, podświetlone modułami LED. Jeżeli lokalizacja wymaga nietypowych rozwiązań, można zrealizować logo obrotowe albo trójstronne. Dzięki temu rozwiązaniu reklama będzie nie tylko widoczna z daleka, ale również będzie przyciągała uwagę.

EKOLOGICZNA REKLAMA

Witacze dla stacji paliw rozświetlane są modułami LED o wysokim IP, które świecą nieprzerwanie przez 17 lat. To ekologiczne rozwiązanie sprawia, że reklama zużywa mało prądu i jest bezawaryjna. Dodatkowo może być wspierana fotowoltaiką.

BEZPIECZEŃSTWO PONAD WSZYSTKO!

Z uwagi na znaczną wysokość, reklama musi spełnić normy budowlane PN-EN 1991-1-4, by być bezpieczną dla otoczenia. Każda konstrukcja jest przygotowywana przez zespół inżynierów, którzy dbają o zachowanie norm i bezpieczną technologię. W zależności od wysokości witacza inżynierowie projektują odpowiedni fundament, który zapewni witaczowi stabilność. Dodatkowo wszystkie konstrukcje projektowane są tak, by spełniać bardzo wymagające normy wiatrowe w różnych regionach Polski.

MONTAŻ TYLKO SPECJALISTYCZNY

Aby zamontować tak wysoką konstrukcję, potrzebny jest specjalistyczny montaż, dzięki któremu witacz zostanie osadzony na wcześniej przygotowanym fundamencie. Instalacją tak wysokich konstrukcji zawsze zajmują się certyfikowane ekipy montażowe, których doświadczenie gwarantuje szybki, sprawny i bezpieczny montaż.

PRODUKT
ROKU 2019

NOMINOWANY PRODUKT

e-petrol.pl

czyścik
CZYSTY
I WSZYSTKO CZYSTE!



Seria nawilżonych chusteczek

do czyszczenia i pielęgnacji
o różnym zastosowaniu
firmy TOP-SERVIS

Sama chusteczka do czyszczenia kokpitu jest dużych rozmiarów 30x20 cm. Pakowana jest pojedynczo co sprawia jej ekskluzywność. Opakowanie jest estetyczne i delikatne w dotyku. Każda chusteczka oprócz czynnika pielęgnującego nasączona jest przyjemnym zapachem.

Seria produktów przeznaczona jest przede wszystkim użytkownikom aut. Ale śmiało mogą także skorzystać kobiety np. przy przetrzasku sympatycznie pachnącą chusteczką swojego buta.

CHUSTECZKI NAWILŻONE CZYSTY to produkt wysokiej jakości, wyjątkowo skuteczny w pielęgnacji kokpitów aut, szyb samochodowych, elementów nadwozia aut, obuwia. Dostępny w różnych egzotycznych wariantach zapachowych (Jaśmin, Karaiby, Thai, Grejfrut, Sea, Cytryna, Zielony Wodospad)

Chusteczki wykonane są z niepylącej włókniny najwyższej jakości, która nie pozostawia śladów po czyszczeniu.

Nasączone są środkiem, który doskonale usuwa wszelkiego rodzaju zabrudzenia, regeneruje czyszczone powierzchnie i pozostawia przyjemny zapach.

Dzięki właściwościom antystatycznym zapobiegają nadmiernemu gromadzeniu się na nich kurzu oraz chronią materiał przed starzeniem i promieniowaniem UV.

Przywracają naturalny wygląd, nabłyszczają, wydobywają pierwotny kolor i blask czyszczonych powierzchni.

Chusteczki CZYSTY są idealnym rozwiązaniem dla osób, które cenią swój czas i jednocześnie lubią

Odwodnienie liniowe

FASERFIX®KS+

w prefabrykowanej
obudowie żelbetowej



Gotowa prefabrykowana obudowa betonowa

System FASERFIX®KS+ to odwodnienie, które nie wymaga wykonywania opaski na budowie, dzięki czemu montaż, czy wymiana odwodnienia na stacji paliw może trwać zaledwie kilka godzin.

Zastosowanie systemu FASERFIX®KS+ pozwala na oszczędność czasu i kosztów.

Wykorzystany do produkcji odwodnienia beton wysokiej klasy C50/60 daje gwarancję stabilności i wytrzymałości.

Wiele wariantów rusztów

Szeroki wybór rusztów wykonanych z żeliwa, tworzywa, stali ocynkowanej lub stali nierdzewnej pozwalają na proste dostosowanie rozwiązania do wymogów inwestycji. Ruszty dostępne są w trzech szerokościach nominalnych: 100, 150 i 200 mm.

Wysoka jakość i wytrzymałość materiału

FASERFIX®KS+ to produkt bardzo wytrzymały, co jest szczególnie ważne na stacjach paliw, gdzie odbywa się bardzo intensywny ruch kołowy.

Odwodnienia FASERFIX®KS+ są dostępne w klasie wytrzymałości E 600.

Dodatkowo parametry, takie jak średnia nasiąkliwość – 4,8%, średni ubytek masy przy zamrażaniu/odmrażaniu z udziałem soli – 0,02 kg/m², czy klasa ekspozycji – XF4, XA3 podwyższają bezpieczeństwo.

Korytka długości 4 m i 1 m

Dzięki czterometrowym odcinkom instalacja ciągów odbywa się sprawnie, co znacząco wpływa na oszczędność czasu. Zmniejszona ilość połączeń ma szczególne znaczenie, gdy wymagana jest określona szczelność.

Materiały stosowane do wykonania odwodnień liniowych FASERFIX®KS+ są zgodne z normą europejską dotyczącą odwodnień liniowych, tj. PN EN 1433.

XARIS Drive Thru

– nowa jakość obsługi Klienta zmotoryzowanego

XARIS® Drive Thru™ to kompleksowe rozwiązanie technologiczne do zastosowania w sieciach paliwowych o rozproszonej strukturze. Jest to technologia dzięki której oferowana jakość i szybkość obsługi stają się standardem.



Kierowca bez wysiadania z samochodu może za-tankować swoje auto, następnie za pomocą technologii i usługi Drive-Thru dokonać zamówienia produktów gastronomicznych by dalej zapłacić i odjechać bez straty czasu w swojej podróży. Nowoczesne podejście do jakości usług dostar-

czanych podróżnym pozwala także na korelacje systemu Drive-Thru z systemem Digital content manager™ i razem pomagają zwiększać koszyk zakupowy dzięki niecodziennemu Customer Experience, dynamicznemu zarządzaniu treściami i personalizacji oferty.

Korzyści wynikające z wdrożenia rozwiązań Xaris na stacjach paliwowych:

- Innowacyjne podejście do obsługi Drive-Thru – budowanie relacji z konsumentem dzięki bezpośredniej komunikacji Face 2 Face z pracownikiem.
- Przyjmowanie zamówień z wykorzystaniem kamery i cyfrowych ekranów.
- Zwiększenie koszyka zakupowego dzięki niecodziennemu Customer Experience – efektywna dosprzedaż.
- Dynamiczne zarządzanie treściami na menuboardzie – łatwa realizacja nowych kampanii bez kosztów druku i dystrybucji materiałów.
- Skrócenie czasu obsługi Klienta.
- Precyzyjne wyświetlanie treści dostosowane do bieżących potrzeb i możliwości obsługi – szybka reakcja na ofertę konkurencji i wdrożenie nowej już w ciągu 1 minuty.
- Błyskawiczna zmiana kontentu dostosowana do indywidualnych potrzeb Klienta.

FuelPrime

– system redukcji strat paliwowych i detekcji wycieków na stacjach

FuelPrime to w pełni automatyczny, najdokładniejszy w skali światowej, certyfikowany system rekonyliacji i detekcji wycieków paliwa na stacjach. To inteligentne i bezobsługowe rozwiązanie zapewnia kompleksowy nadzór nad procesami dystrybucji i sprzedaży paliw, gwarantując redukcję strat paliwowych i predykcję niepożądanych zdarzeń.

Co wyróżnia produkt?

Zaawansowany technologicznie system zapewnia monitoring paliwa na całej ścieżce jego dystrybucji, od terminala do klienta końcowego na stacji paliw. FuelPrime gwarantuje najwyższy poziom bezpieczeństwa dla wykrycia wycieku w oparciu o odczyt danych i analizę w czasie rzeczywistym. Jest jedynym dostępnym na światowym rynku systemem z potwierdzoną certyfikatem (SIR3) możliwością wykrycia minimalnych ilości wycieku – do 5l/24h.

Dla kogo polecany?

FuelPrime pozwala na monitoring różnorodnych produktów, w tym paliw płynnych (benzyna, olej napędowy) czy alternatywnych (LPG, LNG, CNG). System oferowany jest w modelu Odpowiedzialności za Usługę PRaaS (Process Responsibility as a Service), stanowiącym gwarancję korzyści biznesowych.

Rozwiązanie FuelPrime jest w pełni automatyczne, kompatybilne z innymi systemami i niezależne od infrastruktury stacyjnej (sond, dystrybutorów paliwowych). System zapewnia urządzenia telemetryczne do monitorowania zbiorników, kontroler stacyjny



na bieżąco zbierający dane sprzedażowe, system centralny pozwalający na zdalny nadzór nad stacjami i wreszcie algorytmy analityczne przetwarzające dane i realizujące szereg funkcji biznesowych. Pełne uruchomienie systemu na stacji trwa kilka godzin, bez przerywania normalnej pracy stacji.

Centrum Analityczne FuelPrime

Analitycy z AIUT zapewniają światowej klasy usługi wykrywania wycieków i innych strat paliwowych oraz diagnostykę urządzeń, redukując straty na dostawach i sprzedaży oraz ryzyko operacyjne. Centrum Analityczne FuelPrime odpowiada ponadto za raportowanie alarmów ze stacji, zarządzanie dochodzeniami dotyczącymi strat oraz wspomaganie działań na rzecz ochrony środowiska.

Główne zadania systemu:

- bilansowanie paliw dzienne i online, autokalibracja zbiorników,
- nadzór nad kalibracją dystrybutorów,
- wykrywanie wycieków i kradzieży,
- rozliczanie dostaw,
- predykcja zużycia paliwa,
- optymalizacja dostaw,
- zapobieganie stanom martwym i przepełnieniom.

Rozwiązanie umożliwia ponadto audyty dostaw. System identyfikuje przypadki prawdopodobnych ubytków powstałych podczas transportu (m.in. niedokładność nalewaków, nieszczelność cysterny, kradzieże), będące podstawą dla reklamacji i kontroli dostaw.

TankRobot

– system pomiaru ilości paliwa w zbiornikach

Tank Robot jest inteligentnym, prostym w obsłudze systemem pomiaru ilości produktów ciekłych oraz detekcji wycieków. Dzięki dotykowemu wyświetlaczowi 10" zyskujemy czytelny podgląd bieżących stanów magazynowych, statusów czujników, historii dostaw, alarmów itp.



Co wyróżnia produkt?

TankRobot to jedyny elastyczny system do mierzenia ilości cieczy w zbiornikach. Do systemu możemy podłączyć sondy producenta, ale także sondy pomiarowe innych marek. Umożliwia to tańsze wdrożenie na już działających stacjach paliw oraz elastyczność serwisową. To także jedyny system, który pozwala na podłączenie wielu sond różnych producentów do tej samej centrali.

Dla kogo polecany?

System TankRobot to idealne narzędzie do pomiaru ilości paliw płynnych, estrów, dodatków do paliw, alkoholi, rozpuszczalników, cieczy agresywnych. Steruje automatyką, wdraża system BHP na obiektach i pomaga w zarządzaniu obrotem cieczy magazynowanych.

Oprócz pomiaru stanów magazynowych zbiorników (wysokość napełnienia, objętość, objętość w przeliczeniu do 15C, temperatura, poziom i objętość wody) może również pełnić funkcję systemu alarmującego o przepełnieniu oraz systemu bezpieczeństwa. Wszystkie te informacje dostępne są online za pomocą przeglądarki internetowej bez dodatkowego abonamentu.

Najważniejsze cechy:

- QGC (QUICK GLANCE SYSTEM) – wszystkie najważniejsze informacje na jednym ekranie
- wbudowana drukarka
- pomiar ilości produktu
- pomiar temperatury produktu
- korekcja temperaturowa ilości produktu
- automatyczna detekcja dostawy
- pomiar ilości wody
- sygnalizacja niskiego lub wysokiego produktu, wysokiej wody, dostawy
- sygnalizacja awarii sondy
- sygnalizacja aktywacji czujnika optycznego cieczy lub oparów (węglowodory, alkohole, itp.)
- sygnalizacja awarii czujnika
- zdalne powiadomienie o zdarzeniu
- sterowanie urządzeniami zewnętrznymi
- dostęp przez www z dowolnego miejsca
- współpraca z systemami nadrzędnymi

Ilość paliwa w zbiornikach, historię dostaw oraz alarmów możemy sprawdzić za pomocą zwykłej przeglądarki internetowej na dowolnym komputerze. Bez abonamentów, bez dodatkowych opłat. Po prostu: otwieramy przeglądarkę, wpisujemy nadany przez producenta adres systemu TankRobot i gotowe! Daje to ogromną wygodę, łatwość obsługi, bezpieczeństwo. Mamy stały podgląd na żywo do stanów czujników, ilości paliwa, alarmów minimalnego czy maksymalnego poziomu. Widzimy wszystkie dostawy (ilość przed, ilość po, ilość dostawy) a wszystko przeliczone również na objętość w 15 stopniach. Zdalnie można nawet wydrukować potwierdzenie dostawy za pomocą wbudowanej drukarki.

TankRobot to w końcu jedyny system oferowany również w modelu EaaS. Co to oznacza? Jeśli w firmie brak jest w danym momencie środków na inwestycję 2AK oferuje różne możliwości zakupu systemu. Można np. wypożyczyć urządzenie i w cenie raty mieć pełny montaż, obsługę serwisową i wsparcie techniczne dla personelu. Bez angażowania dużego kapitału, wygodnie i z gwarancją samego producenta. System TankRobot produkowany jest na miejscu w Polsce, stąd gwarantowane jest pełne wsparcie merytoryczne, techniczne i produktowe. Bez żadnych opłat oferujemy aktualizację systemu i wsparcie telefoniczne w języku polskim.

Centrala TankRobot mierzy ilość paliwa i cieczy wybuchowych w zbiorniku oraz sprawdza szczelność instalacji. Używają jej:

- stacje paliw do zbiorników podziemnych, naziemnych
- bazy paliw, hurtownie paliw do zbiorników podziemnych, naziemnych
- producenci przemysłowi – monitorują ilość różnych cieczy w zbiornikach naziemnych i podziemnych
- bazy paliw, które mierzą ilość dodatków do paliw w zbiornikach wielokomorowych, podziemnych
- obiekty przemysłowe, które wdrażają normy BHP oraz systemy obrotu cieczami niebezpiecznymi
- każdy kto ma zbiornik na cieczy wybuchowe, zapalne, niebezpieczne!

TankRobot jest dopuszczany do użytkowania przez Urząd Dozoru Technicznego i Urząd Miar.

Kantor Giełdy Dewiz



Sieć kantorów Giełdy Dewiz została stworzona w odpowiedzi na rosnącą skalę i powszechność wymiany walut na rynku. Produkt skierowany jest dla Klientów stacji paliw i umożliwia wygodną i bezpieczną wymianę walut w łatwo dostępnym miejscu i czasie. Usługa wymiany walut świetnie sprawdza się w każdym obszarze rynkowym, zarówno miejskim, poza centrami miast, w mniejszych miejscowościach, przy trasach, gdzie ograniczony jest dostęp do typowego kantoru.

Kantor Giełdy Dewiz to duże korzyści dla stacji paliw:

- Rozszerzenie dotychczasowej oferty stacji o nową usługę wymiany waluty.
- Wzrost obrotów stacji poprzez zakupy towarów i usług, środkami pochodzącymi z wymiany waluty.
- Wyłącznie wdrożenia usługi na danym terenie gwarantująca przewagę konkurencyjną.
- Dodatkowa reklama usługi oddziałuje także na nowych klientów stacji.
- Dodatkowe źródło dochodu w postaci prowizji niezwiązanej z ryzykiem walutowym, wypłacanej miesięcznie przez Giełdę Dewiz.

Model działania

Kantor Giełdy Dewiz nie wymaga dodatkowej adaptacji stacji, świadczenie usługi odbywa się przy pomocy dostarczonej kasy z odpowiednim oprogramowaniem i monitorem wyświetlającym kursy walut.

Właściciela stacji nie obciążają żadne obowiązki wynikające z prawnych wymogów funkcjonowania kantoru.

Formalnie właścicielem kantoru jest Giełda Dewiz Sp. z o.o. posiadająca stosowne zgody NBP oraz wykonująca wszelkie obowiązki regulowane odpowiednimi przepisami prawa.

Spółka działa na rynku ponad 5 lat i posiada kantory na terenie całego kraju, tworząc wiarygodną i stabilną markę.

Odmierzacz gazu LPG

typ Petro Primus LPG Mass



Odmierzacz gazu LPG typ Petro Primus LPG Mass jest przeznaczony do stacji tankowania LPG. Może być wykonany w wersji jedno lub dwu węzowej, w różnych wersjach obudów.

Najważniejszym elementem wyróżniającym ten odmieracz jest zastosowany w nim przepływomierz masowy Micro Motion firmy Emerson.

Korzyści wynikające z zastosowania w odmieraczu LPG przepływomierza masowego

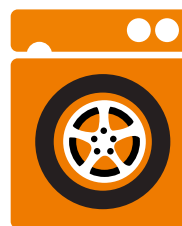
- możliwość sprzedaży produktu w litrach lub kilogramach,
- informacja o sprzedaży niezależna od temperatury,
- przekazywanie do systemu kasowego wielu dodatkowych danych dot. Produktu takich jak: masa, objętość, gęstość, temperatura,
- brak elementów ruchomych, mniej uszczeltek, większa trwałość i niezawodność,

- brak konieczności zliczania impulsów, wszystko robi elektronika przepływomierza,
- duża, niezmienna w czasie dokładność pomiaru,
- kompaktowe rozmiary, łatwy montaż i serwisowalność.

Zastosowanie odmieraczy LPG z przepływomierzami masowymi pozwala na zamknięcie bilansu masy począwszy od zbiorników na terminalu gazowym poprzez cysterny dostarczające gaz na stację i w końcu odmieracz.

Na każdym etapie dostawy/wydawania pomiar ilości gazu odbywa się w kg przez co unika się wszelkich błędów pomiarowych wynikających chociażby z wpływu temperatury.

Pralko-Suszarka na stacji paliw



BREAK & WASH

Pierwszy samoobsługowy automat, który jest połączeniem pralki i suszarki dedykowany dla stacji paliw z zastosowaniem dla kierowców zawodowych.

Co wyróżnia produkt?

Łatwość obsługi oraz różne formy płatności

Dla kogo polecany?

Wszystkim stacjom paliw z zapleczem dla kierowców zawodowych

Pralko-suszarka znajdzie zastosowanie na dużych stacjach paliw z zapleczem dla kierowców zawodowych, centrach logistycznych i serwisach pojazdów ciężarowych.

Pralko suszarka jest bardzo łatwa w obsłudze. Posiada 3 programy prania oraz 2 programy suszenia. Za usługę możemy zapłacić za pomocą gotówki, karty debetowej i karty przedpłaconej przez pracodawcę.

Aby ułatwić korzystanie z usługi prania firma Break and Wash dostarcza automaty sprzedające, które zawierają żel Persil i chusteczki k2r. Dzięki tym środkom kierowca nie martwi się o jakość prania i nie musi segregować ubrań.

Nasze rozwiązanie łączy trzy ogniwa. Kierowcę, firmę transportową oraz stację paliw. Kierowcy ułatwiamy życie w trasie, która trwa niekiedy kilka tygodni. Dla stacji paliw przyciągamy potencjalnego klienta, dodatkową usługą „poza paliwową”, którzy spędzą minimum godzinę na stacji (zjedzą hot-dog’a, zatankują paliwo, wezmą prysznic). Natomiast dla firmy transportowej oferujemy karty pre-paid, które może wręczyć kierowcy jako benefit, a jednocześnie spełni swój obowiązek, który nakłada inspekcja pracy, tzn. obowiązek prania odzieży roboczej.

REGULAMIN
KONKURSU**1. POSTANOWIENIA OGÓLNE.**

- 1.1. Konkurs „Produkt Roku 2019 e-petrol.pl” (dalej „Konkurs”) jest organizowany przez Information Market S.A. z siedzibą we Wrocławiu przy ul. Legnickiej 46a/10, 53-674 Wrocław, wpisaną do Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla Wrocławia Fabrycznej, VI Wydział Gospodarczy KRS pod numerem KRS 0000394474, NIP: 897-16-58-284, na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej (dalej „Organizator”).
- 1.2. Organizator jest przyzyskającym nagrodę konkursową w rozumieniu art. 921 Kodeksu cywilnego.
- 1.3. Regulamin Konkursu dostępny jest w siedzibie Organizatora oraz na stronie internetowej: www.konkurs.e-petrol.pl.
- 1.4. Uczestnictwo w Konkursie jest całkowicie dobrowolne.
- 1.5. Możliwość zgłaszania swoich produktów lub usług Finaliści mają od godziny 10:30 dnia 15 lipca 2019 r. do godziny 12:00 dnia 31 października 2019 r., głosowanie będzie możliwe od godz. 12:00 dnia 4 listopada 2019 r. do godziny 12:00 dnia 29 listopada 2019 r., a ogłoszenie wyników nastąpi do godziny 12:00 dnia 4 grudnia 2019 r. (dalej „Czas Trwania Konkursu”).
- 1.6. Konkurs organizowany jest poprzez stronę internetową organizatora: www.konkurs.e-petrol.pl zwaną dalej „Stroną Konkursową”.

2. CEL KONKURSU, WARUNKI UCZESTNICTWA W KONKURSIE ORAZ JEGO PRZEBIEG.

- 2.1. Celem Konkursu jest promocja najbardziej innowacyjnych rozwiązań technologicznych, handlowych, przemysłowych wdrażanych w branży paliwowej w Polsce oraz promocja innowacyjnych produktów dostępnych na rynku branży paliwowej w Polsce. Dodatkowo, poprzez promowanie produktów i usług zgłoszonych do konkursu Organizator zmierza do popularyzacji innowacyjnych rozwiązań pośród podmiotów funkcjonujących na szeroko pojętym rynku branży paliwowej.
- 2.2. Uczestnikiem Konkursu (dalej „Finalista”), może być osoba fizyczna lub prawna, która łącznie spełnia następujące warunki:
 - 2.2.1. w wyniku przeprowadzonej przez Organizatora oceny produktu, pod kątem celu, o którym mowa w pkt. 2.1, zostanie zaproszona do udziału w Finale konkursu podczas którego, Produkt Finalisty zostanie przedstawiony na Stronie Konkursowej oraz poddany pod głosowanie Internautów,
 - 2.2.2. w przypadku osób fizycznych jest osobą pełnoletnią i posiada pełną zdolność do czynności prawnych;
 - 2.2.3. dokona zgłoszenia produktu lub usługi (dalej „Produkt”) poprzez formularz zgłoszeniowy (dalej „Zgłoszenie”) przesłany na adres e-mail organizatora: konkurs@e-petrol.pl w odpowiedzi na zaproszenie Organizatora do udziału w Konkursie.
 - 2.2.4. w przypadku osób fizycznych nie jest pracownikiem Organizatora lub osobą współpracującą z Organizatorem na innej podstawie niż stosunek pracy, ani członkiem ich rodziny; przez rodzinę rozumie się małżonka, wstępnych, zstępnych, powinowatych oraz osoby pozostające w stosunku przysposobienia;
 - 2.2.5. w przypadku osób fizycznych zamieszkuje na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej;
 - 2.2.6. w przypadku osób prawnych siedziba Finalisty musi znajdować się na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.
- 2.3. Organizator rozpoczyna nabór zgłoszeń w dniu 15 lipca 2019 r. o godzinie 10:30 i kończy nabór w dniu 31 października 2019 r. o godzinie 12:00.
- 2.3.1. W zależności od ilości Finalistów Organizator przewiduje możliwość wyodrębnienia poszczególnych kategorii, w ramach których będzie wybierany Zwycięzca danej kategorii. W wypadku wyodrębnienia kategorii Nagroda zostanie przyznana każdemu ze zwycięzców w poszczególnych kategoriach.

- 2.3.2. Po dokonaniu prawidłowego zgłoszenia Produktu przez Finalistę, Organizator udostępni przekazane przez Finalistę materiały na Stronie Konkursowej.
- 2.3.3. Głosowanie na Produkt będzie możliwe od godz. 12:00 dnia 4 listopada 2019 r. do godziny 12:00 dnia 29 listopada 2019 r. Głosować będą mogli wszyscy użytkownicy portalu e-petrol.pl.
- 2.3.4. Wybór Zwycięzcy nastąpi po zamknięciu internetowego głosowania, a przyjętym kryterium będzie liczba oddanych na dany Produkt głosów. Wygrywa Finalista, którego zgłoszony Produkt otrzyma w swojej kategorii najwięcej głosów.

3. ZASADY KONKURSU.

- 3.1. Na podstawie analizy Produktów, Organizator zwraca się do Podmiotów, które dysponują danym Produktem, w formie zaproszenia do udziału w Konkursie z informacją o zakwalifikowaniu do Finału Konkursu. Finalista Konkursu otrzymuje od Organizatora wyróżnienie za udział w finale Konkursu.
- 3.1.1. Tylko Finalista może zgłosić udział swojego Produktu w Finale Konkursu, gdzie Produkt zostanie poddany pod głosowanie Internautów celem wyłonienia Zwycięzcy Konkursu.
- 3.1.2. Zgłoszenie udziału w Finale Konkursu następuje poprzez przesłanie w odpowiedzi na wiadomość e-mail Organizatora Zgłoszenia udziału w Finale Konkursu oraz po wypełnieniu formularza danych, do którego link zostanie przekazany Finaliście w wiadomości e-mail. Wysłanie do Organizatora podpisanego Zgłoszenia przez Finalistę powoduje powstanie po jego stronie obowiązku uiszczenia opłaty rejestracyjnej.
- 3.2. Organizator ustala opłatę rejestracyjną w wysokości 1.999,00 zł netto + VAT.
- 3.2.1. Opłatę rejestracyjną należy uiścić w terminie 2 dni roboczych od dokonania zgłoszenia na rachunek bankowy Organizatora: 57 1240 4025 1111 0000 4259 5766. Po uznaniu wpłaty Organizator wystawi stosowny dokument obciążeniowy potwierdzający uiszczenia wpłaty. Organizator wskazuje możliwość zmiany terminu płatności (wydłużenie terminu), zgodnie z indywidualnymi ustaleniami – szczególnie w sytuacji, gdy wpłata będzie następować w związku z wystawieniem faktury vat.
- 3.2.2. Za uiszczeniem opłaty rejestracyjnej Finalista otrzymuje: możliwość zgłoszenia jednego Produktu do Konkursu, promocję zgłoszonego Produktu na Stronie Konkursowej poprzez publikację otrzymanych materiałów, promocję produktu w newsletterach portalu e-petrol.pl rozsyłanych do Klientów Organizatora – w liczbie 3 publikacji do czasu zakończenia Konkursu, jednorazową promocję produktu w kwartalniku „Na Stacji Paliw” w edycji 3/2019 albo 4/2019 oraz otrzyma wyróżnienie.
- 3.3. Finalista wyraża zgodę na przesłanie dokumentu faktury vat drogą elektroniczną na adres poczty elektronicznej wskazany w Zgłoszeniu.
- 3.4. Niezwłocznie po skutecznym zgłoszeniu Produktu (wykonaniu wszystkich warunków stawianych przez niniejszy Regulamin – w szczególności w rozdziale 2 oraz 3) do Konkursu Organizator rozpocznie promocję Produktu, a 04 listopada 2019 r. uruchomi głosowanie internetowe na Produkt Roku 2019 e-petrol.pl. Do promocji Produktu Organizator wykorzysta materiały umieszczone przez Finalistę w formularzu dostępnym na Stronie Konkursowej. Przekazane materiały powinny stanowić zwizualizację opisu Produktu oraz firmy wytwarzającej Produkt wraz z fotografiami (maksymalnie 5 fotografii). Tekst opisu Produktu i firmy nie może łącznie zawierać więcej niż 300 słów.
- 3.5. W wypadku nieprzekazania materiałów lub w przypadku przekroczenia limitu dopuszczalnych słów Organizator zastrzega prawo wstrzymania publikacji przekazanych materiałów do czasu uzupełnienia braków lub modyfikacji (zmniejszenia) ilości słów.
- 3.6. W wypadku niedostosowania przekazanych materiałów do wymogów stawianych przez niniejszy Regulamin lub dostarczenia ich w błędnym

formacie, co w konsekwencji doprowadzi do ich nieopublikowania. Organizator zastrzega prawo do zatrzymania opłaty rejestracyjnej w całości.

- 3.7. Przesyłając Zgłoszenie Finalista zobowiązuje się do przestrzegania warunków niniejszego Regulaminu i potwierdza, iż udział w Konkursie następuje na warunkach wskazanych w niniejszym Regulaminie. Finalista może zrezygnować z udziału w Konkursie do dnia poprzedzającego dzień rozpoczęcia głosowania poprzez przesłanie wiadomości na adres poczty elektronicznej Organizatora: konkurs@e-petrol.pl.
- 3.8. W wypadku rezygnacji z udziału w Konkursie Finaliście nie przysługuje zwrot opłaty rejestracyjnej oraz nie odpada obowiązek jej zapłaty.
- 3.9. Organizator ma prawo wykluczyć Finalistę z udziału w Konkursie w przypadku dokonania zgłoszenia w sposób sprzeczny z niniejszym Regulaminem, dobrymi obyczajami lub innego naruszenia przez Finalistę warunków niniejszego Regulaminu. O decyzji Organizatora Finalista zostanie powiadomiony przez przesłanie wiadomości na adres poczty elektronicznej wskazany w zgłoszeniu. Decyzja Organizatora o wykluczeniu Finalisty jest ostateczna. W wypadku wykluczenia Finaliście nie przysługuje zwrot uiszczonej opłaty.
- 3.10. Organizator ma prawo wykluczyć Finalistę z udziału w Konkursie również w przypadku, gdy powzięta zostanie niebudząca wątpliwości informacja o naruszeniu przez Finalistę praw innych osób w związku z dokonanym zgłoszeniem.
- 3.11. Organizator ma prawo usunąć zgłoszenia, które zawierają będą treści sprzeczne z obowiązującym prawem, zasadami współżycia społecznego, dobrymi obyczajami, naruszające prawa i/lub dobre imię oraz renomę Organizatora, prawa osób trzecich, naruszające dobra osobiste, obraźliwe, wulgarne lub zawierające groźby skierowane pod adresem osób trzecich, zawierające treści dyskryminujące płeć, rasę, narodowość, język, religię, nawołujące do przemocy lub posiadające charakter pornograficzny.
- 3.12. Oddanie głosu przez Internet jest możliwe z jednego urządzenia raz na 24 godziny, osobno dla każdej z kategorii Konkursu. Procentowe wyniki głosowania są prezentowane podmiotowi głosującemu na bieżąco, po każdym prawidłowo oddanym głosie.
- 3.13. Organizator Konkursu pozostaje uprawniony do weryfikowania i zmiany bieżących lub końcowych wyników głosowania, jeżeli poweźmie przypuszczenie co do możliwości zaistnienia nieprawidłowości w przebiegu głosowania zgodnie z wyznaczonymi zasadami, w szczególności poprzez zastosowanie przez podmiot głosujący środków technicznych w celu oddania na dany produkt niedozwolonej ilości głosów.

4. PRAWA AUTORSKIE (LICENCJA).

- 4.1. Finalista Konkursu, przysyłając Zgłoszenie w Konkursie oświadcza, iż przysługuje mu pełnia autorskich praw osobistych i majątkowych oraz praw pokrewnych w rozumieniu ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (tj. Dz. U. z 2006, nr 90, poz.631 ze zm.) a także innych praw niezbędnych do opublikowania zgłoszonego produktu w sieci Internet. W przypadku, gdy Finalista nie jest autorem lub współautorem zgłoszonego Produktu lub przekazanych materiałów Finalista oświadcza, iż dysponuje wszelkimi prawami oraz wymaganymi zgodami w tym od autorów, współautorów i/lub właściwych organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi, niezbędnymi do opublikowania przekazanych materiałów w sieci Internet.
- 4.2. Finalista Konkursu, któremu nie będą przysługiwały prawa do Zgłoszenia jest zobowiązany do pokrycia wszelkich kosztów poniesionych przez Organizatora w związku z opublikowaniem Zgłoszenia w sieci Internet w szczególności do poniesienia opłat za zamieszczenie i udostępnienie Zgłoszenia w sieci Internet na rzecz autorów, współautorów i/lub organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi.
- 4.3. W przypadku, gdy w ramach Zgłoszenia zostanie wykorzystany wizerunek osób trzecich Finalista Konkursu zobowiązuje się posiadać zgodę osób przedstawionych w tych materiałach na rozpowszechnianie ich wizerunku w sieci Internet.
- 4.4. Finalista Konkursu jest zobowiązany do naprawienia szkody, jaką może ponieść Organizator z tytułu ewentualnych roszczeń osób trzecich związanych z prawami autorskimi oraz wszelkimi innymi przysługującymi im prawami do zgłoszonego Produktu.
- 4.5. Poprzez akceptację niniejszego Regulaminu, Finalista Konkursu wyraża zgodę na nieodpłatne zwielokrotnienie, zamieszczenie i rozpowszechnianie przez Organizatora przekazanych materiałów w okresie trwania i po zakończeniu Konkursu.
- 4.6. Finalista wysyłając Zgłoszenie udziela niniejszym Organizatorowi na okres pięciu (5) lat od dnia otrzymania przez Organizatora Zgłoszenia, bez ograniczeń terytorialnych, niewyłącznej i nieodwołalnej licencji (z prawem udzielania sublicencji) na korzystanie z przekazanych materiałów (dalej: „Utwór”) (w całości lub w części) na wszystkich polach eksploatacji, w szczególności takich jak:
 - 4.6.1. utrwalanie, zwielokrotnienie (powielanie) na wszelkich nośnikach audio-wizualnych, w tym techniką drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego oraz techniką cyfrową), wprowadzania do pamięci komputera, wprowadzanie do sieci komputerowych (w tym sieci www), w szczególności Internetu,
 - 4.6.2. publiczne wykonanie, wyświetlanie, wystawianie, odtwarzanie, odczytywanie oraz nadawanie i remitowanie, a także publiczne udostępnianie utworu w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i czasie przez siebie wybranym, wraz z nabyciem prawa zezwalania na wykonywanie zależnych praw autorskich oraz prawa do zezwalania na korzystanie i rozporządzanie opracowaniami Utworu, na polach eksploatacji wskazanych powyżej.
- 4.7. Organizatorowi przysługuje prawo dokonywania i korzystania z wszelkich opracowań Utworu, w tym między innymi dokonywania przeróbek, korekty, zmian i adaptacji całości Utworu lub jego pojedynczych fragmentów, jak również prawo swobodnego używania i/lub korzystania z Utworu oraz jego pojedynczych elementów na terenie kraju oraz za granicą. Organizator ma prawo do nieoznaczania Utworu informacjami identyfikującymi jego twórcę.
- 4.8. Finalista Konkursu upoważnia Organizatora do wykonywania przysługujących Finaliście, autorskich praw osobistych do Utworu oraz zobowiązuje się powstrzymać od samodzielnego wykonywania tych praw.
- 4.9. Finalista zobowiązuje się zwolnić Organizatora od wszelkich roszczeń osób trzecich powstałych w związku z faktem, że w dacie udzielenia opisanej powyżej licencji, nie przysługiwały Finaliście autorskie prawa majątkowe, prawo do wyrażania zgody na rozporządzanie i korzystanie z opracowań Utworu, w zakresie określonym w niniejszym Regulaminie.
- 4.10. Finaliście nie przysługuje wynagrodzenie za udzielenie licencji do Utworu zgodnie z niniejszym Regulaminem.
- 4.11. Organizator w każdym czasie będzie uprawniony do zwrócenia się do wybranych Finalistów z ofertą nabycia majątkowych praw autorskich do Utworu.
- 4.12. Warunki korzystania z tych praw oraz należne z tego tytułu wynagrodzenie Finalistów będzie określać odrębna umowa. Finalista przyjmuje do wiadomości i potwierdza, że Organizatorowi przysługuje prawo pierwszeństwa w nabyciu praw określonych w niniejszym punkcie.
- 4.13. W razie zbycia tych praw osobie trzeciej bez umożliwienia nabycia ich na takich samych warunkach przez Organizatora, Finalista ponosi odpowiedzialność za szkody wyrządzone w ten sposób Organizatorowi.
- 4.14. Każdy Finalista Konkursu oświadcza, że wyłączone jest jakiekolwiek pośrednictwo Organizacji Zbiorowego Zarządzania Prawami w przedmiocie wynagrodzeń dla wszelkich twórców Zgłoszenia.

5. ZASADY ROZSTRZYGNĘCIA KONKURSU.

- 5.1. Dostarczanie Zgłoszeń jest możliwe jedynie do dnia 31 października 2019 r.
- 5.2. Rozstrzygnięcie Konkursu nastąpi w dniu 29 listopada 2019 r.
- 5.3. Ogłoszenie Zwycięzcy lub Zwycięzców Konkursu zostanie opublikowane w formie wpisu dokonanego przez Organizatora na Stronie Konkursowej, do dnia 4 grudnia 2019 do godziny 12:00. Informacja będzie obejmowała wyłącznie nazwę Finalisty Konkursu zgodnie ze Zgłoszeniem oraz nazwę zgłoszonego Produktu. Dodatkowo Zwycięzca zostanie powiadomiony o wygranej poprzez wiadomość wysłaną na podany w Zgłoszeniu adres poczty elektronicznej.
- 5.4. Zwycięzca zobowiązany jest skontaktować się z Organizatorem w celu ustalenia warunków odbioru nagrody.
- 5.5. Organizator sporządzi i będzie przechowywać przez 60 dni od momentu rozstrzygnięcia Konkursu dane Zwycięzcy.
- 5.6. W przypadku braku kontaktu Zwycięzcy z Organizatorem w terminie 7 dni od otrzymania powiadomienia o zwycięstwie Organizator zastrzega prawo przekazania Nagrody Finaliście, którego Produkt otrzymał kolejną ilość głosów.
- 5.7. Ponadto Organizator może odmówić wydania Nagrody, gdy:
 - 5.7.1. Nagrodzony Finalista nie jest uprawniony do udziału w Konkursie,
 - 5.7.2. Zgłoszenie narusza warunki niniejszego Regulaminu.

6. NAGRODY.

- 6.1. Każdy Finalista otrzymuje wyróżnienie za udział w finale Konkursu (w formie dyplomu).
- 6.2. Nagrodą dla każdego Zwycięzcy Konkursu jest Statuetka Produktu Roku 2019 e-petrol.pl oraz publikacja na portalu www.e-petrol.pl oraz w kwartalniku „Na Stacji Paliw” wywiadu przeprowadzonego ze Zwycięzcą.
- 6.3. Zwycięzca nie może przekazać prawa do nagrody innej osobie.
- 6.4. Nagroda nie podlega zamianie na inne nagrody rzeczowe ani na równoważność pieniężną.
- 6.5. Zwycięzca traci prawo do Nagrody, jeżeli:
 - 6.5.1. nie przekaze Organizatorowi informacji, o której mowa w pkt. 5.4 Regulaminu;
 - 6.5.2. przekaze Organizatorowi nieprawdziwe dane;
 - 6.5.3. nie dopełni obowiązków przewidzianych w Regulaminie;
 - 6.5.4. naruszy postanowienia Rozdziału 4 niniejszego Regulaminu;
 - 6.5.5. w innych wypadkach określonych w niniejszym Regulaminie.
- 6.6. Odpowiedzialność Organizatora wobec Finalisty w związku z realizacją Konkursu jest ograniczona do wysokości wartości Nagrody.

7. DANE OSOBOWE.

- 7.1. Dane Osobowe Finalisty Konkursu będą przetwarzane jedynie w celu realizacji Konkursu (wyłonienia Zwycięzcy i przekazania Nagrody) oraz ewentualnego postępowania reklamacyjnego. Podstawą przetwarzania jest art. 6 ust. 1 lit. b Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia Dyrektywy 95/46/We (Ogólne Rozporządzenie o Ochronie Danych) (Dz.Urz.UE.L Nr 119, Str. 1) (dalej „RODO”) (niezbędność do przeprowadzenia Konkursu).
- 7.2. Administratorem Danych Osobowych Finalistów, w rozumieniu art. 26 ust. 1 RODO, jest Information Market S.A. z siedzibą we Wrocławiu przy ul. Legnickiej 46a/11, 53-674 Wrocław, wpisaną do Krajowego Rejestru Sądowego, prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla Wrocławia Fabrycznej, VI Wydział Gospodarczy KRS pod numerem KRS 0000394474, NIP: 897-16-58-284.
- 7.3. Administrator powołał inspektora danych osobowych, z którym można skontaktować we wszelkich sprawach dotyczących ochrony danych osobowych pisząc na adres Information Market S.A., ul. Legnicka 46a/10, 53-674 Wrocław lub iod@informationmarket.pl.
- 7.4. Administrator danych osobowych informuje, że podanie danych osobowych jest dobrowolne, choć warunkuje możliwość udziału w Konkursie i skorzystania z prawa do Nagrody. Dane osobowe mogą być przekazywane podmiotom przetwarzającym dane osobowe na zlecenie administratora danych osobowych m.in. dostawcom usług IT, przy czym takie podmioty przetwarzają dane na podstawie pisemnych poleceń Administratora.
- 7.5. Dane będą przetwarzane wyłącznie do czasu wypełnienia wszelkich obowiązków finansowych i administracyjnych ciążyących na Organizatorze, a następnie zostaną usunięte lub zanonimizowane.

- 7.6. Zgodnie z prawem Finalistom przysługują następujące prawa w związku z przetwarzaniem danych osobowych: prawo dostępu do danych, w tym uzyskania kopii danych, prawo żądania sprostowania danych, prawo do usunięcia danych (w określonych sytuacjach), prawo do zgłoszenia sprzeciwu (w określonych sytuacjach), prawo wniesienia skargi do organu nadzorczego zajmującego się ochroną danych osobowych, prawo do ograniczenia przetwarzania danych, prawo do przenoszenia danych osobowych, tj. do otrzymania od administratora danych osobowych Finalisty, w ustrukturyzowanym, powszechnie używanym formacie nadającym się do odczytu maszynowego. Finalista może przesłać te dane innemu administratorowi danych.
- 7.7. Finalista ma prawo wniesienia skargi do organu nadzorczego gdy uzna, iż przetwarzanie danych osobowych jego dotyczących narusza przepisy ogólnego rozporządzenia o ochronie danych osobowych z dnia 27 kwietnia 2016 r.

8. POSTĘPOWANIE REKLAMACYJNE.

- 8.1. Reklamacje związane z Konkursem powinny być składane w formie pisemnej na adres Organizatora lub w formie elektronicznej na adres: konkurs@e-petrol.pl. Reklamacje mogą być składane w ciągu 14 (czternastu) dni od daty ogłoszenia wyników Finału Konkursu.
- 8.2. Reklamacja powinna zawierać imię, nazwisko, dokładny adres osoby składającej reklamację, jak również dokładny opis i powód reklamacji.
- 8.3. O wyniku reklamacji Finalista zostanie poinformowany pisemnie (na adres podany w reklamacji) lub drogą elektroniczną na adres, z którego została wysłana reklamacja w ciągu 30 (trzydziestu) dni od daty otrzymania reklamacji przez Organizatora.

9. POSTANOWIENIA KOŃCOWE.

- 9.1. Niniejszy Regulamin jest jedynym dokumentem określającym zasady Konkursu.
- 9.2. Organizator nie jest odpowiedzialny za niedostępność Konkursu wskutek problemów z przesyłaniem danych, ani też nie gwarantuje, że strony sieci Web będą wolne od zakłóceń lub błędów. Organizator nie bierze odpowiedzialności za jakąkolwiek utratę danych lub uszkodzenia podczas lub po transmisji.
- 9.3. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za opóźnienia lub jakiekolwiek przeszkody w komunikacji z Finalistami Konkursu wynikające z przyczyn niezależnych od niego.
- 9.4. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za nieprzestrzeganie przez Finalistów postanowień niniejszego Regulaminu, w szczególności jeżeli treść Zgłoszenia będzie sprzeczna z prawem, będzie naruszać prawa osób trzecich, będzie sprzeczna z dobrymi obyczajami, albo będzie zawierać lub opisywać sytuacje lub zdarzenia, które mogą powodować zagrożenie dla zdrowia lub życia ludzi lub zwierząt.
- 9.5. Wszelkie spory wynikające z przeprowadzanego konkursu będą rozpatrywane przez sąd właściwy względem miejsca siedziby Organizatora, czyli sąd właściwy rzeczowo we Wrocławiu.

Dowiedz się więcej o naszym konkursie:



Information Market S.A.
Legnicka 46A/10, Wrocław



+48 71 787 69 65
+48 502 523 101



konkurs@e-petrol.pl
fb.me/epetrolpl



Organizatorem konkursu jest Information Market S.A. – firma doradcza działająca w branży paliwowej, wydawca serwisu e-petrol.pl. Portal jest nie tylko bazą codziennych informacji z rynku, ale również platformą z notowaniami, prognozami i analizami, które każdego dnia dostarczają przedstawicielom rynku paliw niezbędnych narzędzi do prowadzenia swojej działalności.

Marki własne kluczem do sukcesu na stacjach paliw?

Gabriela Kozan

Stacje paliw już dawno przyzwyczały swoich klientów do marek własnych, oferując na początku wyłącznie popularne paliwa pod własnymi nazwami, dzięki którym marka stacji mogła się wyróżnić na tle konkurencji.

Później do paliw dołączyła kategoria akcesoriów i kosmetyków samochodowych i przez kilka lat ten *status quo* był utrzymywany. W tym czasie stacje paliw prowadziły procesy konsolidacji i lepiej zaczęły dbać o swoją pozycję rynkową, np. inwestując w rozbudowę sklepów i kącików bistro i kawiarnianych, gdzie zaczęły się pojawiać „swoje” kawy na wynos. Od tego momentu duże sieci stacji paliw dzielił tylko krok od wstawienia na półki różnych produktów spożywczych, a sprzyjające okoliczności pojawiły się z chwilą wprowadzenia ograniczeń w handlu w niedziele, spod których wyłączono m.in. stacje benzynowe. Od kwietnia 2018 r. stacje paliw zaczęły poważnie rozwijać obszar handlu pozapaliwowego i stopniowo chwalić się coraz lepszymi wynikami.

– W przypadku sklepów przy stacjach notujemy regularny wzrost zainteresowania ofertą wśród klientów, zarówno na stacjach tzw. miejskich, wiejskich, jak i tranzytowych – mówi Filip Puchalski, dyrektor ds. operacyjnych, członek zarządu Anwim S.A. i dodaje, że jest to powiązane m.in. z zakazem handlu w niedziele w tradycyjnych placówkach handlowych.

JAK TO BYŁO Z MARKĄ WŁASNĄ?

Początki marki własnej sięgają roku 1869, kiedy to sieć hipermarketów Sainsbury z Wielkiej Brytanii wprowadziła pierwsze produkty opatrzone marką własną. Rozkwit *private label* nastąpił jednak w latach 70. XX wieku, kiedy to francuska sieć hipermarketów Carrefour zaczęła oferować na swoich półkach produkty wolne od nazwy – czyli *produits libres*.

Wielkiej Brytanii, a do Polski dotarła dzięki zagranicznym detalistom w połowie lat 90. XX w. pomimo, iż pierwszy raz marka własna została wprowadzona w 1896, to tak naprawdę zaczęła się rozwijać dopiero po 1980 roku. Wówczas cechami charakterystycznymi tych marek były niskie ceny oraz białe, uproszczone opakowania produktów. Z czasem pojawiły się także marki własne premium, które oprócz niskiej ceny gwarantowały również wysoką jakość towarów.

KAWA, WODA, SOK, CHIPSY CZY CZEKOLADA?

Obecnie klienci dużych sieci stacji paliw mogą ze sobą na drogę zabrać bardzo wiele niedostępnych nigdzie indziej produktów spożywczych.

To, co oferuje dana marka na stacji jest oczywiście dużej mierze zależne od lokalizacji konkretnego punktu. Oczekiwania co do asortymentu mogą jednak różnić się w zależności od tego, czy punkt znajduje się w pobliżu innych obiektów handlowo-usługowych, czy nie. Początek marek własnych na stacjach w obszarze pozapaliwowym dały najpierw płyny do spryskiwaczy, ►

Marka własna (ang. *private label*)

– marka, pod którą sprzedawane są produkty lub usługi wykonywane na zlecenie określonych sieci handlowych. Wykonanie tych produktów lub usług może być zlecone różnym producentom, lecz dystrybuowane są one wyłącznie przez zlecceniodawców i pozostają pod ich kontrolą.



Stwórz z NAMI swoją STACJĘ JUTRA



+48 61 871 05 70



office@signalgroup.pl



signalgroup.pl

a potem napoje – popularne energetyki, które wielu kierowcom pomagają utrzymać koncentrację na drodze. Przez długi czas do oferty nie dołączało zbyt wiele pozycji asortymentowych. Sukcesywnie zwiększała się liczba sygnowanych marką własną akcesoriów motoryzacyjnych czy olejów, jednak sieci nie widziały przyszłości w rozwoju oferty spożywczej. Zmiana przyszła w 2017 roku, kiedy coraz głośniejsze zaczęły pojawiać się informacje na temat możliwości wprowadzenia ograniczeń i zakazu handlu w niedziele, spod którego miałyby być wyłączone stacje paliw. Przepisy w tym zakresie zostały wprowadzone i zaczęły obowiązywać od kwietnia 2018 r., ale wiodący na polskim rynku koncern naftowy PKN Orlen już pół roku wcześniej wprowadził na swoje stacje wodę butelkowaną, sygnowaną marką O! Warto zaznaczyć, że woda była pierwszym po blisko dekadzie produktem marki własnej koncernu po napoju energetycznym Verva. Woda źródłana była też elementem strategii firmy, która mocniej zaczęła wiązać swoje przyszłe dochody z obszaru sprzedaży detalicznej i oferty pozapaliwowej. Poza tym marka O! miała wzmocnić wizerunkowo nowopowstałe koncepty sklepowe O!Shop oraz kąciki gastronomiczne Stop Cafe o ugruntowanej już pozycji. Orlen debiutował z marką O! równo dwa lata temu, wówczas zapowiadał rozszerzanie oferty o soki, napoje, słodczyce. Trzeba powiedzieć, że strategia się przyjęła i do wstępnie określonego zakresu oferty marki własnej dołączyły czekolada, chipsy i kawa (ziarnista oraz mielona), ta sama, która służy do przygotowania kaw na wynos w kącikach kawowych Stop Cafe.

CZY WARTO MIEĆ MARKĘ WŁASNĄ?

Półki supermarketów już kilka czy kilkanaście lat temu przyzwyczaiły polskich konsumentów do oferty tzw. marek własnych, czyli produktów, najczęściej spożywczych, produkowanych na zlecenie i wyłącznie w tej formie czy opakowaniu dla danej

sieci handlowej. Marki własne nie są niczym złym i są obecnie stałym elementem rynku detalicznego. Jakością nie ustępują już wyrobom uznanych firm i stały się metodą sprzedawców na zwiększanie swojej marży, a jednocześnie budowanie lojalności konsumentów, stąd nie dziwi fakt pojawiania się ich także w ofercie sieci stacji paliw, które po wprowadzeniu zakazu handlu w niedziele w wielu lokalizacjach przejęły funkcję sklepów osiedlowych.

– MOYA z sukcesem rozwija portfolio tzw. produktów *private label*, z którego każda z pozycji rokrocznie notuje dynamiczny wzrost obrotów, a większość z nich przekracza 30 proc. – mówi Filip Puchalski, dyrektor ds. operacyjnych, członek zarządu Anwim S.A. W przypadku sklepów przy stacjach notujemy regularny wzrost zainteresowania ofertą wśród klientów, zarówno na stacjach tzw. miejskich, wiejskich, jak i tranzytowych. Jest to powiązane m.in. z zakazem handlu w niedziele w tradycyjnych placówkach handlowych – dodaje Puchalski i uzupełniając mówi, że *formuła sklepów „convenience” się sprawdza, a dzięki ciągłemu rozwijanemu asortymentowi, coraz częściej wykraczającemu poza produkty*

pierwszej potrzeby, ich oferta staje się coraz atrakcyjniejsza.

Obecnie najpopularniejszym produktem marki własnej, który jest obecny na półkach sklepowych niemal każdej sieci stacji paliw w Polsce jest napój energetyczny i płyn do spryskiwaczy. Do tego duetu coraz częściej dołącza woda mineralna. W przypadku tego produktu dostawcy jednak oferują realizację minimalnych zamówień przy ok. 500 tys. szt. poszczególnego asortymentu, czyli butelkowanej wody gazowanej/niegazowanej czy w opakowaniach dla dzieci. Oznacza to, że nie każdy właściciel, szczególnie mniejszej sieci, czyli kilku stacji benzynowych, będzie gotowy, aby skorzystać z tej propozycji poszerzenia asortymentu na swojej stacji. Operator sieci MOYA doskonale zdaje sobie sprawę z tego, że konsumenci oczekują produktów wysokiej jakości w atrakcyjnych cenach, a ten racjonalny kompromis łatwiej jest osiągnąć, oferując artykuły marki własnej, które pochodzą od uznanych producentów, jednak ich receptury są dostosowane ściśle pod preferencje klientów stacji paliw. W efekcie produkty *private label* są często pierwszym wyborem klientów naszych stacji paliw.



Na temat marek własnych na stacjach rozmawiamy z Anną Michałowską z Działu Komunikacji Zewnętrznej Grupy LOTOS S.A.

Dlaczego sieć stacji LOTOS zdecydowała się na wprowadzenie i rozwijanie oferty produktów z oferty marki własnej DYNAMIC na swoich stacjach paliw i jakie produkty wchodzi w jej zakres?

Produkty marek własnych na dobre za gościły w polskich domach. Ich umacnianie się na rynku FMCG trwa od kilku lat. Chcemy jako firma iść zgodnie z trendami rynkowymi i dostarczyć naszemu klientowi produkt marki DYNAMIC w wysokiej jakości oraz przystępnej cenie.

Jakie (stan na koniec października) produkty są oferowane na stacjach paliw i jaka kategoria jest najchętniej wybierana przez klientów (produkty motoryzacyjne czy spożywcze)?

Na tę chwilę to: napoje energetyczne w 3 smakach (standard, bez cukru, mojito), płyny do spryskiwaczy, oleje, oferta cateringowa na stanowiskach Cafe Punkt. Co do wyboru i preferencji

klientów, przeważa wybór z półki spożywczej.

Jakie produkty włączyli Państwo do tej pory do oferty produktów i produkty z jakiego asortymentu (spożywcze/motoryzacyjne) planują Państwo rozszerzyć ofertę?

Pracujemy intensywnie nad rozszerzeniem oferty marek własnych zarówno w obszarze spożywczym, jak i non food. W ciągu najbliższych miesięcy Klienci będą mogli nabyć produkty w marce własnej z najbardziej popularnych na stacjach kategorii.

Z jakim odbiorem klientów spotykają się produkty marki własnej na stacjach paliw? Czy jest grupa klientów wiernych marce produktom, w tym napojom marki własnej?

Odbiór marki jest bardzo pozytywny, co ma swoje potwierdzenie w liczbach. Trend pokazuje, że klient wraca po nasze produkty, ponieważ dostaje

produkt wysokiej jakości w relatywnie niskiej cenie.

Czy oprócz oferowania produktów marki własnej na półkach sklepów na stacjach LOTOS są prowadzone dodatkowe akcje marketingowe, np. kampanie prasowe, internetowe, które popularyzują markę własną?

Staramy się wspierać te produkty poprzez wszystkie możliwe kanały komunikacji. Nasza marka własna jest promowana poprzez: ATL, BTL, promocje sklepowe, różnego rodzaju konkursy, a także aktywną sprzedaż czy eventy.

Czy produkty marek własnych są tańsze/droższe w porównaniu do podobnych produktów marek ogólnodostępnych? Czy ich cena (relacja cenowa do innych) zmieniła się od momentu wprowadzenia na rynek?

Produkty marek własnych z założenia są pozycjonowane cenowo niżej od produktów brandowych. Ceny pozostają bez zmian od początku wprowadzenia ich na rynek.

Czy produkty marek własnych są dostępne we wszystkich lokalizacjach stacji paliw?

Tak. Sprzedaż marek własnych prowadziemy na wszystkich naszych stacjach.

Jak Państwa zdaniem będzie w niedalekiej przyszłości rozwijał się rynek marek własnych w Polsce i czy trendy handlowe szybko znajdą odzwierciedlenie w ofercie sklepowej stacji LOTOS?

Naszym zdaniem, rynek marek własnych będzie utrzymywał trend wzrostowy. Przewidujemy, że dynamika z ostatnich lat zostanie utrzymana. Cały czas monitorujemy i analizujemy rynek oraz testujemy nowe rozwiązania, aby sprostać jego wymaganiom.



Stacja przyjazna motocyklistom

Magdalena Robak

Kierowcy jednośladów są na stacjach benzynowych szczególnymi gośćmi, którzy z uwagi na rodzaj prowadzonych pojazdów mogą mieć nieco inne od pozostałych klientów potrzeby. Ich wizyta w tym miejscu bywa czasami źródłem nieporozumień z pracownikami stacji. Część motocyklistów uważa, że są traktowani przez nich gorzej niż inni kierowcy, a nawet są dyskryminowani. Skarżą się, iż są postrzegani przez pryzmat stereotypów jako potencjalni złodzieje paliwa oraz, że oczekuje się od nich zsiadania z motocykla przy tankowaniu oraz zdejmowania kasku i rękawiczek. Kilka lat temu prasa opisywała przypadki blokowania dystrybutorów, w sytuacji gdy pojawiał się przy nich motocyklista bądź konieczności zapłacenia przez niego za tankowanie „z góry” w godzinach nocnych. Swoje argumenty mają również pracownicy stacji i trudno im się doprawdy dziwić, skoro ponoszą materialne konsekwencje tego, że ktoś odjedzie, nie uiszczając w kasie opłaty za paliwo. Abstrahując jednak od tego, kto ma rację w tym sporze, trudno nie zauważyć, że stacje starają się wychodzić na przeciw potrzebom klientów poruszających się na dwóch kółkach i proponują im „szytą na miarę” ofertę, zawierającą np. oleje przeznaczone do silników motocyklowych, żarówki, branżowe czasopisma czy bezpłatne gadżety, takie jak ściereczki do czyszczenia kasku. Również prowadzone na stacjach programy lojalnościowe uwzględniają nagrody dedykowane zarówno pasjonatom motocykli, którzy ich nie

prowadzą, jak i ich kierowcom. Anna Papka, rzecznik prasowy Shell Polska, w wypowiedzi udzielonej redakcji „Na Stacji Paliw” informuje, że w tym roku koncern przeprowadził akcję promocyjną, w ramach której klienci jego stacji w zamian za posiadanie kompletu czterech naklejek za zatankowanie 25 l wybranego paliwa, mogli w niższej cenie kupić model motocykla Ducati. Dla miłośników dwukołowych pojazdów dostępny był flagowy model Ducati Desmosedici GP18, a także 1199 Superleggera, xDiavel S, Scrambler Icon Ducati, Monster 900 oraz Hypermotard SP. Anna Papka podkreśla ponadto, że Shell w ramach głównych promocji

paliwowych stara się uwzględnić fakt, że motocykliści nie są w stanie jednoznacznie zatankować minimalnej ilości paliwa, tj. 25 l, która jest standardowo nagradzana wydaniem naklejki i w takich przypadkach zakupy produktów marki *deli by Shell* o określonym progu (np. wartości zakupu) są promowane wydaniem naklejek promocyjnych.

Prostym w swej istocie rozwiązaniem, będącym jednak sporym ułatwieniem dla kierowców jednośladów są też dostępne w toaletach na wielu stacjach uchwyty na kaski. Na wyposażenie w nie swoich stacji zdecydował się ostatnio także Anwim – właściciel ogólnopolskiej sieci stacji paliw Moya. ▶





 **Barter**
Działamy z energią

- O powodach tej decyzji i innych udogodnieniach dedykowanych motocyklistom redakcji „Na Stacji Paliw” opowiedziała Monika Ostaszewska, Marketing Manager w Anwim S.A.

Co skłoniło Państwa do tego, aby umieścić na stacjach Moya uchwyty na kaski motocyklistów?

Motocykliści to stale zwiększająca się grupa kierowców. Potwierdzają to statystyki zawarte w raporcie „Branża motoryzacyjna 2018/2019” przygotowanym przez Polski Związek Przemysłu Motoryzacyjnego. Według zestawień liczba zarejestrowanych jednośladów w naszym kraju pod koniec 2017 r. wynosiła 827,6 tys., o 10,6 proc. więcej niż w 2016 r. Wpływ na to ma również fakt, że od kilku lat posiadacze prawa jazdy kat. „B” mogą prowadzić motocykle o pojemności skokowej do 125 cm³. My chcemy dostosować się do każdej grupy naszych klientów, stąd ukłon w stronę motocyklistów.

Na ilu stacjach Moya kaski są aktualnie dostępne?

Uchwyty na kaski motocyklowe dostępne są na każdej z ponad 220 stacji MOYA na terenie całej Polski. Jest to standardowe wyposażenie na wszystkich naszych obiektach.

Jakie inne rozwiązania odpowiadające na potrzeby motocyklistów są obecne na stacjach Moya?

Uchwyty na kaski pozwalają motocyklistom komfortowo skorzystać z toalety. Jeżeli chodzi o inne aspekty korzystania z usług stacji – wymagania motocyklistów nie wyróżniają się spośród innych grup klientów. Wszyscy oczekują przede wszystkim najwyższej jakości paliw, a także warunków do efektywnego odpoczynku przy dobrej kawie i ciepłym posiłku.



Czy mają Państwo w planach wprowadzenie kolejnych udogodnień dedykowanych tej grupie klientów?

Chcemy, by każda ze stacji naszej sieci oferowała najwyższy komfort wszystkim klientom, także tym niezmotoryzowanym. W tym celu rozwijamy koncept Caffè MOYA, a także sklepy convenience. Dla podróżnych, oprócz wymienionej oferty gastronomicznej, stacje oferują najwyższej jakości paliwa oraz udogodnienia takie, jak np. przewijaki dla niemowląt, specjalne krzeselka dla małych dzieci (w Pizza & Caffè MOYA) czy miejsca dla niepełnosprawnych.

Duży nacisk kładziemy na obsługę transportu ciężkiego. Na większości naszych stacji znajdują się liczne udogodnienia dla tej grupy kierowców, m.in. wygodne podjazdy, parkingi dla TIR-ów, szybkie wlewy diesla czy płyn AdBlue. Kierowcy flotowi mogą również skorzystać z programu MOYA Firma, który znacznie ułatwia proces zakupów paliwa i innych artykułów na stacji oraz rozliczenia za transak-

cje. Uczestnicy programu mogą także skorzystać z aplikacji mobilnej MOYA Firma, która umożliwia realizację płatności za transakcje flotowe bez użycia karty.

Wszyscy inni kierowcy, także motocykliści mogą przystąpić do programu MOYA VIP, który uprawnia uczestników do zniżek na paliwa.

W jaki sposób motocykliści wyróżniają się na tle innych grup klientów odwiedzających stacje?

Motocykliści, z uwagi na polski klimat, nie są aktywni przez cały rok. Sezon zaczyna się na przełomie marca/kwietnia, a trwa do końca października. Jednak motocykliści wyróżniają się dużą pasją, zaangażowaniem i szczególną dbałością o swoje maszyny. Są to z pewnością bardzo świadomi użytkownicy dróg. Wymagają zatem najwyższej jakości paliw, dlatego chętnie korzystają z naszej sieci stacji, ponieważ wyróżniamy się certyfikatem TankQ, który jest gwarantem najwyższych standardów.



MÓWIA, ŻE WNETRZE JEST WĄŻNE

Dla nas podstawą każdej kanapki
jest najlepszej jakości bułka!

NOWOŚĆ

Hot Dog Francuski Graham



Hot Dog Francuski

4075099



NOWOŚĆ

Hot Dog Francuski Maxi



Panini Grillowane
nacięte

2104410



Panini Grillowane
Pełnoziarniste nacięte

2104218



Kieszonka
Chlebowa

5001134



Hamburger Maxi
z Szeszmem 5 cali

4075038



ODKRYJ NASZE PRODUKTY. RAZEM STWORZYM WOV!

Obowiązki środowiskowe na stacji paliw

Przedsiębiorca prowadzący działalność, wypełniając spoczywające na nim ustawowe obowiązki środowiskowe, zobowiązany jest do prowadzenia adekwatnej ewidencji oraz składania obowiązkowych sprawozdań. Od stycznia 2020 r. realizacja tych wymagań będzie utrudniona dla podmiotów, które nie dokonały rejestracji w bazie danych o produktach i opakowaniach oraz o gospodarce odpadami (BDO).

Zacznijmy jednak od początku. Prowadząc działalność gospodarczą w zależności od jej profilu i charakteru, jesteśmy zobligowani do realizacji obowiązków ochrony środowiska. Reguluje to szereg przepisów, m.in. Ustawa o odpadach, Ustawa o opakowaniach i odpadach opakowaniowych, Ustawa o obowiązkach przedsiębiorców w zakresie gospodarowania niektórymi odpadami.

STACJA PALIW WYTWÓRCĄ ODPADÓW

Każda stacja paliw wytwarza odpady. Należą do nich m.in. papier i tektura (15 01 01), odpady z tworzy sztucznych (15 01 02), opakowania zmieszane (15 01 06), sorbenty materiały filtracyjne (15 02 03) lub niebezpieczne (15 02 02 *), opakowania po produktach niebezpiecznych (15 01 10) oraz zużyty sprzęt elektryczny i elektroniczny (16 02 14) lub świetlówki (16 02 13*). Zgodnie z obowiązującymi przepisami obowiązków firma, która występuje w charakterze wytwórcy odpadów należą m.in:

- produkcja jak najmniejszej ilości odpadów,
- wykorzystywanie w pierwszej kolejności wytwor-

zonych odpadów jako surowców wtórnych,

- ewidencjonowanie wytworzonych odpadów zgodnie z katalogiem odpadów,
- przekazywanie odpadów wyłącznie podmiotom upoważnionym do ich odbioru,
- wnoszenia opłat za korzystanie ze środowiska naturalnego,
- złożenie informacji o wytwarzanych odpadach oraz o sposobach gospodarowania nimi,
- złożenia do 15 marca każdego roku marszałkowi województwa zbiorczego zestawienia o wytworzonych odpadach za poprzedni rok kalendarzowy (obowiązek ten dotyczy wszystkich przedsiębiorców, prowadzących ewidencję odpadów oraz

wytwórców komunalnych odpadów ściekowych)

- w przypadku posiadania np. samochodów firmowych lub kotłowni ciepłą – rejestracja w Krajowym Ośrodku Bilansowania i Zarządzania Emisjami (KOBiZE),
- rejestracja w BDO.

KARY MOGĄ BYĆ DOTKLIWE

Przedsiębiorcy, często z braku informacji, nie realizują wymagań nałożonych przez ustawodawcę. Nie chroni ich to jednak przed potencjalnymi karami. Według informacji opublikowanych na stronach internetowych bazy danych o produktach i opakowaniach oraz o gospodarce odpadami za dzia-



łanie niezgodne z przepisami podmiotom zobowiązanym do uzyskania wpisu do rejestru BDO, grożą następujące sankcje:

- za gospodarowanie odpadami niezgodne z informacjami zgłoszonymi do rejestru – **kara aresztu albo grzywny,**
- za brak wniosku o wpis do rejestru, zmianę wpisu do rejestru, wykreślenie z rejestru lub złożenie wniosku niezgodnego ze stanem faktycznym – **kara aresztu albo grzywny,**
- za prowadzenie działalności gospodarczej bez wymaganego wpisu do rejestru – **administracyjna kara pieniężna 5 000 zł – 1 000 000 zł,**
- za nieumieszczanie numeru rejestrowego na dokumentach sporządzanych w związku z prowadzoną działalnością objętą wpisem do Rejestru BDO – **administracyjna kara pieniężna 5 000 zł – 1 000 000 zł,**
- za transport odpadów bez wpisu do Rejestru BDO – **administracyjna kara pieniężna od 2 000 do 10 000 zł.**

BRAK REJESTRACJI W BDO SKOMPLIKUJE ŻYCIE

Baza BDO to system informatyczny, utworzonym na podstawie przepisów ustawy z dnia 14 grudnia 2012 r. o odpadach. Integralną częścią BDO jest

Rejestr podmiotów wprowadzających produkty, produkty w opakowaniach i gospodarujących odpadami, który został uruchomiony 24 stycznia 2018 r. Obowiązek rejestracji istnieje od blisko dwóch ale dopiero zapowiedziane na 1 stycznia 2020 r. uruchomienie kolejnych modułów systemu, tj. moduł ewidencji i moduł sprawozdawczości, może wymusić na wielu firmach jego realizację.

Wdrożenie nowych modułów w praktyce oznaczać będzie, że to w BDO będziemy „wystawiać” Karty Przekazania Odpadów oraz prowadzić całą ewidencję odpadową, a na koniec wygenerujemy sprawozdanie i prześlemy je w wersji elektronicznej do Urzędu Marszałkowskiego. To duża zmiana, która może spowodować problemy

szczególnie dla małych firm wytwarzających odpady, ponieważ w styczniu 2020 roku bez dostępu do rejestru nie prześlą one odpadów. Dlatego wszyscy zobligowani powinni dokonać rejestracji do końca 2019 roku, aby uniknąć problemu z przekazaniem odpadów po nowym roku.

Czas pokaże, czy wprowadzenie systemu BDO pomoże w kontroli realizacji obowiązków przez przedsiębiorców. Na dziś wiemy już, że na pewno wydłuży czas oczekiwania na odbiór odpadów.

Opracowanie:

Aldona Maziak
Specjalista ds. Ochrony Środowiska
PHU „ECO” /
Spółdzielnia Pracy Argo-Film

Zmiany prawne 2019/2020 – co czeka przedsiębiorców paliwowych?

O komentarz do nadchodzących zmian prawnych obejmujących rynek paliwowy, ze szczególnym uwzględnieniem stacji, poprosiliśmy Jacka Arciszewskiego, prawnika i doradcę podatkowego, prowadzącego serwis akcyzadoradca.pl.

Stacje paliw, podobnie jak większość przedsiębiorców w Polsce, czekają wkrótce olbrzymie wyzwania, spowodowane koniecznością dostosowania się do nowych regulacji prawnych. Warunki prawne biznesu zmieniają się bowiem ręką dyktando, generując przy tym kolejne koszty związane z potrzebą dostosowania się. Zmiany dotyczą wielu obszarów, nie tylko czysto podatkowych – związanych z podatkiem VAT (m.in. kasy online, nowe zasady zamiany paragonów na faktury, obowiązkowa podzielona płatność, biała lista podatników) czy akcyzą (elektroniczny dokument dostawy, zmiany w rejestracji, elektroniczne ewidencje, deklaracje) – ale również w zakresie objęcia LPG systemem SENT.

Niektóre zmiany, jak ta dotycząca paliw ciekłych w prawie energetycznym, powinny być na szczęście neutralne dla przedsiębiorców prowadzących stacje. Przykładowo, od teraz tylko LPG używane do celów energetycznych będzie wymagało posiadania koncesji. Właściciele stacji paliw powinni jednak sprawdzić zgodność posiadanych koncesji z wymienionymi w najnowszej wersji rozporządzenia Ministra Energii kodami CN dla poszczególnych paliw. Inne zmiany, jak obowiązek stosowania e-DD w zakresie rozliczeń akcyzowych, znowu zostaną odroczone w czasie. Niemniej jednak wiele zmian,

w tym te w systemie VAT, czy też objęcie LPG systemem SENT wymagają działań zaradczych już teraz, względnie w najbliższym czasie.

Lektura obowiązkowa dla branży prezentuje się następująco:

1) *ustawa z dnia 15 marca 2019 r. o zmianie ustawy o podatku od towarów i usług oraz ustawy – Prawo o miarach (Dz.U. poz. 675)* – wprowadzająca kasy online od początku 2020 r. dla przedsiębiorców sprzedających benzyny silnikowe, olej napędowy, gaz LPG;

2) *ustawa z dnia 12 kwietnia 2019 r. o zmianie ustawy o podatku od towarów i usług oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. poz. 1018)*, którą ukonstytuowano nie tylko białą listę podatników, ale również od początku 2020 r. uzależniono możliwość zaliczenia kwot w koszty uzyskania przychodów od faktu dokonania przelewu na te rachunki kontrahentów, które są wykazane na tejże liście (oznacza to dla przedsiębiorców konieczność weryfikacji danych o rachunkach);

3) *ustawa z dnia 4 lipca 2019 r. o zmianie ustawy o podatku od towarów i usług oraz niektórych innych ustaw*

(*Dz.U. poz. 1520*), którą zmieniono zasady zamiany paragonu na fakturę, uzależniając taką zamianę od ujęcia numeru NIP nabywcy na paragonie (od dnia 1 stycznia 2020 r.). Zastąpiono też deklaracje VAT nowymi plikami JPK_VAT (od dnia 1 kwietnia 2020 r.) i w końcu zmienia się definicję paliw ciekłych w Prawie energetycznym;



4) *ustawa z dnia 9 sierpnia 2019 r. o zmianie ustawy o podatku od towarów i usług oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. poz. 1751)*, którą wprowadzono od dnia 1 listopada obowiązkową podzieloną płatność, Nomenklaturą Scaloną zastąpiono dotychczasową symbolikę PKWiU przy opisywaniu towarów w ustawie VAT, czy też przewidziano możliwość

występowania o Wiążącą Informację Stawkową;

5) *ustawa z dnia 20 lipca 2018 r. o zmianie ustawy o podatku akcyzowym oraz ustawy Prawo celne (Dz.U. poz. 1697)*, którą wprowadzono obowiązek stosowania elektronicznego dokumentu dostawy przy przemieszczaniu LPG do celów korzystających ze zwolnienia akcyzowego (cele opałowe), choć patrząc na pkt. 6, oczekiwać należy kolejnego przesunięcia w czasie daty wejścia w życie obowiązku e-DD;

6) *projekt ustawy o zmianie ustawy o podatku akcyzowym oraz niektórych innych ustaw (numer projektu w wykazie prac Rady Ministrów UD 563)* przewidujący nie tylko możliwość stosowania „papierowego” dokumentu dostawy do stycznia 2021 r., ale również uproszczenie systemu dostaw z e-DD oraz wprowadzenie Centralnego Rejestru Podmiotów Akcyzowych;

7) *projekt ustawy o zmianie ustawy o podatku akcyzowym oraz niektórych innych ustaw (numer projektu w wykazie prac Rady Ministrów UD 557)*, m.in. wprowadzający obowiązkowe elektroniczne ewidencje oraz deklaracje akcyzowe;

8) *rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 6 sierpnia 2019 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie towarów, których przewóz jest objęty systemem*

monitorowania drogowego i kolejowego przewozu towarów (Dz.U. poz. 1585), obejmujące systemem SENT LPG;

9) *rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 28 sierpnia 2019 r. w sprawie zgłoszeń przewozu towarów oraz zgłoszeń obrotu paliwami opałowymi (Dz.U. poz. 1658)*, określające stosowanie zgłoszeń zbiorczych również dla branży LPG oraz nowość – reguły obowiązujące przy transakcjach łańcuchowych;

10) *rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 17 września 2019 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie dodatkowych danych podlegających wskazaniu w zgłoszeniu przewozów towarów (Dz.U. poz. 1873)*, określające dodatkowe dane wymagające wskazania w zgłoszeniu SENT przez branżę LPG, w przypadku dostarczania autogazu na stacje paliw.

Zauważmy też na koniec, że ze względu na przedłużenie możliwości stosowania dokumentu dostawy w formie papierowej należy oczekiwać nowelizacji rozporządzenia o którym mowa w pkt 8, która pozwoli również w całym 2020 r. wyłączyć obowiązek stosowania systemu SENT wszędzie tam, gdzie dalej będzie stosowany papierowy dokument dostawy do przemieszczeń paliw korzystających ze zwolnień akcyzowych. ■

Jacek Arciszewski

– doradca podatkowy, prawnik, z kilkunastoletnim stażem pracy w administracji publicznej (m. in. Ministerstwo Finansów, Główny Urząd Cel) i kilkuletnim doświadczeniem w obsłudze podatników firmowych, m.in. z branży paliwowej.

Skórzana wizytówka

Najkrótszy męski niezbędnik obuwniczy

dr Jakub Bogucki

Wielki aktor Leonard Pietraszak wspominał kiedyś, że jedyna ojcowska rada, jaką zapamiętał brzmiała: „Synu, pamiętaj, zawsze miej dobrze wy czyszczone buty!”. W dzisiejszej epoce, w której słyszymy tysiące internetowych porad i inspirujących cytatów taka mądrość się nie chyba przebiję. A powinna – bowiem, jak większość mądrości naszych pradziadków, ma w sobie zdrową prostotę, której tak brakuje naszemu zagonionemu ży-

ciu. Buty stanowią w całości męskiego stroju element kluczowy, stanowią o stopniu jego formalności, a w dodatku muszą godzić szereg cech funkcjonalnych z wymogami elegancji i regułami estetyki.

W poniższym tekście zaprezentowany zostanie szybki i skrótowny przegląd tego, co na stopach wypada nosić w sytuacjach formalnych (lub – o ile takie można oddzielić – „pół-formalnych”). To nie zamyka bynajmniej kata-

logu obuwia, którego liczne odmiany są niezbędne w świadomie tworzonej męskiej garderobie. Pomijam tu choćby całą gamę rozmaitych butów sportowych czy trekkingowych, dla których pierwszym czynnikiem kwalifikującym jest zazwyczaj funkcjonalność i komfort. W przypadku butów wizytowych czy formalnych jest to również wymóg konieczny, ale musi on stać na równi z pewnymi elementami stylistycznymi. Tak



przynajmniej wygląda to z perspektywy kanonu męskiej elegancji.

OXFORDY

Oxfordy, czy – bardziej staroświecko – wiedenki, to absolutny fundament obuwniczy formalnego stroju. Najprostszym kryterium odróżniania ich od tzw. derby są zamknięte przyszw. Oznacza to ni mniej, ni więcej, że część z dziurkami na sznurowadła (fachowo nazywa się ona obłożyna) nie jest „nałożona” na buta, ale wszyta od wewnątrz. Czarne oxfordy stanowią uniwersalny element wyjściowego stroju i uchodzą za „najbardziej eleganckie” buty męskie. Naturalnie, różne ich odmiany kolorystyczne przesądzą

o stopniu formalności, ale i tak obuwie tego typu jest elementem obowiązkowym w tradycyjnej męskiej garderobie.

LOTNIKI

Szczególna forma butów oxford – znana w świecie anglosaskim pod lepiej je opisującym określeniem „whole-cut”. Są to buty wykonane z jednego kawałka skóry w swej górnej części. Pozbawione są przeszyci oraz perforacji, a ich uroda i charakter zależy od kształtu kopyta, na jakim zostały wykonane.

DERBY

Zdecydowanie popularniejsza odmiana butów wizytowych – choć zdaniem specjalistów mniej formalna od oxfordów. Różni je od nich otwarta przyszw (część buta okrywająca palce i podbicie). Obłożyna z dziurkami na sznurowadła jest naszyta na wierzch przyszw, co jest nieco łatwiejsze od wykonania oxfordów i zdaniem niektórych rzutuje na nieco niższe ceny tego typu butów. W starszych poradnikach buty tego typu noszą nazwę „angielki”.

BUTY „ZDOBNE”: BROGYS, MONKI, SADDLE SHOES

Brogue lub w spolszczeniu brogry to buty z dziurkowanymi wzorami – jeśli perforacja jest tylko na nakładanym nosku określa się je jako semibrogues. Monki z kolei to buty pozbawione sznurowadeł, a zapinane na klamrę (lub klamry). Wreszcie saddle shoes – kojarzone najczęściej z estetyką filmów z lat 30-tych XX wieku (lub w wersji damskiej z niezapomnianą Audrey Horne

z *Miasteczka Twin Peaks*) to buty powstałe na bazie niegdysiejszych butów tenisowych – ich cechą jest „siodło” z ciemnej skóry nałożone na jasną konstrukcję buta. Wszystkie takie odmiany to odrobina nonszalancji w ramach kanonu. Ortodoksi odzieżowi uznają, że tego rodzaju modele można traktować jedynie w konwencji „smart casual”, ale dzisiejsze rozluźnienie standardów pozwala z przymrużeniem oka uznać je za harmonijny element stylizacji formalnej (naturalnie przy zachowaniu klasycznej kolorystyki).

MOKASYNY

W tej kategorii wskazać można na różne odmiany obuwia – driving mocs, loafers czy nawet boat shoes – wszystkie one mają swoją specyfikę, której nie należy uznawać za nader formalną. Są to buty do zastosowań codziennych (warto tu poczytać o amerykańskim stylu preppy i zastanowić się jak daleko odeszliśmy dzisiaj od niedawnych przecież jeszcze pojęć „swobodnego wyglądu”). Buty niskie, zwykle wsuwane – noszone najlepiej na gołą stopę. W naszym klimacie i przyzwyczajeniach estetycznych trudno to połączyć nawet z bardziej sportowym garniturem.

BUTY WYSOKIE

Wymóg raczej klimatu i warunków atmosferycznych – to zwykle z tej przyczyny bowiem sięgamy po trzewiki, sztyblety, chukka boots. Ich styl i rynkowa oferta są na tyle zróżnicowane, że da się odnaleźć wśród nich takie, które można bezpiecznie łączyć z formalnym strojem – jednak konserwatywne podejście do mody męskiej nakazuje tu ostrożność. Jak w przypadku wszystkich typów obuwia – kluczowy jest materiał wykonania (skóra), dbałość o detale i brak przesadnych „innowacji” projektantów, które mają zapewne na celu „przełamanie” sztywnego wizerunku – a jakże często powodują, że obuwie jest po prostu bezstylowo szpetne.



Śladami Drakuli po zielonym Siedmiogrodzie

Magdalena Robak
Zdjęcia: Krzysztof Robak

Choć w rankingach popularności krajów, w których Polacy najchętniej spędzają wakacje, Rumunia nie bije rekordów, a turyści w tym roku najchętniej na cel letnich wyjazdów wybierali Chorwację, Grecję oraz Hiszpanię¹, warto zmienić oczywisty kierunek wjaży i odwiedzić tę niezwykle piękną, choć pełną kontrastów część Europy. W niedocenianej podróżniczo Rumunii i przez wielu postrzeganej przez pryzmat stereotypów jako kraj zaniedbany i niebezpieczny, nie brakuje zapierających dech w piersiach krajobrazów i zabytków będących niekwestionowanymi perłami architektury minionych stuleci. Również mieszkańcy Rumunii – serdeczni, uśmiechnięci i bardziej komunikatywni niż np. ich sąsiedzi Wę-

grzy – ocieplają wizerunek kraju, który przez lata dyktatury Nicolae Ceausescu pogrążał się w gospodarczej zapaści i międzynarodowej izolacji. Niezapomnianą przygodę z Rumunią można zacząć od poznania Siedmiogrodu (po węgiersku *Erdély*), który do roku 1918 był częścią Węgier. Ojczyzna legendarnego hrabiego Drakuli² – potocznie nazywana Transylwanią (*Transilvania* – kraj za lasem), jest położona na Wyżynie Siedmiogrodzkiej i otoczona ze wszystkich stron pasmami Karpat. Kolonizujący ją Sasi – ludność niemiecka osiadła w Siedmiogrodzie od XII wieku, która założyła tu siedem miast (*Siebenbürgen*) – określali ją mianem zielonej. Na wiosnę i w lecie urzekła bowiem i wciąż urzeka widokami

lasów porastających łagodne szczyty znajdujące się w centrum regionu i bujnie kwitnących łąk. Tym, co zdecydowanie wyróżnia ten region Rumunii, zarówno od pozostałych jej części, jak i od innych zakątków Europy, są liczne kościoły warowne. Owe obiekty sakralne, będące jednocześnie twierdzami, gromadziły ludność nie tylko w celach kultu religijnego, ale dzięki obecności fortyfikacji właśnie zapewniały jej też schronienie na wypadek zagrożenia. Jednym z nich jest np. świątynia w miejscowości Prejmer, która wraz z sześcioma innymi, siedmiogrodzkimi wsiami, figuruje na liście światowego dziedzictwa UNESCO. Znajdujący się w niej, pochodzący z XIII wieku, kościół o ascetycznym, protestanckim wnętr-

1) Informacja na podstawie badania zrealizowanego na zlecenie Mondial Assistance przez Ipsos Polska w dniach 6-24 maja 2019 roku.

2) Pierwowzorem postaci był gospodarz wołoski Vlad III Tepes zwany też Palownikiem.





trzu otaczają imponujące grubością i sięgającą nawet aż 14 metrów wysokością mury obronne. Zaskakujące jest to, że mieszczą one w sobie od strony wewnętrznej 270 ponumerowanych pomieszczeń ulokowanych na kilku kondygnacjach, w których mieszkańcy wsi wraz ze swoim dobytkiem mogli przeczekać np. najazd wroga. Do tych swoistych, tymczasowych mieszkań prowadziły liczne drewniane schodki oraz galerijki usytuowane na licu murów. Po ich szczycie natomiast, pod dachem, biegł korytarz obronny z otworami strzelniczymi.

Kościół warowne to oczywiście niejedyna atrakcja Transylwanii. Olśniewa ona także majestatycznymi zamkami, takimi jak np. średniowieczna forteca w Hunedoarze – zwana zamkiem Korwinów (nazwa pochodzi od łacińskiej nazwy rodu Jana Hunyadego – *Ioannes Corvinus*) i stanowiąca symbol węgierskiego panowania w Siedmiogrodzie. Historię tej rodem jak z bajki budowli, w której według legendy więziono Vlada Palownika, naznaczyły liczne remonty i modernizacje. Przyczyniły się one do tego, że cieszy się ona obecnie opinią najpiękniejszej gotyckiej warowni w całej Rumunii. Ta imponująca budowla pochodzi z XV wieku, ale jej początki sięgają już XII i XIII wieku, kiedy w dolinie rzeki Czernej powstała początkowo niewielkich roz-

miarów twierdza. Przebudowana w zamek przez wspomnianego Jana Hunyadego – węgierskiego magnata i wojewodę siedmiogrodzkiego – jest jedną z największych tego typu budowli w Europie, a w latach 1867-1918 służyła jako letnia rezydencja Habsburgów. Współcześnie podziwiana przez turystów konstrukcja pochodzi z XIX wieku, kiedy to zamek został odbudowany po pożarze. Dziś prowadzi do niego drewniany most i Nowa Wieża Bramna, po przekroczeniu których można zachwycić się m.in. jego dwoma architektonicznymi skarbnicami i zarazem najbardziej reprezentacyjnymi pomieszczeniami: Salą Królewską i Salą Rady. Są one pięknymi, gotyckimi komnatami połączonymi spiralną klatką schodową. Chociaż twierdzę odwiedzają liczni wycieczkowicze i z pewnością na zdecydowanej większości z nich jej potężny wygląd i surowy wystrój wywierają ogromne wrażenie, potencjał tej budowli nie jest w pełni wykorzystany, ponieważ w części pomieszczeń brakuje ekspozycji i tablic z informacjami na temat ich historii. Na dziedzińcu nie ma także infrastruktury typowej dla tego rodzaju obiektów, takiej jak ławki czy stoiska z napojami, które pojawiają się dopiero po wyjściu z zamku.

Lekcję na temat tego, jak przyciągnąć turystów, skrupulatnie odrobiono natomiast w miejscowości Bran, w której również mieści się zamek.

Dzięki popularnej książce Brama Stokera pt. „Drakula” uchodzi on za jego siedzibę, chociaż pierwowzór tej postaci – wspomniany Vlad Palownik – w nim nie mieszkał. Budowla w Branie, podobnie jak warownia w Hunedoarze, została wzniesiona w średniowieczu, a jej fundatorem był rycerz, jakże dobrze kojarzonego przez Polaków, Zakonu Krzyżackiego. Początkowo branski zamek pełnił funkcję obronną oraz punktu poboru ceł na często uczęszczanym szlaku handlowym między Wołoszczyzną a Transylwanią. Przez wieki zmieniali się jego właściciele, a kiedy pod koniec XVII w. przeszedł w ręce Habsburgów, zmniejszyło się jego znaczenie. Kiedy w 1918 roku Siedmiogród włączono do Rumunii, mieszkańcy Braszowa na czele z jego burmistrzem podarowali zamek królowej Marii, żonie króla Rumunii Ferdynanda I, będącej zwolenniczką innowacji. Chociaż po jego przebudowie na letnią rezydencję swoje apartamenty urządziła ona w stylu włoskiego i niemieckiego renesansu z wpływami sztuki lokalnej, na jej życzenie wyposażono ją także w trzy kabiny telefoniczne. Były to niejedynie oznaki nowoczesności na zamku, ponieważ w studni zamkowej zainstalowano ponadto windę zwożącą jego mieszkańców 60 metrów pod ziemię do tunelu prowadzącego do parku w dolinie. W 1932 r. królowa Maria wybudowała

▶ również elektrownię turbinową, która zapewniła prąd dla zamku oraz okolicznych miejscowości. Kiedy w 1947 roku, po abdykacji króla Michała, został on przejęty przez komunistyczny rząd Rumunii, zaczął popadać w ruinę. Dla zwiedzających otwarto go po remoncie, w roku 1956.

Dzisiaj zamek w Branie jest bodaj najczęściej odwiedzanym miejscem Siedmiogrodu, choć niestety rozczarowuje. I nie chodzi tu tylko o to, że choć malowniczo położony, jest niewielki. Zniechęca do wizyty w nim także jego na wskroś komercyjny charakter, który nadają mu położone w jego otoczeniu niezliczone kramy z pamiątkami – większości rodem z Chin. Zamek zwiedza się ponadto bez przewodnika i w niekończącym się tłumie turystów, co powoduje, że trudno oprzeć się wrażeniu, że jest on jedynie „atrakcją do zaliczenia” przy okazji pobytu w Rumunii. Mimo tego, że stanowi „wizytówkę” Transylwanii, nie jest raczej miejscem, do którego chce się wrócić, a już na pewno nie w sezonie turystycznym.

Komu legendarna siedziba Drakuli rzeczywiście sprawi zawód, powinien udać się czym prędzej do oddalonego od niego o 30 kilometrów Braszowa, uchodzącego za ostatni bastion łacińskiej Europy. W mieście tym, niegdyś spustoszone przez Vlad Palownika, nasycimy oczy m.in. okazałym widokiem pozostawionego w nienaruszonym stanie średniowiecznego Starego

Miasta, wpisanego na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO. Braszów niewątpliwie jest miastem, w którym miłośnicy architektury będą mieli co podziwiać. W jego sercu usytuowany jest rynek – *Piața Sfatului*, a na nim ratusz z tzw. wieżą Trębaczy pełniącą w przeszłości funkcje strażnicy i punktu alarmowego. Nieopodal znajdują się również położona w głębi dziedzińca, dziewiętnastowieczna cerkiew prawosławna Wniebowzięcia NMP, z pozoru wyglądająca jak sam portal wciśnięty pomiędzy sklepowe witryny oraz tzw. Czarny Kościół. Nazwa tej imponującej, luterkańskiej fary pochodzi od pożaru, który w 1689 roku dokonał w niej wielkich zniszczeń i pokrył ją sadzą. Czarny Kościół, odbudowywany przez kolejne 100 lat, jest najdalej na wschód wysuniętą gotycką katedrą Europy i największą gotycką świątynią Siedmiogrodu o spektakularnych rozmiarach: długości równej 89 m i szerokości liczącej 24 m. Jego wnętrza kryją w sobie wiele cennych, historycznych pamiątek, m. in. bogatą kolekcję anatolijskich kobierców (119 eksponatów) oraz organy o 4 tys. piszczałek.

Na tle innych europejskich miast Braszów wyróżnia się także tym, że w jego ścisłym centrum znajduje się... góra Tampa o wysokości 955 m n.p.m. z umieszczonym na niej charakterystycznym i stylizowanym na hollywoodzki napisem Brasov. Po wejściu bądź wjechaniu kolejką linową na jej szczyt można z niego podziwiać nie-

zapomnianą panoramę setek dachów uporządkowanych prostymi ulicami niemieckiego miasta w kwartały oraz splecionych uliczek przecinających cmentarzyki, podwórka i wzgórza rumuńskiej części Braszowa – *Șchei*.

Chcąc odpocząć od zgiełku miasta i spragnionym ekstremalnych wrażeń oraz widoków olśniewających, górskich krajobrazów gorąco polecam przejazd szosą Transfogarską, łączącą Transylwanię z Wołoszczyzną. Ta najwyższa przebiegająca droga w Rumunii, w kulminacyjnym punkcie osiąga wysokość 2043 m n.p.m., na której nawet w lecie leży gruba warstwa śniegu, przecina z południa na północ główny grzbiet Gór Fogarskich, zwanych również Alpami Transylwańskimi. Jej istnienie Rumuni w pewnym sensie zawdzięczają „Geniuszowi Karpat” – Nicolae Ceausescu. To na jego polecenie bowiem powstała ona w latach siedemdziesiątych w miejscu istniejących duktów leśnych oraz szlaków górskich, do których wysadzenia użyto około 6 milionów kilogramów dynamitu. Jej budowa według oficjalnych statystyk pochłonęła życie 40 osób (według nieoficjalnych około kilkuset).

Choć Trasa Transfogarska liczy tylko ponad 150 km, jej pokonanie zajmie kilka godzin i nie tylko dlatego, że obowiązuje na niej ograniczenie prędkości do 40 km/h. Jest ona niezwykle kręta, poprzecinana licznymi wiadukami, mostami i tunelami, z których najdłuższy ma długość 884 m. Będąc w doskonałej formie rowerzystom, ostrożnym motocyklistom i kierowcom samochodów (koniecznie sprawnych) wynagrodzi trudy podróży fenomenalnymi widokami serpentyn górskich, będących dowodem na to, że jest ona jedną z najpiękniejszych tras na świecie. A kto by jeszcze chciał przemierzyć drogi, po których przed wiekami stąpał Vlad Palownik – późniejszy hrabia Drakula, może z Trasy Transfogarskiej delikatnie zboczyć do jego prawdziwej siedziby – zamku Poenari. Wystarczy tylko wspiąć się do niego po liczących 1480 stopni stromych schodach...



OFERTA FRANCZYZOWA

DOPASOWANA DO TWOICH POTRZEB
OTWÓRZ STACJĘ **TOTAL**



excellium

PALIWA **EXCELLIUM**

café
pause

KONCEPT **PAUSE CAFÉ**

TOTAL
club

AUTORSKI PROGRAM
LOJALNOŚCIOWY **TOTAL CLUB**



KARTA PALIWOWA **TOTAL CARD**

Tair

NOWOCZESNY **DESIGN**

welcome

ATRAKCYJNY KONCEPT **SKLEPOWY**



WSPARCIE **MARKETINGOWE**



TOTAL

Lepsza energia na drogę. Codziennie

Zostań naszym partnerem, wejdź na www.total.com.pl i wypełnij formularz lub zadzwoń tel. 22 481 93 86

Renault Clio V: czy udało się poprawić dobre?

Piotr Majka (Test Auto)

Wystawienie nowego modelu na rynek zazwyczaj jest próbą poprawienia tego, czego brakowało w poprzedniej generacji. Konkurencja jest duża, zwłaszcza w segmencie aut miejskich, a co za tym idzie, aby się wyróżnić trzeba się mocno postarać. Można to zrobić źle, jak chociażby nowy Hyundai Elantra. Auto było nudne, ale ładne. Koreańczycy chcieli zrobić auto bardziej krzykliwe, a ostatecznie wyszła kłapa. To bardzo fajny samochód dla osób poszukujących prostych rozwiązań ale wygląd może odstraszyć. Renault wiedziało, że dotychczasowe Clio podoła się klientom. Dlatego zewnętrzne linie starają przypominać poprzednią generację, jednocześnie dopasowując się do nowej stylistyki całej gamy Renault. Konkurencja jednak nie próżnuje, a wraz z premierą Clio V generacji na rynku pojawia się chociażby nowy Peugeot 208 i Toyota Yaris.

O ile konkurenci postawili na totalnie odmienne stylizacje, projektanci Renault uznali, że poprzednie Clio było chwalone przez klientów ze względu na stylistykę. Dlatego postanowili pozostawić pierwotną koncepcję, stąd mamy tutaj ewolucję, która się udała. Są charakterystyczne reflektory z łezką i niewielka atrapa chłodnicy. Zachowano natomiast ideę aby miejskie auto przypominało Coupe, dlatego klamki tylnych drzwi ponownie schowano przy szybie. W rzeczywistości każdy element Clio V jest kompletnie nowy, wraz z płytą podłogową. Peugeot z modelem 208 poszedł odrobinę dalej i ich auto faktycznie rzuca się w oczy bardziej, Clio jest zachowawcze, stonowane i jednocześnie atrakcyjne. Francuzi większe zmiany zaplanowali we wnętrzu. Pojawiła się nowa stylistyka,

nowy system multimedialny i nowe cyfrowe zegary. Oklepany schemat, który został zapoczątkowany kilka lat temu i systematycznie dodawany do każdego kolejnego modelu przechodzi do lamusa. Co prawda znajdziemy tu elementy z innych modeli takie jak regulacja sterowania klimatyzacją z odświeżonego Kadjar, czy przyciski na desce rozdzielczej niemal identyczne, co w Dacii Duster. Te ostatnie czerpią inspiracje z aut grupy PSA i niestety są mało intuicyjne, chociaż w tym przypadku i tak możemy się cieszyć ponieważ posiadacze Peugeot'a czy DS'a muszą męczyć się z panelem dotykowym.

We wnętrzu przede wszystkim rzuca się w oczy ogromny, 9,3 calowy tablet wystający z deski rozdzielczej. Oczywiście nie jest on na wyposażeniu standardowym i wymaga dopłaty 1500 zł. W standardzie od wersji ZEN





mamy ten sam system z 7 calowym, poziomym ekranem. Sam system jest zupełną nowością marki, w końcu... R-Link 2 chociaż na początku był ciekawą nowością, może nieco archaiczny zdążył się zestarzeć. Obecnie nowy Easy Link oferuje zupełnie nową jakość wyświetlanego obrazu oraz szybkości działania. Jest bardziej nowoczesnie, płynniej, a przy okazji menu jest mniej skomplikowane. Karty można dowolnie konfigurować, ale jest lepiej niż poprzednio. Teraz zaczyna to mieć sens, a najważniejsze aplikacje auta będziemy mieć pod ręką. Ekran jest błyszczący, ale na tyle dobry, że nawet w mocnym słońcu coś zobaczymy. Nowością jest też opcjonalna kamera 360 stopni, czyli generowany widok „z lotu ptaka” ułatwiający parkowanie. Na plus przede wszystkim jakość obrazu z kamer. Jedną z większych wad, które bardzo dokuczały mi u poprzednika to niezwykle ciasne wnętrze. Gdy za kierownicą siedziała wyższa osoba, z tyłu nie było praktycznie miejsca na nogi, więc trzeba było iść na spore kompromisy. Wraz z nową płytą podłogową liczyłem, że projektanci postarają się

to poprawić. Ostatecznie miejsca jest nieznacznie więcej, ale wciąż konkurencja potrafi to zrobić lepiej. Chociaż Clio V jest krótsze od poprzednika o półtorej centymetra, to udało się zwiększyć przestrzeń bagażową, teraz jest jej aż 390 litrów, czyli o 90 więcej. Jak na auto miejskie jest jak najbardziej odpowiedni.

Zmianie uległy również silniki. Wybór zaczyna się od 65 konnego silnika wolnossącego SCE, który wydaje się być nieco za słaby. Jest też wersja 100 konna TCe. Oba silniki to 3 cylindrowe jednostki o pojemności 1 litra. Najmocniejszym benzyniakiem jest czterocylindrowy silnik 1.3 TCe o mocy 130 KM. Co ciekawe Renault oferuje w gamie również bardzo fajnego Diesla o pojemności 1,5 litra i mocy 115 KM, co raczej się zdarza się już bardzo rzadko w przypadku aut miejskich. Silnik 1.3 TCe jako jedyny występuje z automatem, natomiast wersję 1.0 TCe możemy doposażyć w bezstopniową skrzynię Xtronic. Ta ostatnia będzie dostępna nieco później. Testowa wersja 1.0 TCe o mocy 100 KM wydaje się być najrozsądniejsza ponieważ jest czymś

w rodzaju idealnego środka. Czuć lekki niedobór mocy, ale przez większość czasu jest ona wystarczająca. Zużycie paliwa jest stosunkowo niskie, a przy większych staraniach można zejść nawet w okolice 4,5 litra. Zazwyczaj jednak komputer będzie pokazywał nam okolice 6 litrów na każde 100 km, a przy prędkościach autostradowych zwiększy się do 7,1 litra. W mieście litrowy silnik zużywa średnio 7,5 litra.

Zawieszenie Clio V zostało poprawione, ale to wciąż charakterystyczne Renault. Jest sprężyste i komfortowe. Nie prowadzi się tak pewnie jak Ford Fiesta, ale widać odpowiedni kierunek. Wnętrze zostało dobrze wyciszone, a przy 120 km/h jest stosunkowo cicho. Dopiero przy wyższych prędkościach robi się hałaśliwie i to jedynie przez opory powietrza. Wyciszenie silnika jest naprawdę dobre. Renault z nowym Clio wprowadził również kilka innych nowości, a przede wszystkim warto wspomnieć o Easy Pilot. Jest to pierwszy model w historii Renault pozwalający na częściowo autonomiczną jazdę. Auto utrzymuje się w pasach ruchu, a aktywny tempomat może tym razem wyhamować do 0, zamiast do 40 km/h jak w innych autach tej marki do tej pory. Niestety testowany egzemplarz nie miał go na wyposażeniu, a dodatek ten jest dostępny w pakiecie za 5000 zł.

Podoba mi się, że cena bazowa Clio V jest niemal identyczna co poprzedniej generacji. Podstawowy model kosztuje 46 900 zł, natomiast za rozsądnie wyposażone auto wydamy co najmniej 56 tys zł. Cena jest więc konkurencyjna. Renault bardzo dobrze poradził sobie z oczekiwaniami nowego modelu, a największym minusem jest wciąż przeciętna ilość miejsca z tyłu. Od wersji ZEN nowe Clio jest rozsądnie wyposażone. W standardzie otrzymujemy wtedy między innymi światła Full LED czy 7 calowy ekran Easy Link. Wyposażenie dodatkowe jest również rozsądnie wycenione. Nowe Clio okazuje się premierą trafioną w punkt.

Co sądzę o... roli pracowników we wdrażaniu nowych rozwiązań na stacji paliw

dr Szymon Araszkiewicz

„Na pewnej stacji nie mogliśmy wprowadzić naszego rozwiązania, bo pracownicy nie zgodzili się, choć właściciel był chętny” usłyszałem ostatnio z ust przedstawiciela jednej z firm obsługujących sektor stacji paliw. Spostrzeżenie oczywiście mocno uproszczone, ale zapadło mi w pamięć, bo pokazuje ciekawą sytuację z zakresu relacji przełożony-podwładni. Jestem daleki od oceniania, kto miał w tym przypadku rację – za mało wiemy o tej konkretnej sprawie. Chodzi o to, że źle się stało, że rozmowy między szefem a pracownikami musiały doprowadzić do aż tak ostrego rozwiązania końcowego. Czasem wprowadzenie zmian czy modernizacji na stacji okazuje się być trudne, ale nieufność czy sceptycyzm w zespole są zrozumiałe – nowe czasem budzi obawy. Warto więc by załoga pojmowała, dlaczego robione są zmiany lub rozszerzenie działalności, a najlepiej – by sama czuła ich sens.

Opisywana sytuacja polega w dużym uproszczeniu na tym, że szef (właściciel stacji) chciał wprowadzić nowe rozwiązanie, które rozszerza ofertę placówki i daje potencjalnie szansę na wyższą sprzedaż. Wymagało jednak dodatkowej obsługi przez załogę stacji. Znam, siłą rzeczy, opowieść tylko firmy oferującej ten produkt, wg jej relacji pracownicy stacji byli mocno niechętni przyjmowaniu nowego zadania. Firma zarzeka się, że obsługa ich produktu wiele zaangażowania czy pracy wcale nie wymaga (nie wchodzę w szczegóły, bo mógłbym zasugerować o co/o kogo chodzi, a w tym miejscu zdecydowanie nie wypada), zresztą są inne stacje paliwowe i sieci, gdzie ten produkt działa już od dłuższego czasu. Gdy właściciel kontynuował rozmowy z dostawcą produktu, załoga solidarnie zapowiedziała, że jeżeli dojdzie do wdrożenia, to razem złożą wymówienia. Szef ustąpił.

Opisana sytuacja mogła być pewnie bardziej skomplikowana, jestem bardzo daleki od wydawania jakichkolwiek wyroków czy oceniania, kto miał rację. Trzeba byłoby poznać cały szereg innych czynników, które mogły wpłynąć na taki przebieg zdarzenia – warunki pracy, historię firmy,

wcześniejsze relacje między współpracownikami, itp. Ta historia skłoniła mnie jednak do przemyśleń o bardziej ogólnym charakterze. W ostatnich latach, jak słyszymy z różnych sektorów gospodarki, relacje pracodawca-pracownik zmieniały się. Rośnie rola pracowników. Brakuje ich, a ci dobrzy są szczególnie poszukiwani. Jeśli już więc w firmach powstają godne zaufania, stabilne zespoły, dobrze wykonujące swoje obowiązki, to nic dziwnego że szefom zależy, by je utrzymywać i zdanie zespołu ma dla nich duże znaczenie. Również w branży paliwowej spotykam się z przypadkami, gdzie szefowie publicznie chwalą swoje zespoły – i to nie w ramach budowania morale, na oczach tychże pracowników, tylko np. podczas spotkań branżowych, imprez czy w trakcie rozmów gdzie nikogo z pracowników nie ma. Można więc przyjąć, że to zadowolenie jest szczere. To doskonale z drugiej strony, gdy w zespole pracownicy mają na tyle dobry kontakt z przełożonym, że on ich słucha, liczy się z ich zdaniem, korzysta z podpowiedzi. To pracownik jest przecież na pierwszej linii spotkań z klientem, z jednej strony jest więc „twarzą” stacji, z drugiej – może wychwycić co klientowi się nie podoba lub czego klienci poszukują, oczekują. Taka współpraca szef-podwładni to już prawie jak z książki o biznesie. Gorzej, gdy mamy sytuację w której szef słucha pracowników nie dlatego że widzi w tym korzyść, tylko dlatego że musi, bo boi się presji z ich strony. Mówiąc kolokwialnie, pracownicy zaczynają „rządzić”. Skrajności, w obie strony, są złe.

Dużo jest publikacji na temat „zarządzania zmianą”. Zainteresowani bez problemu znajdą w internecie sporo materiałów, od autorów i polskich, i zagranicznych. Wiele z nich dotyczy teoretycznie dużych firm, pracowników biurowych, zmian o radykalnym charakterze, jednak temat jest uniwersalny. W opisywanych modelach i teoriach pojawia się oczywiście wątek nieufności czy wręcz oporu ze strony pracowników wobec planów szefa oraz akceptacja i wdrożenie jako końcowe etapy całego procesu. Zatem, jak pokazują doświadczenia specjalistów, jak najbardziej da się to

zrobić. Ostatnie lata to także czas poszukiwania przez stacje paliw innych metod zarabiania, niż tylko tradycyjna sprzedaż benzyny czy oleju napędowego. Jakby nie patrzeć, właściciel czy szef firmy ma pełny obraz sytuacji na stacji i podejmuje decyzje o kierunkach dalszego rozwoju – co do zasady wychodząc z założenia, że chce jak najlepiej dla firmy, bo ma w tym konkretny interes. Wprowadzanie nowych produktów czy usług robione jest po to, by było lepiej i może wiązać się oczywiście też z nowymi zadaniami dla pracowników. By zatem uniknąć takich scenariuszy jak wspomniany na początku, trzeba zadbać o to, aby pracownicy wiedzieli, dlaczego do zmiany dochodzi i czemu ma ona służyć. Za późno, gdy rozmowy i tłumaczenia zaczynają się już w trakcie, po ogłoszeniu planów i po tym gdy zespół wyrobił sobie zdanie – zwłaszcza negatywne. Jakby nie patrzeć, i szef stacji, i załoga działają we wspólnym interesie, powinni (słowo-klucz) grać do jednej bramki. Zakładając jednak, że relacje szef-podwładni są ogólnie zdrowe, jest grunt by do zmian czy rozszerzeń właściwie się przygotować. Gdy załoga zrozumie, że coś prowadzi do zwiększenia sprzedaży, a co za tym idzie ich byt też stanie się pewniejszy, rosną szanse na ich zaangażowanie, a przynajmniej na to, że nie będą sprzeciwiać się czynnie lub biernie takim działaniom. Jeśli wdrożenie jakiegось rozwiązania jest trochę bardziej skomplikowane od strony choćby technicznej, wtedy warto zapewnić, np. we współpracy z firmą-dostawcą, odpowiednio dobre szkolenie, na którym padną odpowiedzi na nurtujące wszystkich pytania i poświęcony zostanie odpowiedni czas. W zaangażowanym zespole można też liczyć na to, że współpracownicy będą się wspierać nawzajem.

Za nami już listopadowe „długie weekendy”, zaczyna się czas przygotowań do Bożego Narodzenia i perspektywa nowego roku też już wylania się na horyzoncie. Na 2020 życzę więc wszystkim Państwu, i tym w jakikolwiek sposób związanym z rynkiem paliwowym, i tym nie związanym oczywiście też, zdrowia oraz samych sukcesów we wszystkim czym się zajmujecie. ■

RAZEM PO DRODZE

moya
sieć stacji paliw

ZOSTAŃ PARTNEREM NAJSZYBCIEJ ROSNĄCEJ, POLSKIEJ SIECI STACJI PALIW

Oferujemy wsparcie dla właścicieli, wysokiej jakości paliwo oraz atrakcyjne programy promocyjne. Jesteśmy siecią partnerską o ogólnopolskim zasięgu. Pierwszą stację uruchomiliśmy w 2009 roku, dziś pod marką MOYA funkcjonuje ponad 200 obiektów. Stacje sieci MOYA, obecne we wszystkich województwach przy głównych trasach tranzytowych, drogach lokalnych i w miastach, oferują pełną gamę usług: od sprzedaży paliwa, przez koncept gastronomiczny Caffè MOYA, sklep z produktami pod własną marką, aż po ofertę dla klientów biznesowych i atrakcyjny program flotowy MOYA Firma. Nasz sukces zawdzięczamy korzystnym warunkom współpracy z partnerami oraz efektywnej pracy całego zespołu w MOYA.

Do końca 2023 roku zamierzamy posiadać 350 placówek w całej Polsce. Zbuduj swój sukces razem z nami. Zapraszamy do współpracy.

Kontakt: tel. 22 496 00 30



GWARANTOWANA JAKOŚĆ PALIW NA KAŻDEJ Z PONAD 200 STACJI



KARTY FLOTOWE
I RABATOWE



WSPARCIE DLA
PARTNERÓW



KONCEPT
GASTRONOMICZNY



DIESEL
PREMIUM



ATRAKCYJNE PROMOCJE
DLA KLIENTÓW

DOŁĄCZ DO NAS. SPRAWDŹ NASZĄ OFERTĘ FRANCZYZOWĄ.



David Lulewicz
Kierownik ds. Rozwoju Sieci
Partnerskiej w Shell Polska

JAK DO NAS DOŁĄCZYĆ?



Skontaktuj się
z nami



Przyjedziemy
do Ciebie



Ustalimy dogodne
warunki współpracy



Zainwestujemy
w Twój sklep



Otworzymy stację
pod marką Shell



Wspólnie zadamy
o zadowolenie klientów

**Skontaktuj się z nami
i przekonaj się, jak możemy
napędzić Twój biznes!**

SPOLSKA-stacje-partnerskie@shell.com
tel. +48 607 460 651

GO WELL

