

Na Stacji Paliw

Nr 2/2020 (19) | kwiecień-czerwiec 2020



Temat numeru:

**Koronawirus a światowy rynek ropy
i polski rynek paliw**

– jak silny był to cios?

Gastronomia na stacjach paliw przetrwała najtrudniejszy czas epidemii

Oferta sezonowa – magnes na klientów

Dołącz do najszybciej rosnącej sieci stacji paliw

...i rozwiń swój biznes!



ROZPOZNAWALNA
MARKA



INDYWIDUALNE PODEJŚCIE
DO WSPÓŁPRACY



ATRAKCYJNA OFERTA
GASTRONOMICZNA



USZLACHTNIONY DIESEL
ON MOYA POWER



WSPARCIE
MARKETINGOWE



GWARANTOWANA
JAKOŚĆ PALIW

Ponad 250 stacji paliw w całej Polsce



tel. 22 496 00 30
www.moyastacja.pl

Od redaktora

Trwa jeden z najtrudniejszych i najbardziej nietypowych okresów w historii polskiego i światowego rynku paliw. W walce z niewidzialnym zagrożeniem zmarły gospodarki, instytucje i zwyczajne życie milionów ludzi. Z tego powodu stacje paliw notują pokaźne trudności – obniża się popyt na paliwa, zmienia się także styl zakupów konsumentów. To wszystko zjawiska, o których trzeba napisać i głęboko przemyśleć, aby wyciągnąć z nich naukę na przyszłość.

Dlatego w niniejszym numerze naszego pisma zdecydowaliśmy się na uczynienie skutków pandemii tematem wydania – próbujemy w kolejnych tekstach ocenić jej wpływ na rynek i przeanalizować to, co stacje mogą i powinny zrobić w tej skomplikowanej sytuacji. Poświęcamy miejsce zarówno skutkom biznesowym, perspektywom

funkcjonowania gastronomii, podpytujemy, jak radzą sobie stacyjne sieci.

Równocześnie chcemy jednak, aby czytelnicy mogli także choćby przez chwilę odprężyć się przy lekturze naszego magazynu, dlatego staramy się też zwrócić uwagę na inne aspekty paliwowego biznesu i przedstawić nieco ciekawostek spoza tematyki wiodącej. Mam nadzieję, że w warunkach tymczasowego pandemicznego „zamrożenia” rynku lektura tego numeru będzie źródłem cennych wniosków i inspiracji.

DR JAKUB BOGUCKI
REDAKTOR NACZELNY

Spis treści

WYDARZENIA Newsy z rynku	4-5
TEMAT NUMERU Koronawirus a światowy rynek ropy i polski rynek paliw – jak silny był to cios?	6-8
ARTYKUŁ SPONSOROWANY Przede wszystkim człowiek. Sieć stacji paliw MOYA wzmacnia relacje partnerskie	9-11
TEMAT NUMERU Koronawirus nie jest pierwszy. Wybrane wielkie epidemie w historii świata	12-13
GASTRONOMIA Gastronomia na stacjach paliw przetrwała najtrudniejszy czas epidemii	14-15
GASTRONOMIA Sprzedajesz jedzenie na stacji, koniecznie przeczytaj	16-17
TWOJA STACJA Oferta sezonowa – magnes na klientów	18-19
TWOJA STACJA AdBlue – warto pomyśleć o kierowcach aut osobowych	20-22
TWOJA STACJA Produkty ze stacji do odbioru lub w dostawie	23
PRAWNIK RADZI Tarcza Antykryzysowa 3.0 – opublikowana w Dzienniku Ustaw	24
PRAWNIK RADZI Można odzyskać koszty energii elektrycznej nabytej w II półroczu 2019 r.	25
LIFE STYLE Elegant na luzie. Czym jest styl smart casual?	26-27
PODRÓŻE Włoska perła na uboczu	28-29
MOTORYZACJA Skoda Scala. Nowa świeżość	30-32
FELIETON Co z nami pozostanie po koronawirusie?	33

Na Stacji Paliw
MAGAZYN
BRANŻOWYCH
INSPIRACJI

Nr 2 (19) 2020

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

BRANŻA WSPIERA WALCZĄCYCH Z PANDEMIA



Ostatnie tygodnie to niemalże wysyp informacji o różnego typu zaangażowaniu firm paliwowych we wsparcie walki z koronawirusem. Szpitale wspierają m.in. Lotos, fundacja Orlen czy BP. Lotos jeszcze w marcu zadeklarował na przykład przekazanie 2 mln zł na paliwo dla 19 zakaźnych szpitali jednoimiennych w całej Polsce. Paliwo z BP trafia m.in. do karet z jednoimiennych szpitali.

PKN Orlen łącznie na walkę z pandemią na różnych frontach przeznaczył ponad 100 mln zł w formie pomocy rzeczowej i finansowej dla placówek medycznych, służb mundurowych czy Domów Pomocy Społecznej.

BOOM NA ŚRODKI DEZYNFEKCYJNE NA STACJACH



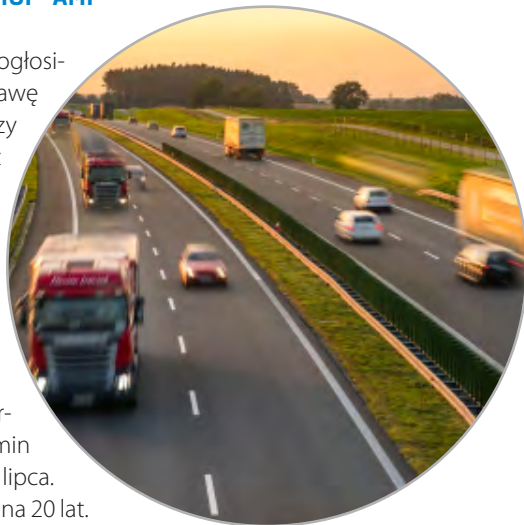
Czas pandemii dla wielu osób kojarzy się będzie z kupowaniem na na stacjach paliw płynów do odkażania i środków ochronnych. Płocki koncern informował niedawno, że na wszystkich stacjach Orlen w regularnej sprzedaży dostępne są płyny do dezynfekcji rąk produkowane przez należący do Grupy Orlen Zakład w Jedliczu oraz maski ochronne, głównie od krajowych producentów. Orlen oferuje płyny w opakowaniach 1-litrowych po 15 zł, 4-litrowych w cenie 55 zł i 5-litrowych po 60 zł.

Również sieć Moya wskazywała na dostępność środków dezynfekcyjnych na stacjach. – *W trosce o zdrowie klientów i pracowników rozszerzamy asortyment środków ochronnych i zwiększamy ich różnorodność. W sklepach na stacjach Moya oprócz płynów dezynfekcyjnych można kupić maseczki, przyłbice oraz jednorazowe rękawiczki. Staramy się, by były one dostępne na każdej naszej stacji* – mówił Filip Puchalski, dyrektor ds. operacyjnych Moya, członek zarządu Anwim S.A.

NADAL PROBLEM Z MOP-AMI NA PODKARPACIU

Rzeszowska GDDKiA ogłosiła przetarg na dzierżawę nieruchomości przy autostradach A1 oraz A4, w którym proponuje objęcie przez jeden podmiot od razu dwóch obiektów w różnych lokalizacjach, z czego jedna może uchodzić za gorszą, druga za bardziej atrakcyjną. Termin składania ofert mija 31 lipca. Umowa jest zawierana na 20 lat.

Według informacji GDDKiA chodzi o „pakiety”: MOP Woźniki Zachód kat III przy A1 (woj. śląskie) wraz z MOP Łukawiec kat. II przy A4 (woj. podkarpackie) oraz w drugim zestawie MOP Woźniki Wschód kat. II przy A1 (woj. śląskie) i MOP Paszczyna Południe kat. II przy A4 (woj. podkarpackie).



MOYA MA CZWIERĆ TYSIĄC STACJI

Sieć stacji paliw powiększyła się o nowy obiekt w Poznaniu przy ul. Obornickiej 263, nieopodal osiedli Podolany i Piątkowo. – *Nowy obiekt jest pierwszym w Poznaniu, a dwudziestym siódmym w Wielkopolsce. Jesteśmy wyraźnie widoczni przy drogach lokalnych, w mniejszych miejscowościach. Naszym celem jest zaznaczenie obecności także w większych ośrodkach. Poznań to kolejne z dużych polskich miast, w których można zatankować pod szyldem Moya. Cieszymy się, że możemy zaprezentować naszą ofertę także mieszkańcom stolicy Wielkopolski, tym bardziej, że obiekt w Poznaniu jest 250. stacją w naszej sieci* – mówi Filip Puchalski, dyrektor operacyjny ds. sieci stacji paliw Moya oraz członek zarządu Anwim S.A. Stacja jest całodobowa i obsługuje zarówno kierowców samochodów osobowych, jak i ciężarowych. Na stacji jest też bistro Pizza & Caffè Moya.





DO KOŃCA ROKU 65-70 STACJI AVIA

O takim projekcie poinformował prezes Unimotu Adam Sikorski. Wcześniej zapowiadano otwarcie w tym roku 80 stacji. Według długoterminowego planu spółki na koniec 2023 roku sieć stacji paliw Avia będzie liczyć 200 obiektów. Unimot należy do stowarzyszenia AVIA International, skupiającego ponad 3100 stacji paliw w Europie. Obecnie stacji z tym szyldem w Polsce działa 51. Sikorski poinformował, że spółka prowadzi rozmowy z małymi sieciami 5-10 stacji. Gdyby okazały się owocne – możliwe, że Unimot osiągnie pierwotnie zakładaną wcześniej liczbę stacji. Unimot ma też być zainteresowany stacjami pojawiającymi się w toku transakcji przejęcia Grupy Lotos przez PKN Orlen.

SPRZEDAŻ PALIW ODBIJA

Jak donosi Orlen wolumeny sprzedaży paliw na stacjach wracają do poziomów sprzed pandemii, ale niższa jest sprzedaż produktów z oferty pozapaliwowej. Według informacji zastępcy dyrektora biura relacji inwestorskich PKN Orlen Konrada Włodarczyka spółka obserwuje powrót wolumenów do poziomów z połowy marca. W drugiej połowie marca i w kwietniu sprzedaż wolumenowo obniżyć się miała na stacjach około 30 proc.

Szacunki mówią, że spadek konsumpcji paliw sięgnął około 30 proc. rok do roku, ale kwietniowe spadki wolumenów były równoważone wyższymi marżami: rafineryjną jak i detaliczną. Spadek w obszarze sprzedaży pozapaliwowej wynieść miał około 20 proc., a w obszarze gastronomii sięgnął 60 proc.



Paliwa z uśmiechem



(rys. Mariusz Sopyłło)

Koronawirus a światowy rynek ropy i polski rynek paliw – jak silny był to cios?

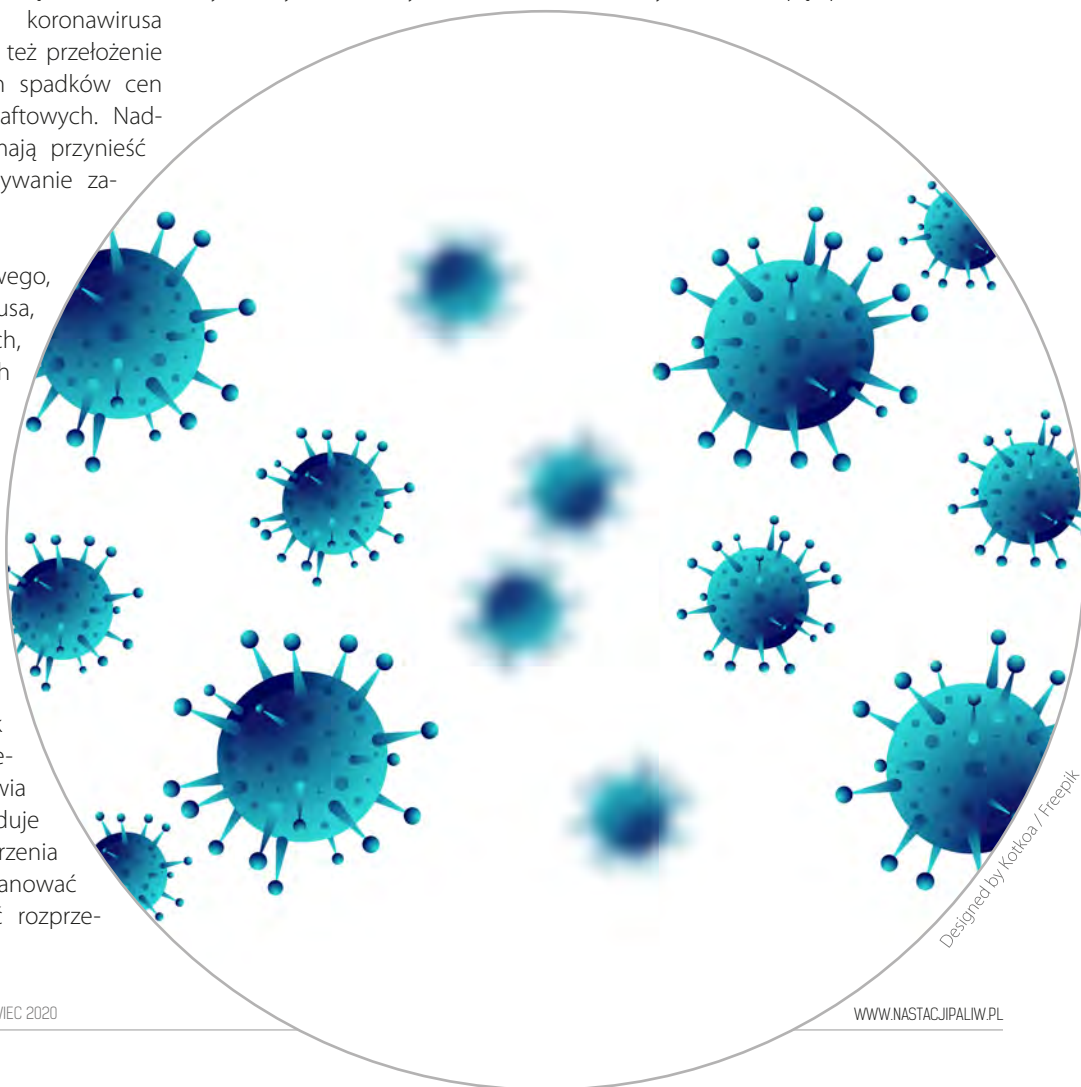
dr Szymon Araszkiewicz

Zarówno światowe zapotrzebowanie na ropę naftową, jak i popyt na paliwa w Polsce, wyraźnie się zmniejszyły w związku z wystąpieniem pandemii zachorowań na chorobę COVID-19, wywoływaną przez koronawirusa SARS-CoV-2. Miało to też przełożenie w postaci wyraźnych spadków cen ropy i produktów naftowych. Nadchodzące kwartały mają przynieść stopniowe odbudowywanie zapotrzebowania.

O pojawieniu się nowego, groźnego koronawirusa, najpierw w Chinach, a potem na kolejnych kontynentach i w kolejnych państwach, w międzynarodowych i w polskich mediach coraz głośniej zaczęto mówić w styczniu i lutym. Dość szybko stało się jasne, że to wydarzenie będzie miało wpływ na rynek naftowy. Niebezpieczeństwo dla zdrowia ludzi, jakie powoduje COVID-19, oraz obostrzenia wprowadzane by opanować chorobę i spowolnić rozprze-

strzanie się zakażeń, przełożyły się na kondycję gospodarek na całym świecie. Zmniejszenie mobilności ludzi w związku z izolacjami społecznymi czy też wstrzyma-

nie, albo przynajmniej ograniczenie, aktywności w różnych sektorach gospodarki miało swoje przełożenie na popyt na energię i jej nośniki – w tym oczywiście na ropę i paliwa.



Designed by Kotko / Freepik

NA ŚWIECIE WSZYSTKO SPADA

Różne ośrodki zajmują się obliczaniem statystyk dotyczących konsumpcji i produkcji ropy. Nie chodzi w tym artykule o rozstrzygnięcie, kto radzi sobie z tym lepiej, albo o analizowanie szczegółowo różnic pomiędzy nimi. Różnice w publikowanych przez nie danych są stosunkowo niewielkie, a celem tej analizy jest pokazanie trendu i ogólnie panujących tendencji. Odnosimy się więc do danych amerykańskiego Departamentu Energii, OPEC i koncernu BP.

Światowe zapotrzebowanie na ropę nieprzerwanie rosło od lat. W latach 70. i 80. na świecie zużywano ok. 55-65 mln baryłek ropy naftowej dziennie (poziom ten wahał się i zmieniał, jednak w tym przedziale). W 2000 r. zużycie wynosiło już około 77 mln baryłek dziennie. Za wzrost odpowiadało przede wszystkim rosnące uprzemysłowienie różnych regionów świata, które we wcześniejszych dekadach rozwijały się wolniej niż tradycyjne centra gospodarczo-przemysłowe. W ślad za uprzemysłowieniem szedł też większy popyt na energię. Ostatnie dwie dekady to duży skok wykorzystania „czarnego złota”. W 2010 r. osiągnęło ono 88-89 mln. Poziom 90 mln popyt na ropę przekroczył w 2012 r. Lata 2018-2019 przyniosły zbliżenie się zapotrzebowania w okolice 100 mln baryłek dziennie. Rok bieżący przyniósł jednak zupełne odwrócenie tego trendu.

Spowolnienie gospodarcze, związane z pandemią koronawirusa, już odbija się i jeszcze będzie się odbijać w globalnym zużyciu surowca. Już pierwsze miesiące 2020 r. przyniosły zmniejszenie popytu w rejon 93-94 mln baryłek dziennie. Wg analiz wspomnianych wcześniej ośrodków badawczych, szczególnie mocny spadek zapotrzebowania przynosi jednakże 2. kwartał br., kiedy ma ono wręcz „zanurkować” jeszcze głębiej. Wg oczekiwań OPEC spadnie w okolice niespełna 87 mln



Designed by:
Harryarts / Freepik

baryłek, zaś analitycy amerykańscy oceniają że do około 88 mln baryłek. Kolejne kwartały powinny przynosić stopniowe odbicie zapotrzebowania, ale raczej nie wróci ono do stanu z ubiegłego roku. Cały rok 2020 ma więc przynieść zmniejszenie popytu na ropę w stosunku do 2019, w sumie o około 5 proc. W miarę postępów w zwalczaniu koronawirusa, likwidowaniu restrykcji nakładanych na gospodarkę i przywracaniu ich funkcjonowania, popyt na energię znów ma się rozpędzać. Zdania między analitykami, czy to organizacji międzynarodowych, czy to firm, są tylko podzielone w kwestii kiedy wróci do poziomu sprzed pandemii – czy już w 2021 r., czy dopiero w 2022 r.

Napływające z różnych regionów doniesienia o spadku popytu na paliwa, w połączeniu z wysokimi poziomami rezerw surowca i produktów gotowych, wywołały też oczywiście reakcję cenową. Rok 2020 przyniósł gwałtowne spadki cen. Dość powiedzieć, że cena ropy Brent – handlowanego na giełdzie w Londynie, popularnego wyznacznika i punktu odniesienia do handlu międzynarodowego różnymi

gatunkami ropy – rozpoczynała rok 2020 na poziomie ponad 66 USD/baryłkę. Od połowy lutego runęła, osiągając momentami w kwietniu mniej niż 20 USD. W momencie pisania niniejszego tekstu (początek maja 2020) kosztuje niecałe 30 USD. Odbicie to reakcja na zapowiedzi wielu producentów ropy, że będą oni ograniczać wydobycie, by dostosować je do spadającego zapotrzebowania. Mimo to jakże daleko odeszliśmy od symbolicznych „stu dolarów za baryłkę”, które jeszcze kilka lat temu były ceną regularnie widoczną na giełdach. Od początku roku do początku maja na rynkach międzynarodowych wyznacznikowe ceny benzyny spadły o ok. 70 proc., a oleju napędowego o 65 proc.

TYMCZASEM NA STACJI PALIW...

Pojawienie się koronawirusa w Polsce i związane z nim zmiany zachowań kierowców, musiały przełożyć się też na zakupy paliwowe Polaków. Właściciele stacji paliw, z którymi rozmawia na bieżąco redakcja „Na Stacji Paliw”, opowiadali, że gdy tylko ogłoszone zostało zawieszenie zajęć w szkołach ►

► i pojawiły się apele o pozostawianie w domach, kierowcy tłumnie tankowali „na zapas”. Zaraz potem ruch na stacjach drastycznie zmalał, a szczególnie odczuwalne stało się to po wprowadzeniu konkretnych prawnych ograniczeń w przemieszczaniu się na terenie Polski.

Co pokazują statystyki? Wg dostępnych w momencie pisania niniejszego tekstu danych za cały pierwszy kwartał (obliczenia PKN ORLEN, na podstawie dostępnych danych Agencji Rynku Energii) spadek popytu na paliwa owszem, wystąpił, ale był symboliczny – wyniósł zaledwie 1,5 proc. dla benzyny, oraz nieco ponad 1 proc. dla oleju napędowego. W ramach tej statystyki ujmowana jest jednak przecież też sprzedaż z okresu stycznia, lutego i początku marca, gdy koronawirus był

jeszcze zjawiskiem nie przekładającym się bezpośrednio na sytuację w Europie i Polsce.

Marzec i kwiecień były oczywiście słabsze jeśli chodzi o sprzedaż paliw na stacjach, w porównaniu z rokiem 2019. Informacje napływające z poszczególnych stacji różniły się oczywiście, ale wszyscy byli zgodni co do tego, że sprzedają mniej. W marcu spadki, wg rozmówców z branży detalicznej sprzedaży paliw, wyniosły od kilkunastu proc. do nawet około 50 proc. licząc rok do roku. Różnice wynikały z lokalizacji stacji, czy ich charakteru (nieco inny w szczegółach był wpływ koronawirusa na stacje w wielkich miastach czy też przy trasach przejazdowych, niż na obiekty w średnich czy mniejszych miejscowościach). Kwiecień to czas kontynuacji spadków.

Orlen odnotował ok. 30 proc. spadku wolumenów w całej swojej sieci, w porównaniu z 2019 r. O 20 proc. spadku sprzedaży średnio w kwietniu, w porównaniu do sytuacji tuż przed wybuchu epidemii, informowała też polska gałąź międzynarodowej sieci stacji paliw AVIA. Wielu operatorów stacji określiło spadek sprzedaży w kwietniu na poziomie średnio nawet 40 proc. w stosunku do ubiegłego roku. Przez sytuację epidemiczną ucierpiała też sprzedaż pozapaliwowa na stacjach – wiele obiektów decydowało się, przynajmniej w okresie szczytu „izolacji społecznej”, na wyłączenie z pracy sklepików przystacyjnych. Wyłączenia, lub radykalnego ograniczenia skali działania, wymagała też oferta gastronomiczna. Nieco inaczej wyglądała sytuacja wg sygnałów z segmentu hurtowego, gdzie obniżenie popytu na stacjach (bolesne głównie w przypadku benzyny, z braku innych kanałów jej sprzedaży) rekompensowane było ponoć sprzedażami oleju napędowego dla sektora transportu i rolnictwa. Przedstawiciele stacji paliw byli jednak zgodni co do tego, że zauważalnie niższa sprzedaż szła w parze ze skokiem marż, w porównaniu z sytuacją sprzed roku czy sprzed wybuchu pandemii. Rekompensuje to w pewnym stopniu zły wynik wolumenowy.

Zniesienie ogólnych ograniczeń w przemieszczaniu się na terenie Polski czy też stopniowe przywracanie funkcjonowania różnych sfer społecznych i gospodarczych pociągają za sobą, wg doniesień z branży paliwowej, stopniowe ożywienie popytu na paliwa na początku maja. Jeżeli nie nastąpi kolejne silne uderzenie koronawirusa, które ponownie mogłoby zmusić władze do zarządzenia w jakiejś formie „izolacji społecznej”, sprzedaż na stacjach paliw powinna wracać do poziomów zależnych już tylko od klasycznych czynników, a nie wynikających z kwestii epidemicznych.



Przed wszystkim człowiek

Sieć stacji paliw MOYA

wzmacnia relacje partnerskie

Filip Puchalski, dyrektor ds. operacyjnych MOYA, członek zarządu Anwim S.A.



SKUTKI PANDEMII KORONAWIRUSA ZNACZĄCO WPŁYNĘŁY NA FUNKCJONOWANIE FIRM I CAŁYCH GOSPODAREK. NIE ULEGA WĄTPLIWOŚCI, ŻE NOWA BIZNESOWA RZECZYWISTOŚĆ BĘDZIE W ZNACZNYM STOPNIU RÓŻNIŁA SIĘ OD TEJ, DO KTÓREJ BYLIŚMY PRYZWYCZAJENI. GDY NAJWIĘKSZY ZDROWOTNY KRYZYS W HISTORII WSPÓŁCZESNEGO ŚWIATA SIĘ ZAKOŃCZY, CZEKAJĄ NAS KOLEJNE WYZWANIA ZWIĄZANE ZE STABILIZACJĄ RYNKÓW. PRIORYTETAMI DLA NAS W OBECNEJ SYTUACJI SĄ ZAPEWNIENIE STABILNOŚCI I POCZUCIA BEZPIECZEŃSTWA DLA NASZYCH PARTNERÓW FRANCZYZOWYCH ORAZ DALSZA ROZBUDOWA SIECI STACJI PALIW MOYA.

Według Głównego Urzędu Statystycznego ok. 80% przewożonych w Polsce ładunków jest transportowanych za pomocą samochodów ciężarowych¹. Sektor paliwowy ma strategiczne znaczenie dla prawidłowego funkcjonowania gospodarki i jest istotny z punktu widzenia makroekonomii. Jednak w nim również widać poważne skutki kryzysu związanego z wyhamowaniem wielu kluczowych branż i ograniczeniami przemieszczania wprowadzonymi przez rząd.

NIŻSZE OBROTY STACJI PALIW

Wprowadzone obostrzenia spowodowały, że spadły średnie obroty na stacjach paliw. Według danych GUS za marzec, w skali kraju spadki te osiągnęły 12,5%, a za kwiecień aż blisko

33% r/r. Mniejszym zainteresowaniem ze strony klientów cieszyła się także oferta gastronomiczna. Wynikało to przede wszystkim z faktu, że ludzie mniej się przemieszczali, a będąc na stacji paliw, starali się jak najszybciej zrealizować płatność za paliwo i nie przebywać w obiekcie dłużej, niż jest to absolutnie konieczne. Co ciekawe, w przypadku sprzedaży sklepowej, w pierwszej fazie kryzysu zanotowaliśmy spory, bo aż 20% wzrost obrotów r/r. Było to związane m.in. z wprowadzeniem na większości stacji asortymentu środków ochronnych, czyli płynów, żeli odkażających, maseczek higienicznych czy jednorazowych rękawiczek. Drugim czynnikiem generującym naszym zdaniem wzrosty jest ładna pogoda, która sprzyja ku-

powaniu przez klientów np. zimnych napojów.

Dziś sytuacja powoli się normuje. Po gwałtownych marcowo-kwietniowych spadkach nastąpiła stabilizacja obrotów na stacjach, a wraz ze znośnięciem kolejnych obostrzeń – niewielkie, aczkolwiek systematyczne wzrosty.

Na przełomie marca i kwietnia mieliśmy do czynienia z poważnymi spadkami cen ropy na światowych rynkach. Sytuacja ta była spowodowana z jednej strony spadkiem popytu na paliwa w wyniku ogólnoświatowej pandemii oraz początkowemu brakowi porozumienia pomiędzy Arabią Saudyjską a Rosją dotyczącego zmniejszenia produkcji tego surowca. W efekcie, ►

1) <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/transport-i-lacznosc/transport/przewozy-ladunkow-i-pasazerow-w-2018-roku,11,7.html>



liśmy jeszcze przed wejściem w życie rozporządzeń Ministerstwa Zdrowia. Nieustannie edukujemy naszych pracowników i klientów na temat bezpieczeństwa, sposobów zapobiegania infekcji oraz objawów zarażenia koronawirusem. Na części monitorów, które zwykle używane są do przedstawiania oferty gastronomicznej, prezentujemy animacje pokazujące jak należy dbać o swoje zdrowie i bezpieczeństwo.

Dziś, gdy obostrzenia powoli są znoszone, w dalszym ciągu szczegółowo instruujemy naszych partnerów, w jaki sposób należy modyfikować zasady funkcjonowania stacji.

- ▶ hurtowe ceny paliw spadły do niewidzianych od wielu lat poziomów. Korzystne ceny hurtowe pozwoliły poszczególnym stacjom nieco zrekompenzować straty wynikające z niskich obrotów.

Wierzmy, że w okolicach lipca zaczniemy odbudowywać sprzedaż na naszych stacjach paliw. Jeśli jesienią nie będzie silnego nawrotu epidemii w kraju, do końca roku spodziewamy się wrócić do punktu wyjściowego.

BEZPIECZNE ZAKUPY I TANKOWANIE NA STACJACH PALIW MOYA

Sieć stacji paliw MOYA znana jest z partnerskiego, bardzo elastycznego i życzliwego podejścia do współpracy z franczyzobiorcami. Uważamy, że to klucz do sukcesu, a nasze dotychczasowe doświadczenia potwierdzają, że taka strategia jest właściwa. W czasie pandemii fundamentalne znaczenie miało zrozumienie sytuacji wielu pracowników i wykazanie empatii wobec nich. Zachowanie ciągłości działania wszystkich obiektów w sieci MOYA było dla nas ważne nie tylko z punktu widzenia biznesu. Mamy świadomość, że nasze stacje to miejsca pracy i źródeł utrzymania dla bardzo wielu osób.

Tym bardziej czujemy się współodpowiedzialni za ich spokój i poczucie stabilności finansowej.

Aby przetrwać czas kryzysu, w marcu i w kwietniu wszystkim partnerom obniżyliśmy opłatę franczyzową. Stworzyliśmy nowe procedury dotyczące zasad utrzymania higieny i bezpieczeństwa na stacjach, ponieważ to właśnie bezpieczeństwo naszych klientów oraz pracowników stacji zawsze jest dla nas najistotniejsze. Odpowiednie procedury zostały opracowane ściśle według rozporządzenia Ministerstwa Zdrowia oraz zaleceń Głównego Inspektoratu Sanitarnego.

Od samego początku epidemii działamy metodycznie, zapewniając środki pozwalające na komfort psychiczny i zachowanie zdrowia fizycznego pracowników oraz właścicieli stacji. Sprzedawcom, którzy każdego dnia narażają się na ryzyko zarażenia wirusem zapewniliśmy środki ochrony osobistej – płyny i asortyment do dezynfekcji, maseczki, przyłbice, rękawiczki, szyby ochronne z przezroczystego tworzywa, rygor sanitarny czy zasadę ograniczonej liczby klientów w budynku stacji. Większość z tych zasad na stacjach MOYA wprowadzi-

PRZED WSZYSTKIM SPRAWNA KOMUNIKACJA

Prowadzenie biznesu to nie tylko sukcesy i piękne horyzonty, to również wyzwania. Koronawirus przeniósł nas do zupełnie nowej rzeczywistości w której niezwykle ważna była umiejętność szybkiej adaptacji do zmieniających warunków. Z pewnością był to czas próby. Zdajemy sobie sprawę z tego, jak ważna jest częsta i otwarta forma komunikacji z osobami, które odpowiadają za personel zatrudniony na stacji – kierownikami, właścicielami, agentami. Praca zdalna z użyciem nowoczesnych technologii do tej pory traktowana jako przywilej szybko stała się koniecznością. Zdefiniowaliśmy na nowo funkcjonowanie sieci stacji paliw. Wprowadziliśmy jeden standard komunikacji obowiązujący na wszystkich stacjach sieci i skierowany do wszystkich pracowników administracyjnych Anwim S.A. Wdrożone rozwiązania i narzędzia wykorzystywane do utrzymania kontaktu są nie tylko w pełni efektywne, ale zapewniają także bezpieczeństwo cyfrowe.

Szkolenia i warsztaty kontynuowaliśmy w trybie online nie tylko z innymi pracownikami biura, ale również z partnerami, agentami, kierownika-

mi. Wiemy, że doradztwo biznesowe obecnie jest bardzo ważne i cenione przez naszych partnerów franczyzowych, a sprawna komunikacja pozwala na szybkie wprowadzanie potrzebnych standardów w całej sieci. Troska o pracowników oraz skierowana do nich bieżąca komunikacja z dwóch powodów były kluczowe szczególnie w czasie epidemii koronawirusa. Po pierwsze dlatego, że najistotniejsze było doraźne opanowanie kryzysu, zapewnienie bezpieczeństwa i zachowanie ciągłości funkcjonowania biznesu. Po drugie, w dłuższej perspektywie pozwala zbudować zaufanie, lojalność i bliższe relacje z firmą, co może być kluczowe w rozwoju po epidemii.

Warto przy okazji wspomnieć o naszych partnerach, agentach i ich pracownikach, którzy świetnie poradzili sobie w tej trudnej sytuacji. To właśnie

na nich spoczywała największa odpowiedzialność, jeżeli chodzi o realizację rządowych obostrzeń i nowych zasad funkcjonowania. Ich ciężka praca, konsekwencja i dokładność w egzekwowaniu np. zachowania wysokiego rygoru sanitarnego sprawiła, że klienci na stacjach mogą czuć się w pełni bezpiecznie.

CO DALEJ?

Jako branża szybko nauczyliśmy się funkcjonować w nowej rzeczywistości. Działamy, zachowując wszystkie zasady bezpieczeństwa zarówno na stacjach, jak i w pracy administracyjnej. Wprowadzanie kolejne obostrzenia są znoszone, to niektóre z obecnych zasad zostaną z nami na dłużej. Cały sektor paliwowy w Polsce wykazał się niezwykłą solidarnością w tym trudnym czasie. Wzajemne wsparcie, wymiana doświadczeń skutkowa

łyby wprowadzaniem na stacjach najlepszych praktyk.

Dziś jesteśmy pełni optymizmu. Jako Anwim S.A. realizujemy długoterminową strategię rozwoju, działamy zgodnie z przyjętymi planami. Przez ponad 25 lat funkcjonowania na rynku paliw zbudowaliśmy markę o solidnych fundamentach. Zdajemy sobie sprawę, że czekają nas – jak chyba wszystkich – duże zmiany, a to co obecnie obserwujemy na świecie, może okazać się jedynie preludium do nowego rozdziału w funkcjonowaniu gospodarek. Jesteśmy jednak przekonani, że za naszymi sukcesami stoją wybitni specjaliści w swoich dziedzinach, że mamy bardzo dobrze przygotowany zespół, gotowy do dalszej pracy i dalszego działania. To pozwala nam wciąż pewnie spoglądać w przyszłość i planować dalszy rozwój. ■



JAKOŚĆ PONAD WSZYSTKO

Stacje paliw MOYA obecne są we wszystkich województwach przy głównych trasach tranzytowych, drogach lokalnych i w miastach. Oferują najwyższej jakości paliwa: benzynę 95, 98, LPG oraz olej napędowy w wersji standardowej oraz premium – ON MOYA Power. Kierowcy pojazdów ciężarowych i dostawczych mają do dyspozycji dystrybutory zapewniające szybkie tankowanie paliw oraz dostęp do coraz popularniejszego płynu AdBlue. Część stacji MOYA wyposażona jest dodatkowo w parkingi dla samochodów ciężarowych, myjnie, kompresory czy odkurzacze. Stacje działające w ramach sieci spełniają najwyższe standardy obsługi i jakości. Gwarancją jakości paliw na stacjach w barwach MOYA jest niezależny program badania paliw – TankQ.

Koronawirus nie jest pierwszy.

Wybrane wielkie epidemie w historii świata

dr Szymon Araszkiewicz

Człowiek od początku swojego istnienia prowadzi ciągłą walkę z różnymi chorobami. Jak dotąd ludzkość trwa, często jednak epidemie pociągały za sobą ogromne koszty w postaci dużej liczby zarażonych czy też ofiar śmiertelnych. Przeanalizowanie wszystkich dużych epidemii choćby kilku chorób na przestrzeni epok to materiał wręcz na cykl książek. W tym artykule pokażemy tylko kilka wybranych przykładów, by dziś, w czasie zmagania z chorobą COVID-19, czytelnicy mogli umieścić obecną pandemię w szerszym kontekście innych tego typu doświadczeń ludzkości.

COVID-19, wywołwana przez koronawirusa SARS-COV-2, pojawiła się pod koniec 2019 r. Trwają intensywne prace nad stworzeniem dedykowanych leków oraz szczepionki przeciw temu schorzeniu. W ramach powstrzymywania rozwoju wirusa szereg państw podejmuje różne, często radykalne, działania polegające na ograniczaniu kontaktów międzyludzkich czy możliwości przemieszczania się. Dla wielu z nas jest to pierwsza tego typu sytuacja z którą się stykamy – nie każdemu, na szczęście, przyszło dotąd żyć „w czasach zarazy”. W dotychczasowych dziejach poważne choroby atakowały państwa i społeczeństwa regularnie i nieraz na drastyczną skalę. W miarę rozwoju higieny i medycyny inne były sposoby walki z chorobami czy też skuteczność przyjmowanych metod – niektóre zmieniały się, część jest stosowana aż do dziś. Przyjrzyjmy się kilku wybranym epidemiom, spośród tych najgroźniejszych – jak przebiegały i jakie skutki pociągnęły. Już w czasach starożytnych miasta i państwa nawiedzane były przez rozmaite groźne choroby, które potrafiły pochłoniąć całe rzesze ofiar wśród społeczności. Groźna i siejąca szczególne spustoszenie była słynna średniowieczna „czarna śmierć”, jak-

że często przywoływana w książkach czy filmach opowiadających o tamtych czasach. Występująca w Europie od poł. XIV w. i powracająca co kilka lat przez kolejne stulecia, wg różnych źródeł pochłonęła na całym świecie od kilkudziesięciu do ponad 200 milionów ofiar śmiertelnych. Same liczby bezwzględne robią wrażenie, a jeszcze bardziej na wyobraźnię działa to, że ponoć podczas pierwszego uderzenia zarazy umarła jedna czwarta mieszkańców Europy, głównie w miastach (dla porównania, w pierwszej poł. XIV w. Francja liczyła niespełna 20 milionów mieszkańców, Włochy ok. 10 milionów, a Anglia – ok. 3-4 mln). Chorobą tą była dżuma – opisy ówczesnych kronikarzy pokrywają się z jej objawami. Wystąpiła najpierw w Azji, a na Stary Kontynent przywleczono ją na włoskich statkach kupieckich. Z półwyspu apenińskiego szybko rozprzestrzeniła się dalej. Przenoszona przez pchły, pasożytujące na sierści szczurów, następnie rozniesiona została przez ludzi – uciekających, paradoksalnie, z miast dotkniętych chorobą. Chorowano też na Bliskim Wschodzie i w Afryce Północnej. „Czarna śmierć” próbowano leczyć rozmaitymi sposobami, zarówno bazującymi na posiadanej wówczas wiedzy naukowej (próby dezynfekcji

przedmiotów codziennego użytku czy stosowanie masek i strojów do ochrony osobistej – słynne maski lekarskie z wystającymi „ptasimi dziobami”; dystansowanie społeczne poprzez zamykanie miast czy odseparowywanie biedoty, szczególnie dotkniętej chorobą, jak i wydającymi się dziś mniej lub bardziej abstrakcyjnymi (gusła, talizmany, itp.). Łączono napady choroby z karą za ludzkie grzechy. Wierzano, że zarazę przenosi „morowe powietrze” i starano się na podstawie zjawisk astronomicznych czy pogodowych przewidywać ewentualne kolejne fale choroby. Wydarzenia te odcisnęły silne piętno na umysłowości średniowiecznych społeczeństw, a w kulturze masowej wspomnienie „czarnej śmierci” pozostaje do dziś. Dżuma powracała zresztą także w kolejnych stuleciach, np. w XVII-wiecznym Londynie, gdy zabiła kilkanaście proc. ludności (niedługo po jej wybuchu miasto nawiedził wielki pożar – zniszczył wiele obiektów w mieście, ale jednocześnie przyczynił się do opanowania choroby, bo zabił przenoszące ją insekty!). Oczywiście w miarę upływu czasu rozwijała się medycyna, ale jeszcze w XIX w. świat zmagał się z poważnymi schorzeniami, które na skalę masową uśmiercały ludność. Kilkakrotnie

na przestrzeni tamtego stulecia Europę atakowała cholera. Wystąpiła początkowo w Indiach, a stamtąd rozlała się na inne kontynenty. Jej nawroty obserwowano regularnie, szczególnie mocno dawała się we znaki do lat 60. XIX w. Brak skutecznego lekarstwa i gwałtowny przebieg choroby praktycznie uniemożliwiał jej leczenie – wykorzystywane popularne wtedy metody, jak puszczanie krwi, nie dawały praktycznie żadnych, satysfakcjonujących rezultatów. Przy każdym nawrocie epidemii liczba ofiar sięgała około miliona, a na cholere zmarli m.in. rosyjski wielki książę Konstanty (brat cara i namiestnik carski na ziemiach polskich pod zaborem rosyjskim), słynny teoretyk wojskowości Carl Clausewitz czy filozof Georg Hegel. Nasilanie się epidemii potrafiło wywoływać protesty społeczne, których celem były bogatsze sfery – siłą rzeczy mniej dotknięte przez chorobę, bo mające możliwość odizolowania się od jej siedlisk. Niektórzy posuwali się też aż do zarzucania też czasem lekarzom celowego działania. Mieliby oni rzekomo zatruwać uboższych, czy to „w zmowie” z zamożniejszymi, czy to ponoć w celu zagwarantowania sobie popytu na usługi medyczne. Dopiero w drugiej połowie stulecia uczeni odkryli przyczyny występowania tej choroby (zakażenie bakteryjne, rozprzestrzenianie się przez bakterie występujące w wodzie pitnej), co pozwoliło upowszechnić zasady higieny żywności i zredukować zachorowalność.

Inna obecna do dziś w masowej świadomości epidemia, jedna z największych w historii (od kilkudziesięciu do ok. stu milionów zgonów), przetoczyła się przez świat zaledwie sto lat temu. W latach 1918-20 zmagano się z gripą, tzw. hiszpanką. Wbrew nazwie, nie wywodziła się ona jednak wcale z półwyspu iberyjskiego. Jej wybuch zbiegł się w czasie z końcówką I Wojny Światowej. Podejrzewa się, że wybuchła wśród amerykańskich żołnierzy,



https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Great_plague_of_London-1665.jpg

po tym jak USA przyłączyły się do tego wielkiego konfliktu pod koniec jego trwania, a rozprzestrzeniła potem na całą Europę Zachodnią. Ponieważ jednak walczące mocarstwa, jak Francja, Anglia czy Niemcy, nie chciały dzielić się na szeroką skalę strategicznymi informacjami o problemach wewnętrznych, najbardziej przejrzystą politykę informacyjną odnośnie choroby prowadziła Hiszpania – nie biorąca udziału w wojnie. W obiegowej opinii zatem grypa musiała więc wystąpić głównie tam i stąd wzięła się używana później nazwa. Ta jej odmiana dawała gwałtowniejszy przebieg niż choroby związane z innymi szczepami grypy, a co ciekawe, ofiarami padały często osoby młode i w sile wieku (czyli inaczej niż zwykle, gdy powikłania pogrypowe są szczególnie groźne dla osób starszych, schorowanych czy dla dzieci). Do wzrostów śmiertelnego żniwa przyczyniały się też niedożywienie społeczeństw i pogorszone warunki sanitarno-higieniczne (a to z kolei były skutki działań wojennych). Sprzyjającymi dla rozwoju choroby ogniskami były, jak to często ma miejsce w przypadku wybuchów różnych zakażeń, duże skupiska ludności, jak miasta czy obozy wojskowe. Po kilku falach choroby, grypa ostatecznie sama wygasła.

Szybki rozwój medycyny w XX w., pojawienie się antybiotyków i wynalezienie szczepień ochronnych, w połączeniu z ogólną poprawą warunków życia ludności w wielu państwach, znacząco ograniczyły występowanie wielu, zabójczych wcześniej, chorób. Oczywiście są wciąż obszary świata, gdzie ludność dotykana jest epidemiami, jednak skala jest mniejsza, ich zasięg węższy niż kiedyś i co najważniejsze zbierają mniejsze żniwo. Ostatnie lata to choćby epidemie eboli (głównie w Afryce, choć odnotowano przypadki na innych kontynentach) czy też zapalenia płuc SARS

(przede wszystkim w Azji) oraz tzw. „świńskiej grypy”. Cześć z chorób, które dotknęły świat w ostatnich dekadach, co warto zaznaczyć, mijała samoczynnie równie niespodziewanie, jak się pojawiła. Typowo „polskim” wkładem w najnowszą historię epidemii był atak ospy we Wrocławiu w latach 60. XX w. „Przywieziona” została do Polski przez mężczyznę który był w podróży do Azji. Choć ilość zainfekowanych ludzi i ofiar śmiertelnych okazała się być ostatecznie dość mała (odpowiednio 99 i 7 osób), to warto odnotować, że miasto zostało otoczone kordonem sanitarnym, wprowadzono zasady „izolacji społecznej”, przymusowe kwarentanny, dezynfekcje i zakrojone na szeroką skalę szczepienia. Wszystko skończyło się na szczęście szybko (nie sprawdziły się prognozy, że epidemia rozwinie się w tysiące chorych osób i potrwa latami), obyło się bez rozprzestrzenienia choroby na całe państwo. Wciąż uczymy się o COVID-19 i poznajemy jego specyfikę. W momencie gdy ten tekst trafia do czytelników nadal trwa pandemia, a liczba ofiar śmiertelnych na świecie to już ponad 300 tys. osób. Pozostaje by rządzący, ale i każdy z nas, robił wszystko co naszej mocy, by w ostatecznym rozrachunku choroba ta nie zawędrowała zbyt wysoko na liście wielkich światowych pandemii.

Gastronomia na stacjach paliw przetrwała najtrudniejszy czas epidemii

Gabriela Kozan

SKUTKI EPIDEMII KORONAWIRUSA W POLSCE ODCISNĘŁY SWOJE PIĘTNO TAKŻE NA STACJACH PALIW, DLA KTÓRYCH OFERTA GASTRONOMICZNA, TO CORAZ SILNIEJSZY FILAR BIZNESU. OD KILKU LAT STACJE PALIW DUŻO ZAINWESTOWAŁY, ABY STAĆ SIĘ REALNĄ KONKURENCJĄ DLA SKLEPÓW SPOŻYWCZYCH ORAZ PRZYDROŻNYCH BARÓW I RESTAURACJI. EPIDEMIA I OGRANICZENIE MOBILNOŚCI POLAKÓW UDERZYŁO W STACJE W DWÓJNASÓB – UCIERPIAŁA SPRZEDAŻ PALIW, ALE PRZED E WSZYSTKIM SPADKI SPRZEDAŻY NOTOWAŁY KĄCIKI KAWIARNIANE I BISTRO NA STACJACH. TERAZ, KIEDY GOSPODARKA ULEGA ODMRAŻANIU WIDAC, ŻE WRACA RUCH NA ULICE, A TYM SAMYM SPRZEDAŻ NA STACJACH POWRACA DO NORMALNOŚCI, ALE W NIECO INNEJ RZECZYWISTOŚCI Z WIELOMA OGRANICZENIAMI SANITARNYMI.

Od 14 marca obowiązuje w Polsce stan zagrożenia epidemicznego w związku z zakażeniami wirusem SARS-CoV-2. Rozprzestrzeniający się w Polsce koronawirus od marca zmusił kolejne firmy do ograniczenia swojej działalności, a wiele z wprowadzonych w związku z tym ograniczeń dotknęło bezpośrednio działalność stacji paliw. Zmniejszony ruch samochodowy, wynikający ze stosowania się Polaków do pozostania w domu, pociągnął za sobą spadek obrotów sprzedaży detalicznej na stacjach paliw. Zjawisko to najbardziej było widoczne na autostradach i drogach ekspresowych. Pandemia koronawirusa spowodowała, że ruch osobowy i towarowy był w marcu i kwietniu zdecydowanie mniejszy niż w miesiącach poprzednich. Stacje ucierpiały jednak nie tylko ze względu na mniejszy ruch, mniejszą ilość tankowań i spadek sprzedaży w przystajnych sklepach, ale również zamknięcie restauracji i ograniczenie sprzedaży się do sprzedaży produktów „na wynos”, które zastosowali wszyscy operatorzy

stacji paliw w Polsce. W konsekwencji obroty stacji drastycznie spadły, co uderzyło w ich kondycję. W praktyce od początku epidemii w Polsce stacje, aby zapewnić standardy bezpieczeństwa w związku z zagrożeniem koronawirusem, zamknęły punkty restauracyjne na i ograniczyły ofertę gastronomiczną. Na wielu obiektach np. w sieci Lotos, obsługa była ograniczona do sprzedaży przez okienko nocne, na tych stacjach gdzie sklepy były dostępne dla klientów oferta sklepowa pozostała bez zmian, ale obroty były mniejsze, co było konsekwencją zmniejszonego ruchu na stacjach, wynikającego z ograniczenia transportu wewnątrz kraju.

Natychmiast po ogłoszeniu stanu zagrożenia epidemicznego praktycznie wszystkie sieci stacji paliw obecne w Polsce podjęły działania zmierzające do zapewnienia ciągłości funkcjonowania, a szczególne środki bezpieczeństwa wprowadzono również w obszarze gastronomii. Przy kasach



dostępny jest płyn dezynfekujący do dyspozycji klientów. W przypadku stacji Lotosu pracownicy przekazywali produkty na ladzie wydawczej, aby uniknąć kontaktu. Co godzinę odkazano wszystkie powierzchnie, takie jak klamki, czytniki kart kredytowych, lada, dystrybutor napojów, kostkarka, pojemniki na śmieci czy stół roboczy. Na bieżąco dezynfekowano jest również m.in. cały kącik kawowy wraz z ekspresem. Zamawiając gorący napój, klient otrzymywał od sprzedawcy kubek oraz zapakowany zestaw składający się z wieczka, mieszadełka, saszetki cukru i serwetki. Na stacjach Lotosu działa również 36 restauracji Subway. Ponad jedna trzecia z nich znajduje się przy autostradach i drogach ekspresowych, którymi codziennie przejeżdżają tysiące kierowców.

W kwietniu na stacjach w sieci AVIA spadek zainteresowania w ofercie gastronomicznej był znaczny, oczywiście główną przyczyną było

wprowadzenie zasad bezpieczeństwa, które wymusiły zamknięcie części restauracyjnych stacji i sprzedaż tylko „na wynos”. Sieć jednak od pierwszych dni maja obserwuje wzrost liczby klientów na stacjach spowodowany luzowaniem ograniczeń i ma nadzieję, że ten trend się utrzyma.

Anwim, operator sieci stacji Moya zaznaczył, że w okresie epidemii priorytetem na stacjach jest bezpieczeństwo, dlatego wprowadził wszystkie obostrzenia nakazane przez służby sanitarne i samorządowe. Zgodnie z wytycznymi klienci korzystający ze stacji zobowiązani są do zakładania jednorazowych rękawiczek, dlatego przed drzwiami wejściowymi na stacje i przy dystrybutorach udostępniamy je klientom wraz z płynem do dezynfekcji. Operator stacji utrzymuje zasadę przebywania na terenie sklepu maksymalnie trzech klientów jednocześnie, przy zachowaniu co najmniej dwumetrowej odległości od siebie. Elementy strefy obsługi, z którymi bezpośrednią styczność mają klienci, każdorazowo są dezynfekowane. Na większości stacji zamontowano płyty z pleksiglasu, które zabezpieczają klientów i pracowników stacji. Dodatkowo wprowadzono obostrzony reżim sanitarny – pracownicy ze zwiększoną częstotliwością dezynfekują toalety, witryny, klamki i powierzchnie robocze. Do sprzedaży wprowadziliśmy płyny odkażające i jednorazowe rękawiczki.

W drugim etapie wprowadzenia obostrzeń stacje Moya zamknęły punkty kawiarniano-gastronomiczne Caffè MOYA, ograniczając sprzedaż gastronomii tylko do produktów wydawanych na wynos, do spożycia poza stacją, a monitory umieszczone w tej strefie wykorzystując do kampanii informacyjnej dot. zapobiegania zarażeniu wirusem COVID-19. W ten sposób sprzedawano np. hot-dogi, zimne przekąski, takie jak kanapki czy gorące napoje – kawę i herbatę. Sprzedaż dań przygotowywanych z produktów świeżych została wstrzymana.

Unimot SA zaznaczył natomiast, że na stacjach AVIA oferta gastronomiczna dostępna była w formie sprzedaży „na wynos”, a plany przywrócenia pełnej oferty gastronomicznej na stacjach mają ścisły związek z planem odmrażania polskiej gospodarki przez rząd. Jak tylko zostanie zdjęty zakaz otwierania restauracji, natychmiast właściciele stacji powrócą do pełnej oferty gastronomicznej w tych placówkach, w których została ona ograniczona.

Pandemia koronawirusa na sprawiła, że na stacjach paliw operatorzy wprowadzili do sprzedaży płyny i żele dezynfekcyjne oraz maseczki ochronne wielokrotnego użytku. Nie zmniejszono jednak dotychczasowego asortymentu, gdyż sytuacja rozwijała się dynamicznie i słusznie liczone na to, że po wprowadzeniu kolejnych etapów odmrażania gospodarki ruch drogowy w Polsce będzie się stopniowo zwiększał, a tym samym klienci wrócą na stacje paliw nie tylko zatankować, ale także skorzystać z oferty sklepowej i gastronomicznej. Okazuje się, że cały czas sprzedawano najpopularniejszą przekąskę, czyli hot-dogi i nowy reżim gastronomiczny nie spowodował wydłużenia się kolejek na stacjach.

Obostrzenia dotyczące restauracji i szeroko rozumianej gastronomii zostały zniesione 13 maja, ale Główny Inspektorat Sanitarny wydał szereg procedur dla właścicieli lokali, których celem jest zwiększenie bezpieczeństwa dla pracowników i klientów restauracji, kawiarni, stref gastronomicznych (food court) i innych lokali, gdzie świadczone są usługi gastronomiczne. Wytyczne mają też minimalizować ryzyko zakażenia klientów oraz innych osób z zewnątrz, w tym dostawców, ograniczając liczbę kontaktów na terenie restauracji w danym przedziale czasowym, w ramach zabezpieczenia przed możliwym zakażeniem. Procedury dla gastronomii są dostosowane do etapu zaawansowania stanu epidemicznego.



Sprzedajesz jedzenie na stacji, koniecznie przeczytaj

Poniżej prezentujemy wytyczne przeciwepidemiczne Głównego Inspektora Sanitarnego z dnia 13 maja 2020 r. dla funkcjonowania gastronomii w trakcie epidemii SARS-CoV-2, wydane na podstawie art. 8a ust. 5 pkt 2 ustawy z dnia 14 marca 1985 r. o Państwowej Inspekcji Sanitarnej (Dz. U. z 2019 r. poz. 59, oraz z 2020 r. poz. 322, 374 i 567) z podziałem na najważniejsze kategorie wraz z rekomendacjami GIS.

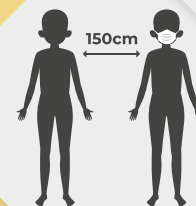
Zapewnienie bezpieczeństwa pracowników

Pracodawca jest obowiązany zapewnić osobom zatrudnionym, niezależnie od podstawy zatrudnienia, rękawiczki jednorazowe lub środki do dezynfekcji rąk. W przypadku kelnerów i pozostałej obsługi (np. kasjerzy) zaleca się noszenie maseczek oraz rękawiczek, lub każdorazowo dezynfekować ręce po wykonanej usłudze.

Rekomenduje się:

- Zapewnienie odległości między stanowiskami pracy wynoszącej co najmniej 1,5 m chyba, że jest to niemożliwe ze względu na charakter działalności. Wtedy jednak zakład musi zapewnić środki ochrony osobistej.
- Ustalenie zadań i procesów, które zwykle wymagają ścisłej interakcji i określenie sposobów ich modyfikacji, aby zwiększyć fizyczne odległości między pracownikami, tam gdzie jest to praktyczne i bezpieczne. Wskazane jest takie ustawienie stanowisk, aby pracownicy byli od siebie jak najbardziej oddaleni, i w miarę możliwości nie pracowali blisko naprzeciwko siebie.
- Ustalenie stałych, jak najmniej licznych zmian pracowników.
- Ograniczenie interakcji personelu pracującego na różnych zmianach i zapewnienie czyszczenia i mycia pomieszczeń pomiędzy zmianami.
- Gdzie to możliwe, wykorzystywanie do komunikacji metod na odległość, takich jak telefon komórkowy lub radio.
- Zmniejszenie liczby pracowników korzystających ze wspólnych obszarów w danym czasie (np. przez rozłożenie przerw na posiłki i czasów rozpoczęcia pracy).
- Restrykcyjne przestrzeganie zasad higieny, dobrych praktyk higienicznych.
- Utrzymywanie wysokiego stopnia higieny osobistej, w tym dbanie o odpowiednią, czystą i – w razie potrzeby – ochronną odzież.
- Stałe stosowanie dobrych praktyk higienicznych (regularne mycie rąk, powstrzymywanie się od niehigienicznych zachowań, na przykład kichania czy kaszlenia, przy produkcji lub styczności z żywnością, szczególna dbałość o czystość toalet, itp.)

Należy zadbać o przypomnienie pracownikom zasad higieny osobistej, mycia i dezynfekcji rąk, o obowiązku informowania o złym stanie zdrowia. Dotyczy to nie tylko pracowników mających bezpośredni kontakt z zakładem i żywnością, ale również biurowych, kierowców, dostawców, serwisantów, etc.



Zapewnienie bezpieczeństwa klientów

Należy zwrócić szczególną uwagę na:

- Dyscyplinę utrzymania 2-metrowej odległości pomiędzy osobami stojącymi w kolejce, poprzez zastosowanie widocznych wskazówek (np. naklejki na podłodze lub stojące znaki).
- Obowiązkową dezynfekcję rąk przez klientów przy wejściu na teren lokalu.
- Udostępnienie dozowników z płynem do dezynfekcji rąk dla gości w obszarze sali jadalnej (przy punktach składania zamówień/kasowych) oraz przy wyjściu z toalet.
- Wyłączenie z użycia suszarek nadmuchowych, stosowanie w łazienkach papieru do wycierania rąk.
- Wyznaczenie na podłodze stref zapewniających zachowanie odpowiednich odległości między gośćmi (zachowanie odległości nie dotyczy rodzin lub osób pozostających we wspólnym gospodarstwie domowym), uwzględniając ogródki zewnętrzne.
- Odległość między blatami stolików (od ich brzegów) powinna wynosić min. 2 m, zaś 1 m w przypadku oddzielenia stolików przegrodami o wysokości minimum 1 m (ponad blat stolika).
- Zasadę, że przy jednym stoliku może przebywać rodzina lub osoby pozostające we wspólnym gospodarstwie domowym. W innym przypadku przy stoliku powinny siedzieć pojedyncze osoby, chyba, że odległości między nimi wynoszą min 1,5 m i nie siedzą oni naprzeciw siebie. Wyjątkiem są stoliki, w których zamontowano przegrody, np. z pleksi, pomiędzy osobami.
- Przestrzeganie założenia, że w pomieszczeniu nie może przebywać więcej niż 1 osoba na 4 m² oraz ustalenie i kontrolę maksymalnej liczby gości w restauracji – na podstawie liczby dostępnych miejsc siedzących, przy uwzględnieniu zasad zawartych powyżej (nie licząc tych wyłączonych z użytkowania).
- Umieszczenie informacji o maksymalnej liczbie gości przy wejściu do lokalu.
- Wymagana jest każdorazowa dezynfekcja stolika po zakończeniu obsługi gości lokalu gastronomicznego przy danym stoliku. Po zakończonej dezynfekcji stolik powinien zostać oznaczony napisem: „zdezynfekowano”.
- Należy dezynfekować powierzchnie wspólne, z którymi stykają się klienci (z wyłączeniem podłogi) minimum co 15 minut.

Rekomenduje się zapewnienie, w miarę możliwości, stałego wietrzenia pomieszczeń restauracyjnych.

Zaleca się wywieszenie w toalecie instrukcji dotyczących, mycia rąk, dezynfekcji rąk, zdejmowania i zakładania rękawiczek, zdejmowania i zakładania maseczki.

Należy wyłączyć z użycia przestrzenie samoobsługowe, w tym bary sałatkowe, bufety oraz dozowniki do samodzielnego nalewania napojów.

W przypadku usług realizowanych na wynos zaleca się wydawanie zamówień na ladzie, w torbach, bezkontaktowe wydawanie zamówień, zapewnienie bezpieczeństwa przy korzystaniu z ekranów do składania zamówień (tzw. kiosków) poprzez np. dozownik z płynem do dezynfekcji rąk bądź jednorazowe rękawiczki oraz regularne (kilka razy dziennie), przecieranie powierzchni ekranów).

Usunięcie dodatków (np. cukier, jednorazowe sztućce, wazoniki, serwetniki) z obszaru sali jadalnej i wydawanie bezpośrednio do zamówienia przez obsługę.

Więcej: <https://gis.gov.pl/aktualnosci/wytyczne-przeciwepidemiczne-glownego-inspektora-sanitarnego-z-dnia-13-maja-2020-r-dla-funkcjonowania-gastronomii-w-trakcie-epidemii-sars-cov-2/>

Oferta sezonowa – magnes na klientów

Magdalena Robak

Pory roku, czas Bożego Narodzenia, Wielkanocy, świąt państwowych, wakacji, ferii, „majówka” czy nieznany dotąd stan epidemii koronawirusa to okresy, kiedy stacje paliw dostosowują swoją ofertę do zmieniających się potrzeb klientów. Słuszność takiej strategii potwierdza Agata Gryziecka – Client Consultant w firmie Nielsen, która zauważa, że powinna ona być planowana z uwzględnieniem np. zmieniających się pór roku i dodaje, iż szczególnie ważnym dla stacji czasem są zbliżające się wakacje. Można to wyjaśnić faktem, iż w związku z częstszymi podróżami i wizytami kierowców na stacjach mają one możliwość zaproponowania im również produktów impulsowych, których sprzedaż jest w tym kanale dystrybucji dominująca.

NOWY SEZON, NOWE PROBLEMY

Sezonowość oferty stacji benzynowych odnosi się m.in. do paliw i ściśle wynika z przepisów Rozporządzenia Ministra Gospodarki w sprawie wymagań jakościowych dla paliw ciekłych. Dzieli je ono na trzy rodzaje: letnie, zimowe oraz stosowane między sezonami – przejściowe. Wraz z początkiem marca kończy się okres zimowy i oferowane przez stacje paliwa, muszą spełniać wymogi dla okresu przejściowego. Dzień 16 kwietnia oznacza natomiast rozpoczęcie okresu letniego

dla oleju napędowego, a 1 maja dla benzyn. W tym roku bezprecedensowy „sezon koronawirusa” i wprowadzone w związku z nim obostrzenia spowodowały, że kierowcy znacznie ograniczyli podróże i tankowanie, co po raz pierwszy przyczyniło się do drastycznego osłabienia popytu na paliwa i wzrostu ich zapasów. Problematyczna sytuacja, pomimo tego, że ceny na stacjach spadły do poziomów sprzed kilku lat, dotyczyła benzyn spełniających przejściowe wymagania jakościowe i zalegających w nadmiarze na stacjach oraz w bazach paliw. Z pomocą branży podążyło jednak Ministerstwo Klimatu, proponując wydłużenie okresu obrotu benzyn przejściowych do 30 czerwca.

„MUST HAVE” DOBY EPIDEMII

Ogłoszenie w Polsce stanu epidemii przyczyniło się także do tego, że na stacjach pojawiły się rozmaite środki do dezynfekcji, które zwłaszcza na jego początku, gdy brakowało ich w innych miejscach dystrybucji, tj. apteki czy drogerie, cieszyły się bardzo dużym popytem wśród klientów. Kiedy media podały informację o tym, że pierwsza

partia płynu wirusobójczego, produkowanego w zakładzie Orlen Oil w Jedliczach dociera już na stacje paliw spółki, ich pracownicy co chwilę odbierali telefony od osób chcących je kupić. W Białymstoku np., o czym informowała „Gazeta Wyborcza”, 30 pojemników 5-litrowych w cenie 60 zł, zostało sprzedanych w ciągu zaledwie 15 minut. Artykuły ochronne, tj. żele antybakteryjne, maseczki higieniczne, przyłbice czy jednorazowe rękawiczki to dziś jeden z ważniejszych produktów pozapaliwowych sprzedawanych przez stacje. Są one wyraźnie eksploatowane i łatwo dostępne również przy kasach na stacjach BP, Lotos,



Avia czy Moya. I choć jak zauważa Filip Puchalski, dyrektor ds. operacyjnych Moya i członek zarządu Anwim S.A., zauważalny jest już lekki spadek zapotrzebowania na nie, głównie spowodowany nasyceniem rynku, ten specyficzny asortyment z pewnością znajdzie miejsce na liście produktów będących w ciągłej ofercie stacji Moya.

RÓŻNE SEZONY, RÓŻNE OFERTY

Filip Puchalski zauważa również, że zmiany na stacjach podyktowane sezonowością są najbardziej widoczne na sklepowych półkach oraz w ofercie gastronomicznej. Concept Caffè Moya regularnie wprowadza limitowane serie dostępnych standardowo dań, jak np. oferowana tylko latem pizza z kurkami. Produktem sezonowym, cieszącym się dużą popularnością wśród klientów kawiarenek Moya, jest też kawa mrożona, która w ubiegłe wakacje w sposób bardzo udany zadebiutowała na stacjach sieci.

Wraz z nastaniem cieplejszych miesięcy w roku modyfikowany jest też sklepowy asortyment, ponieważ w lecie wyraźnie więcej sprzedaje się zimnych napojów, lodów oraz akcesoriów grillowych. Zainteresowanie w porze letniej tymi produktami potwierdza Adam Kasprzyk – rzecznik Grupy Lotos, który dodaje, że latem na stacjach zmienia się nacisk na promowanie poszczególnych kategorii – zwiększane są ilość i różnorodność napojów gazowanych, wody, piwa, lodów, a zmniejszany jest dostęp do czekolad czy innych tego typu słodyczy.

Choć, jak zostało wspomniane we wstępie artykułu, najważniejszym czasem dla stacji jest lato, nie oznacza to jednak, że w innych okresach roku ich oferta nie jest dostosowywana do oczekiwań klientów. Zimą np. zdaniem Filipa Puchalskiego sprzedają one więcej mocnych alkoholi, napojów niegazowanych, soków, akcesoriów samochodowych i płynów do spryskiwaczy, występujących w dwóch wariantach – letnim i zimowym. A kto nie zdążyłby kupić prezentu pod choinkę, może w ostatniej chwili przyjść właśnie na stację paliw po przysłowiowego „Mikołaja”, bo jak wyjaśnia Adam Kasprzyk, będąc sklepem typu *convenience* jest ona doskonałym miejscem do zakupów typu *emergency*.

Carrefour zaprasza do współpracy operatorów stacji paliw!



Sklep Carrefour Express na stacji paliw to połączenie atutów sklepu spożywczego i sklepu na stacji paliw

Oferujemy:

- ✓ niezbędne wyposażenie sklepu
- ✓ elementy wizualizacji zewnętrznej
- ✓ system informatyczny do zamówień
- ✓ odpowiednio dobrany asortyment
- ✓ dobrze zorganizowaną logistykę
- ✓ marketing
- ✓ wsparcie ekipy otwarciowej oraz szkolenie

ZAPRASZAMY DO WSPÓŁPRACY:

22 517 25 09; 22 517 28 19
franchising@carrefour.com

Carrefour 
express

Wszyscy zastugujemy na najlepsze

AdBlue – warto pomyśleć o kierowcach aut osobowych

Grzegorz Maziak

Konsumpcja AdBlue w Europie szybko rośnie. Ten rynek był do tej pory kojarzony głównie z ciężkim transportem, ale coraz ostrzejsze normy dotyczące emisji spalin w Europie powodują, że z roku na rok rośnie liczba samochodów osobowych, które są wyposażone w układ selektywnej redukcji katalitycznej SCR.

AdBlue to nazwa handlowa roztworu mocznikowego o wysokiej czystości. Jest on wykorzystywany jako reduktor w podjazdach wyposażonych w układ SCR do ograniczania emisji szkodliwych tlenków azotu (NOx). AdBlue konwertuje szkodliwe NOx ze spalin silnika wysokoprężnego na nieszkodliwy azot i parę wodną. Ta substancja upowszechnia się w motoryzacji w związku z coraz ostrzejszymi normami emisji spalin w silnikach Diesla.

Obowiązująca od września 2015 europejska norma Euro 6 wprowadziła rygorystyczne limity emisji tlenków azotu. Wymusza ona coraz powszechniejsze stosowanie układów selektywnej redukcji katalitycznej, także w nowych samochodach osobowych z silnikami wysokoprężnymi. Rosnąca liczba pojazdów, które wykorzystują AdBlue przekłada się na wzrost konsumpcji tej substancji. Według szacunków analityków firmy Argus zużycie AdBlue w Europie wzrosło w 2019 r. o 17,6 proc. i wyniosło około 4 mld litrów.

TANKOWANIE ADBLUE NA STACJI CORAZ BARDZIEJ POPULARNE

Rosnące zapotrzebowanie na AdBlue i coraz szersze grono kierowców wykorzystujących tę sub-

stancję zauważają też właściciele stacji paliw w Europie. Do tej pory inwestowali oni w dystrybutory tego produktu dedykowane dla pojazdów ciężarowych, a właściciele samochodów osobowych byli skazani głównie na zakup 1-litrowych, 2-litrowych czy 5-litrowych jednorazowych opakowań do samodzielnego uzupełnienia. Dla kierowców to rozwiązanie może być mało komfortowe, bo roztwór mocznika powoduje korozję aluminium, stali i innych metali, dlatego muszą oni uważać, aby w trakcie jego uzupełniania nie oblać powłoki lakierniczej lub innych elementów samochodu. Przy zakupie nadmiernej ilości dodatku nie wchodzi też raczej w grę wożenie zapasu AdBlue w bagażniku na dolewkę,

bo jego przechowywanie wymaga odpowiednich warunków m.in. w zakresie temperatury. Dużo wygodniejszym rozwiązaniem z perspektywy tankujących jest uzupełnienie tego dodatku za pomocą dostosowanego do samochodów osobowych dystrybutora i w odpowiedzi na taką potrzebę kierowców w Europie zwiększa się liczba stacji oferujących takie dedykowane rozwiązanie.

Według szacunków firmy Argus w Europie w połowie 2019 r. zarejestrowanych było 16 mln samochodów osobowych i furgonetek, które wymagają stosowania AdBlue. Prognoza na najbliższe lata zakłada dynamiczny wzrost ich liczby i w perspektywie 2025 r. flota takich pojazdów może się niemal potroić, sięgając 45 mln sztuk. W ocenie firmy Yara, jednego z kluczowych producentów AdBlue na świecie, ten dodatek może być w najbliższych latach jednym z najszybciej rosnących produktów w kategorii samochodowych produktów chemicznych.

Szybko rośnie też liczba stacji paliw, które dostosowują swoją infrastrukturę do nowych trendów i inwestują w dystrybutory AdBlue przystosowane do potrzeb osobowych. W Europie w latach 2017-2019 ich



liczba zwiększyła się ponad dwukrotnie i według szacunków Argusa takie rozwiązanie było dostępne na około 1 000 stacji. Prognozy zakładają dalszy wzrost i liczba europejskich stacji oferujących sprzedaż AdBlue z dystrybutora w najbliższych pięciu latach może sięgnąć poziomu 3 400 obiektów. Dołączając one do około 9 000 lokalizacji, które już teraz umożliwiają tankowanie AdBlue w pojazdach ciężarowych.

Podobnych zmian możemy spodziewać się też w Polsce. – *Namawiamy klientów zajmujących się detaliczną sprzedażą paliw na zakup kontenerów z pistoletem dostosowanym do samochodów osobowych, bo naszym zdaniem rynek zmierza w jednym kierunku. Coraz częściej nowe auta osobowe z silnikiem wysokoprężnym muszą tankować AdBlue, a klient stacji paliw oczekuje kompleksowej obsługi w jednym miejscu* – przekonuje Marcin Drobiszewski z firmy Petroleo DMS Sp. z o.o., która produkuje kontenery do dystrybucji AdBlue.

DYSTRYBUTOR ADBLUE – CZY TO SIĘ OPŁACA?

Dla operatorów rynku detalicznego dystrybutor AdBlue dostosowany do potrzeb samochodów osobowych może być elementem przewagi konkurencyjnej. Dodatek sprzedawany w taki sposób jest tańszy i wygodniejszy w eksploatacji dla tankujących. Warto pamiętać, że w przypadku samochodów osobowych mówimy o właścicielach nowych pojazdów, którzy z reguły dysponują wysokim dochodem rozporządzalnym, przez co stają się atrakcyjnym klientem na ofertę dodatkową stacji, taką jak kawa czy mała gastronomia. Dla właściciela stacji korzyścią może być też rezygnacja ze sprzedaży AdBlue w opakowaniach jednorazowych, co pozwoli zwolnić przestrzeń na sklepowej półce. Z dystrybutora AdBlue dedykowanego samochodom osobowym z powodzeniem korzystać mogą też kierowcy pojazdów ciężarowych, bo chociaż czas tankowania w ich wypadku będzie nieco dłuższy, to zbiorniki na ten

dodatek są na tyle nieduże, że nie stanowi to dużego problemu.

Dystrybutor AdBlue to wydatek rzędu kilkudziesięciu tysięcy złotych, a cena będzie się wahać w zależności od pojemności zbiornika i wykorzystanych układów oraz rozwiązań dodatkowych, jak np. telemetria. Właściciele stacji powinni jednak pamiętać, że kontener to nie tylko opakowanie na AdBlue. Sam dystrybutor jest dużą powierzchnią reklamową i jej odpowiednie wykorzystanie w celu zachęcenia klienta do zakupu ma duży wpływ na wyniki sprzedaży. W przypadku stacji, które widzą zainteresowanie AdBlue na podstawie sprzedaży dodatku w opakowaniach jednorazowych, taka inwestycja może się szybko spłacić.

– *Przy hurtowych zakupach AdBlue sprzedaż dodatku na poziomie 3000-3500 litrów miesięcznie powinna w zupełności wystarczyć na wypracowanie marży pokrywającej koszty 36-miesięcznego leasingu kontenera* – szacuje Marcin Drobiszewski z firmy Petroleo DMS Sp. z o.o.



Na pytania redakcji Na Stacji Paliw odpowiada

Marcin Drobiszewski z firmy Petroleo DMS Sp. z o.o., która dostarcza systemy do zarządzania gospodarką paliwową i jest producentem kontenerów do dystrybucji AdBlue.

Czym powinien charakteryzować się dobry kontener do dystrybucji AdBlue?

AdBlue jest związkiem silnie utleniającym co oznacza, że użyte materiały do budowy zbiornika, kontenera AdBlue oraz samego dystrybutora powinny być wykonane ze stali nierdzewnej, aluminium, polietylenu lub odpowiednio zabezpieczone. Daje to gwarancję długiej żywotności produktu. Warto pamiętać, że diabeł tkwi w szczegółach. Produkty różnią się a magazynowanie AdBlue jest wymagające. W na-

szym urządzeniu do produkcji panelu dystrybucyjnego używamy materiałów ze stali nierdzewnej. Świadomie stosujemy ten materiał z uwagi na odporność na działanie związków chemicznych, trwałość i estetykę. Żywice poliestrowe są tańszym materiałem, który łatwo uszkodzić, tym samym „odstraszać” klienta. Konstrukcja jest wykonana z profili aluminiowych, tak aby nie dochodziło do korozji i uszkodzenia samego kontenera oraz by pozostał wizytówką, która zaprasza do dalszych zakupów.

Na co jeszcze warto zwrócić uwagę wybierając taki kontener?

Magazynowanie AdBlue wymaga utrzymania jego temperatury powyżej – 7 St. C i nie wyższej niż 28 st. C. Dlatego dobrze jeśli ściany kontenera wykonane są z płyty warstwowej, stanowiącej dodatkową izolację termiczną. To w trakcie eksploatacji wpłynie na zmniejszenie kosztów związanych z ogrzewaniem i chłodzeniem. Tu należy dodać, że jedynym stosowanym rozwiązaniem do podgrzewania przestrzeni międzypłaszczkowej są na- ▶

► grzewnice elektryczne. Nie są to najtańsze rozwiązania w kwestii kosztów eksploatacji. Dlatego kontener wykonany z płyt warstwowych z pianką poliuretanową, stanowiącą izolację, jest rozwiązaniem ekonomicznym, zmniejszającym koszty eksploatacji.

Oszczędności mogą być znaczące. Przyjmując założenie, że nagrzewnica o mocy 1kW będzie pracować 8 godzin dziennie zużyje w trakcie 3 miesięcy zimowych około 468 zł. Natomiast przy pracy 20 godzin dziennie już około 1 170 zł. Praca kontenera AdBlue w okresie zimowym zbudowanego z płyt z pianki poliuretanowej oraz zmniejszone zużycie energii z uwagi na izolację ścian przez okres 6 lat może

przyniesie korzyść wymierną w kwocie około 4000 zł bazując na powyższych założeniach.

Czy montaż kontenera wiąże się z pracami budowlanymi na stacji?

Konstrukcja kontenera pozwala na umieszczenie go na wysepce pomiędzy dystrybutorami tak aby niepotrzebnie nie zajmowały dodatkowego miejsca. Pozwala to optymalnie wykorzystać dostępne miejsce na stacji paliw i jego otoczeniu. Bez konieczności wykonywania wylewki lub innych prac budowlanych. Kontener jest przywożony i podłączany do istniejącej instalacji elektrycznej i przewodów sterowniczych. Jest on kompletnym urządzeniem składającym się z dystrybuto-

ra legalizowanego (MID), zbiornika oraz telemetrii pozwalającej na zarządzanie gospodarką magazynową. Należy też zauważyć, że istnieje możliwość przestawienia kontenera w „dowolnej” chwili na inną wysepkę lub stację.

Czy takie urządzenie wymaga świadectwa legalizacji

Zgodnie z obowiązującymi przepisami, odmierzacze działające na stacjach muszą posiadać świadectwo legalizacji, które potwierdza prawidłowość dystrybuowanego AdBlue. Kontenery AdBlue jako gotowy produkt przyjeżdżają do klienta z tzw. legalizacją pierwotną. Po okresie dwóch lat należy wykonać ponownie badanie aby zostało przedłużone na kolejne dwa lata.

EKSPERT RADZI

9 ZASAD, KTÓRYM WARTO KIEROWAĆ PRZY ZAKUPIE KONTENERA ADBLUE:

MINIMALIZUJ KOSZTY EKSPLOATACJI, ZAPEWNIJ BEZPIECZEŃSTWO

Temperatura ma kluczowe znaczenie dla jakości AdBlue, a efektywne ogrzewanie i zdalne sterowanie procesami zmniejsza koszty eksploatacji. Skuteczną izolację termiczną zapewniają dobre materiały izolacyjne.

ERGONOMIA UŻYTKOWANIA

Sprawdź jaki zastosowano mechanizm rozwijania i zwijania węża. Zapoznaj się z zaletami i wadami zwijadeł oraz klasycznych metod zwijania węża dystrybucyjnego.

MATERIAŁY

Jakość materiałów ma znaczenie. AdBlue to medium silnie utleniające metale. Tylko odpowiednie materiały uchronią przed kosztami awarii lub koniecznością dokonania przymusowej konserwacji. Zbadaj czy wszystkie elementy mające kontakt z AdBlue są odpowiednio zabezpieczone lub też są wykonane z odpowiednich tworzyw sztucznych lub ze stali nierdzewnej.

EFEKTYWNOŚĆ EKSPLOATACJI

Czystość, funkcjonalność i estetyka na lata bez szczególnych zabiegów konserwacyjnych.

ROZDZIELNIA ELEKTRYCZNA

Upewnij się, że urządzenie jest wyposażone w pełni wyposażoną rozdzielnię elektryczną z zabezpieczeniami.

MARKETING

Kontener jest „żywą” reklamą AdBlue i zaprasza swoim wyglądem powinien zachęcać do zakupów.

FORMA ORAZ WYSOKA JAKOŚĆ UŻYTYCH MATERIAŁÓW

Jakość wykonania. Wygląd ma znaczenie. To opakowanie, które jest widziane przez klienta.

DOPASUJ KONTENER DO SWOICH POTRZEB

Dobierz swój kolor, umieść logo, zachęć do zakupów AdBlue.

KONTROLUJ, MONITORUJ, ZARZĄDZAJ

Dzięki technologii GSM możemy nie tylko odczytywać dane z kontenera takie jak poziom, temperatura czy przeciek. Moduł Smart One stosowany w rozwiązaniach Petroleo daje możliwość zdalnego sterowania ogrzewaniem.

Produkty ze stacji do odbioru lub w dostawie

Gabriela Kozan

Epidemia koronawirusa w Polsce zataczając coraz szersze kręgi i uziemiając Polaków w domach, doprowadziła także do zmniejszenia obrotów na detalicznym rynku paliw. Operatorzy stacji nie załamali jednak rąk, wielu z nich włączyło się aktywnie w akcję wsparcia służb medycznych, zapraszając choćby na darmową kawę, ale zmienili też swój pomysł na biznes u zaczęli oferować swoje produkty z kącików bistro i sklepów w dostawie do domu lub proponując odbiór w swoim punkcie o wybranej przez klienta godzinie. Zmieniający się styl życia i przyzwyczajenia Polaków zakładają nieograniczony dostęp do niezbędnych usług i zakupów, bez konieczności wychodzenia z domu i z wykorzystaniem nowoczesnych technologii. Wyzwaniu mierzenia się z tym nowym stylem życia, wymuszonym poniekąd sytuacją zmierzyła się sieć stacji BP. W połowie maja polski oddział BP poinformował, że rusza z pilotażową usługą – dostawą artykułów z oferty gastronomicznej Wild Bean Café za pomocą aplikacji Uber Eats. Na początek oferta objęła wyłącznie stacje w Krakowie, gdzie BP ma swój polski oddział i gdzie klienci mogą zamówić szereg artykułów z oferty gastronomicznej Wild Bean Café za pomocą aplikacji Uber Eats. Sieć zapowiedziała, że wkrótce ta oferta zostanie rozszerzona o inne artykuły spożywcze i towary ze sklepów na stacjach tej marki. To pierwsza tego typu współpraca na polskim rynku, a BP to pierwsza firma paliwowa w Polsce, która wprowadza domowe dostawy sklepowe i gastronomiczne. Aby zamówić dostawę produktów z Wild Bean Café, użytkownicy będą musieli pobrać aplikację Uber Eats lub

skorzystać ze strony internetowej Uber Eats i złożyć zamówienie w jednej ze stacji wymienionych na liście. Nie obowiązuje minimalna wartość koszyka, a opłata za dostawę wynosi od 5,99 do 9,99 zł w zależności od odległości. Proces dostawy można łatwo prześledzić od początku do końca i trwa on około 30 minut. Firma BP, jako pierwsza firma paliwowa w Polsce, wprowadziła home delivery.

– *Pilotażowy etap, który trwa dopiero kilkanaście dni, pozwala patrzeć optymistycznie na rozwój home delivery ze stacji BP. Codziennie realizujemy zamówienia zarówno od nowych jak i powracających klientów. Cały czas poszerzamy ofertę zarówno w sklepie BP jak i w Wild Bean Cafe. Największym zainteresowaniem cieszy się nasza kawa z Wild Bean Cafe, wprowadzony niedawno do oferty hot – dog zaczyna być coraz popularniejszym wyborem, sklep też odnotowuje rosnącą ilość zamówień z dostawą* – powiedziała dr Magdalena Kandefer – Kańtoch, rzeczniczka prasowa spółki. Choć pilotaż na krakowskich stacjach BP trwa stosunkowo krótko, to spółka podtrzymuje swój cel, jakim jest realizowanie dostaw ze stacji bp w całej Polsce, z ofertą gastronomiczną i sklepową.

Inna sieć – Circle K od 25 maja na stacjach zaczęła testować usługę click & collect, która umożliwia zamówienie wybranych produktów online i odebranie ich z zachowaniem zasad bezpieczeństwa, w czasie wskazanym przez klienta. Sieć umożliwia zamówienie najbardziej popularnej przekąski na stacjach paliw, czyli hot-dogów a do nich np. kawy Simply Great Coffee. Oprócz tego w ofercie click &

collect są podstawowe produkty spożywcze, takie jak pieczywo, jaja, nabiał oraz napoje, słodczyce, wyroby tytoniowe i alkohol. Wprowadzone w ramach testów rozwiązanie ma być odpowiedzią sieci Circle K na potrzeby klientów, którzy szczególnie teraz, mając na uwadze względy bezpieczeństwa, chcą zrobić zakupy w możliwie jak najszybszy i najprostszy sposób.

– *Szanując czas naszych klientów, którzy chcą zrobić szybkie i bezpieczne zakupy, wprowadzamy do naszej oferty usługę, która pozwala w wygodny sposób zakupić żywność i inne produkty dostępne w naszych sklepach. Teraz zamawiając on-line Hot Doga, burgera, zapiekankę czy aromatyczną kawę nie trzeba na nie czekać. Nasi pracownicy na bieżąco przygotowują zamówienie, aby było świeże i gotowe do odbioru o ustalonej godzinie* – powiedział Rafał Drożdżak, Dyrektor ds. Komunikacji i Marketingu w Circle K Polska.

Zamówienie produktów odbywa się przez stronę internetową sieci – trzeba wybrać stację i podać preferowany czas odbioru zamówienia, następnie wybrać produkty zamówić i zapłacić. Potem wystarczy odebrać zakupy na wybranej stacji, podając numer zamówienia pracownikowi za ladą.

Jak poinformowała sieć, w pilotażowej fazie projektu usługa click&collect jest dostępna na 20 stacjach Circle K w Warszawie i Wrocławiu. Z czasem sieć stacji zostanie rozszerzona, także o stacje położone przy trasach, gdzie będzie można zaplanować postój i wygodnie odebrać kawę, posiłek czy drobne zakupy.

Tarcza Antykryzysowa 3.0

– opublikowana w Dzienniku Ustaw

W Dzienniku Ustaw została opublikowana trzecia część tzw. tarczy antykryzysowej mającej na celu ograniczenie negatywnych skutków koronawirusa na gospodarkę – informują w alercie doradcy podatkowi z kancelarii Cabaj Kotala. Najważniejszą zmianą, która została przewidziana w tej ustawie, jest „odmrożenie” biegu terminów procesów i sądowych, które zostały zawieszone na podstawie „tarczy 1.0”.

Z „tarczy 3.0” wynika, że po upływie 7 dni od dnia jej wejścia w życie (czyli w dniu 24 maja 2020 r.), rozpoczynają bieg lub będą dalej terminy procesowe i sądowe w:

- postępowaniach sądowych, w tym sądowoadministracyjnych;
- postępowaniach egzekucyjnych;
- postępowaniach karnych;
- postępowaniach karnych skarbowych;
- postępowaniach w sprawach o wykroczenia;
- postępowaniach administracyjnych;
- postępowaniach i kontrolach prowadzonych na podstawie Ordynacji podatkowej;
- kontrolach celno-skarbowych;
- postępowaniach w sprawach o grach hazardowych;
- innych postępowaniach prowadzonych na podstawie ustaw.

Na podstawie przedmiotowej nowelizacji odmrażane są również terminy materialne przewidziane przepisami prawa administracyjnego, tj.:

- od zachowania, których jest uzależnione udzielenie ochrony prawnej przed sądem lub organem;
- przedawnienia;
- dokonania przez stronę czynności kształtujących jej prawa i obowiązki;
- których niezachowanie powoduje wygaśnięcie lub zmianę praw rzeczowych oraz roszczeń i wierzytelności, a także popadnięcie w opóźnienie;

- zawitych, z niezachowaniem których ustawa wiąże ujemne skutki dla strony;
- do dokonania przez podmioty lub jednostki organizacyjne podlegające wpisowi do właściwego rejestru czynności, które powodują obowiązek zgłoszenia do tego rejestru, a także terminów na wykonanie przez te podmioty obowiązków wynikających z przepisów o ich ustroju.

Wszystkie powyższe terminy były zawieszone na okres stanu zagrożenia epidemicznego i stanu epidemii, które obowiązywały na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej od dnia 14 marca 2020 r.

Odwieszenie terminów dotyczy wszystkich przypadków, które dotychczas były objęte zawieszeniem na podstawie specustawy COVID.

Eksperti z Cabaj Kotala Doradztwa Podatkowego podkreślili, że jeśli np. otrzymali Państwo w dniu 11 maja 2020 r. wezwanie od organu podatkowego w postępowaniu podatkowym, na które należało odpowiedzieć w ciągu 7 dni, to termin ten zaczyna biec dopiero od 24 maja 2020 r. Podatkowcy zwrócili uwagę, że z konstrukcji przepisów trzeciej części tarczy antykryzysowej wynika, że już od dnia wejścia jej w życie, tj. od 16 maja 2020 r., nie obowiązują już przepisy o zawieszaniu biegu „nowych” termi-



nów. Oznacza to, że trzeba uważać w zakresie terminów, które zaczynają po 16 maja 2020 r. (nie można czekać z ich liczeniem na 24 maja).

Niezależnie od powyższych zmian informujemy jednocześnie, że w „tarczy 3.0” zostały doprecyzowane przepisy dot. zwolnienia z obowiązku opłacania przez przedsiębiorców składek na ubezpieczenie społeczne i zdrowotne. Zgodnie z przyjętymi przepisami samozatrudnieni, których przychód nie przekroczył 300% prognozowanego przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia brutto w gospodarce narodowej w 2020 r. oraz dochód nie przekroczył 7 000 zł w miesiącu, za który składany jest wniosek, będą mogli uzyskać zwolnienie ze składek ZUS również w zakresie opłaconych już składek za kwiecień i maj 2020 r. ■

Można odzyskać koszty energii elektrycznej nabytej w II półroczu 2019 r.

Zespół kancelarii Cabaj Kotala Doradztwo Podatkowe poinformował, że zgodnie z ustawą z dnia 28 grudnia 2018 r. o zmianie ustawy o podatku akcyzowym oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. 2018 r., poz. 2538), przedsiębiorstwa mogą uzyskać częściowy zwrot kosztów energii elektrycznej nabytej i zużytej w II. półroczu 2019 r.

Kwota częściowego zwrotu kosztów energii elektrycznej nabytej w II półroczu 2019 r. (tzw. dofinansowanie) stanowi iloczyn wolumenu nabytej i zużytej w tym okresie energii elektrycznej oraz stawki wynoszącej 15 zł/1MWh, co oznacza, że przy wolumenie 10.000 MWh kwota dofinansowania wyniesie 150 tys. zł.

Do ubiegania się o częściowy zwrot kosztów nabycia energii elektrycznej uprawnione są przedsiębiorstwa, które: są przedsiębiorstwami średnimi lub dużymi w rozumieniu ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (t.j. Dz.U. z 2019 r., poz. 1292); wykonują działalność gospodarczą w sektorach innych niż tzw. sektory energochłonne, których wykazuje się w załączniku nr 1 do ustawy o systemie rekompensat dla sektorów i podsektorów energochłonnych.

Podmioty uprawnione mogą już składać drogą elektroniczną wnioski o uzyskanie częściowego zwrotu energii elektrycznej nabytej i zużytej w II półroczu 2019 r. do Zarządcy Rozliczeń S.A. Możliwe jest złożenie odrębnych wniosków o wypłatę dofinansowania za III i IV kwartał 2019 r. Ostateczny termin na złożenie wniosku o uzyskanie zwrotu części kosztów energii elektrycznej nabytej i zużytej w II półroczu 2019 r. upłyne 30 czerwca 2020 r.

Zarządca Rozliczeń S.A. jest zobowiązany do dokonania wypłaty kwoty dofinansowania w terminie 40 dni od dnia złożenia przez podmiot uprawniony kompletnego wniosku.

Uzyskanie zwrotu kosztów nabycia energii elektrycznej jest traktowane jako pomoc de minimis w rozumieniu przepisów unijnych, stąd maksymalna wartość dofinansowania nie będzie mogła przekroczyć równowartości 200 tys. euro (ok. 860 tys. zł).

W związku z możliwością uzyskania dofinansowania każde średnie oraz duże przedsiębiorstwo powinno obecnie podjąć następujące działania:

- zweryfikować czy spełnia warunki formalne do uzyskania częściowego zwrotu kosztów energii elektrycznej nabytej w II półroczu 2019 r.;
- potwierdzić czy posiada i ewentualnie w jakiej wysokości niewykorzystany limit pomocy de minimis;
- określić wolumen energii elektrycznej nabytej i zużytej w II półroczu 2019 r.;
- ustalić czy w II półroczu 2019 r. wystąpiła u niego różnica w cenie nabywanej energii elektrycznej względem ceny obowiązującej 30 czerwca 2018 r.;
- dokonać oszacowania przysługującego mu dofinansowania.

Możliwość uzyskania ww. dofinansowania kosztów nabycia energii jest niezależna od mechanizmów pomocowych wprowadzonych tzw. tarczami antykrzysowymi.

Kontakt:

<http://cabajkotala.com/kontakt/>



Elegant na luzie

Czym jest styl smart casual?

dr Jakub Bogucki

W ostatnich latach zdecydowanie wzrosła zwłaszcza wśród mężczyzn świadomość zasad, jakimi należy kierować się w dziedzinie ubioru – a spory udział mają w tym rozwój męskiej blogosfery i prasy adresowanej do panów, w której nie roi się jedynie od nagich pań i niewyobrażalnie drogich aut. Jednym z elementów tej zmiany świadomości jest

upowszechnienie się pojęcia „smart casual”.

W najprostszych słowach smart casual oznacza styl półformalny. Gustowną swobodę, zachowanie eleganckiego standardu, ale bez sztywności reguł dotyczących się noszenia garnituru. Po-

jawia się czasami także klasyfikacja „sportowa elegancja”, choć na myśli mieć tu należy sportowe marynarki, a nie sportowe szorty czy buty.

Siłą smart casual jest możliwość zaakcentowania indywidualności, podbicia wrażenia przez dobór dodatków, może nawet subtelnie dozowaną dawkę ekscentryczności, ale wszystko w „granicach konwencji”.



CO NOSIĆ?

Zwykle tworzenie zestawów smart casual zakłada harmonijność połączenia marynarki typu klubowego czy sportowego ze spodniami np. typu chino. Konserwatywni esteci wskażą na nieodzowność krawata, a zwolennicy umiarkowanego szaleństwa – na poszetkę. Z całą pewnością w konwencji smart casual świetnie odnajdą się krawaty dzianinowe typu knit, które odeszły w zapomnienie wraz z nastaniem „technokratycznych lat 90-tych”, a obecnie wracają do łask i często zobaczyć je można w ofercie lepszych sklepów z męską garderobą.

Jeśli chodzi o obuwie, pasować tu będą z pewnością buty typu moka-synowego, monki czy saddle shoes, choć wiele krojów i stylów półbutów nie będzie się z zestawami smart casual gryzła. Chętnie wskazywane są także buty ze zdobieniami czyli tzw. brogry.

Stylizacja smart casual pozwala na większą niż w stroju formalnym dowolność w zakresie kolorystyki i wzorzystości tkanin. Nie ogranicza nas tutaj jednolita koszula, można eksperymentować z fakturą, kratkami, paskami, itp. Nie jest wykluczone noszenie w tej konwencji np. dzianinowych swetrów, najlepiej cienkich i dobrze dopasowanych do sylwetki, aby uniknąć wrażenia „nadmierności” tkaniny (która u mężczyzn nie nazywa się „oversize” tylko „ill-fitted”).

W przypadku chłodniejszej aury zasady stylu smart casual wskazują na możliwość noszenia krótszych płaszczy – na przykład dwurzędowy inspirowany klasyczną bosmanką, czyli marynarską kurtką z czasów drewnianych żaglowców, która stała się jednym z kanonów męskiej mody jesienno-zimowej. Inną konwencjonalną wersją ubrania na chłody może być krótka pikowana kurtka w dyskretniej kolorystyce.



KIEDY NOSIĆ?

Styl smart casual nadaje się świetnie do pracy biurowej, która nie wymaga noszenia klasycznego garnituru – a w rzeczywistości nie tak znowu wiele firm wymaga dziś takiego formalizmu. W przypadku okazji niezawodowych konwencja smart casual dobrze sprawdzi się w kontaktach z drugim człowiekiem – a przykład przy okazji

spotkań towarzyskich, randek, kurtuazyjnych wizyt.

Smart casual nie ubliży niczyjej wrażliwości w przypadku wizyt w teatrze, muzeum czy podczas ceremonii religijnych. Duża dawka swobody przy tej formie stroju nie odbiera jej przecież charakteru klasycznego i konwencjonalnego. Wiele osób, które polubiło smart casual z chęcią przyznaje, że to najbliższa im forma „męskiej ekspresji odzieżowej” na co dzień. Czyni ona za dość klasycznym zasadom ubierania, a jednocześnie pozwala na oryginalność i swobodę. ■

Włoska perła na uboczu

dr Jakub Bogucki

Z dala od głównych autostrad. Pomijana przez wycieczkowiczów „zaliczających” Rzym, Wenecję czy Florencję. Spokojna, kameralna, ale ogromem swoich historycznych budowli mogłaby obdzielić niejedną metropolię.

Poznajcie sekrety i uroki Rawenny, jednego z najciekawszych skupisk zabytków wczesnego średniowiecza na całym świecie.

Swoją wielkością Rawenna wcale nie wyróżnia się szczególnie na tle innych włoskich miast. Jest raczej średniakiem – liczba ludności to około 150 tysięcy, choć znajdują się tutaj między innymi rafineria naftowa, port handlowy i liczne zakłady przemysłowe. Urok miejsca zdecydowanie jednak nie kryje się w wielkości. Jest to miasto, którego szczególne walory wiążą się – co raczej nie dziwi we Włoszech – z atrakcjami turystycznymi, które są spuścizną barwnej i długiej historii. Położenie na Wybrzeżu Adriatyckim już w czasach rzymskich stanowiło duży atut miejsca miasta – był to bowiem istotny port, a nawet główna baza floty rzymskiej nad Adriatykiem.

CESARSKIE ZABYTKI

Historia Rawenny nabrała rozpędu w piątym wieku naszej ery kiedy to skutek zagrożenia najazdami Wizygotów do miasta przenosi się cesarz Flawiusz Honoriusz. Przez niemal 70 lat w Rawennie rezydują imperatorzy, miasto jest także stolicą arcybiskupią. Kolejne lata przynoszą najazdy barbarzyńskie – tutaj znajduje się stolica państwa Odoakra, a po jego likwidacji Królestwa Ostrogotów, którym zarządzał Teodoryk Wielki. Od 540 roku

miasto przy należało do Cesarstwa Bizantyjskiego, a w późniejszych latach zajmowali je Longobardowie i Frankowie. W 765 roku miasto włączone do Państwa Kościelnego, do którego pozostawało przynależne aż do drugiej połowy dziewiętnastego wieku. Wczesnośredniowieczne perypetie miasta – zwłaszcza jego stołeczny charakter – odbiły się przede wszystkim we wspaniałych zabytkach z tego okresu. Rawenna zasłynęła na całym świecie przede wszystkim z wczesnochrześcijańskich kościołów, które łączą tradycje i wpływy sztuki rzymskiej, gockiej i bizantyjskiej. Niemal w każdym podręczniku historii sztuki znajdują się zdjęcia bazyliki San Vitale czy grobowca – mauzoleum Teodoryka. Wśród najstarszych zabytków wczesnochrześcijańskich na uwagę zasługują ponadto mauzoleum Galii Placydii oraz Baptysterium Ortodoksów – to ostatnie jest najstarszym zabytkiem chrześcijańskim miasta pocho-



dzące z przełomu w czwartego i piątego wieku.

Szczególnie znaczącym zabytkiem jest San Vitale czyli po prostu bazylika świętego Witalisa, która powstała za panowania cesarza Justyniana. Jest znana w całym świecie ze swoich przepięknych mozaik. Jak czytamy w Wikipedii koszt budowy wynosił niemal 26 000 sztuk złota, co jest zrozumiałe gdy przyjrzy się bogactwu ornamentyki i wierności mozaikowych zdobień. San Vitale było inspiracją dla pałacowej kaplicy w Akwizgranie, w której kilka stuleci później zasiadał cesarz Karol Wielki. We wnętrzu bazyliki zobaczyć możemy wspaniałe freski ze scenami z życia Abrahama, Mojżesza, Jeremiasza i Izajasza, a także mozaikowe medaliony z Chrystusem i apostołami. Szczególnie dobrze znane miłośnikom historii są mozaikowe wizerunki cesarza Justyniana oraz cesarzowej Teodory w przepysznych strojach i klejnotach – po wielokroć reprodukowane w większości książek poświęconych ich czasom.

Kolejne dwie wspaniałe bazyliki, obok których nie można przejść obojętnie, mają patrona w osobie świętego Apolinarego, choć są to dwa niezależne kościoły: in Classe i Nuovo. W obu można spotkać również wspaniałe mozaiki o tematyce nowotestamentowej, a w bazylice Sant'Apollinare Nuovo ciekawostką są orszaki męczenników i męczennic, które w swojej pierwotnej wersji – nie dość dokładnie zmodyfikowanej były orszakami króla Teodoryka oraz królowej, co w późniejszym okresie zmieniono.

Następna przedziwna budowla w Rawennie to mauzoleum króla Ostrogotów Teodoryka znajdujące się półtora kilometra na północny wschód od centrum miasta. Nagrobny budynek zasługuje na uwagę przede wszystkim z racji szczególnych względów konstrukcyjnych – gotowa kopuła nagrobka waży 276 ton. Szczególny charakter tego budynku opisany został

przez Międzynarodową Radę Pomników i Zabytków ICOMOS następująco: *gocki styl i ozdoby które niczego nie zawdzięczają sztuce rzymskiej i bizantyjskiej, a jednak robią użytek z rzymskiej konstrukcji kamiennej opus quadratum, która została zarzucona cztery wieki wcześniej i tak naprawdę jest to jedyny nagrobek królewski z tego okresu dzieł.*

GRÓD DANTEGO

Rawenna szczególne miejsce w kulturze i tożsamości Włoch zawdzięcza również osobie Dantego Alighieri – ojca literatury w języku Italii i twórcę poematu *Boska komedia* stanowiącego sumę średniowiecznych wyobrażeń o rzeczywistości pozagrobowej, wzbogaconą erudycją autora i wieloma zdarzeniami, z których można wyciągnąć drobiazgowie informacje o życiu Półwyspu Apenińskiego w dawnych wiekach. Dante spoczął w okazałym grobowcu w Rawennie i miejsce to jest celem licznych odwiedzin włoskich i zagranicznych miłośników jego wiekopomnego dzieła.

Rawenna swym bogactwem różnych tradycji historycznych służy jako piękny symbol różnorodności tożsamości europejskiej, co w swej homilii 11 maja 1986 podkreślił tu papież Jan Paweł II, mówiąc: *Rawenna, która jest świadkiem scalania wielu kultur przez chrześcijaństwo, co dało początek kulturze Średniowiecza, przypomina dziś o potrzebie nowej ewangelizacji Europy. Ewangelizacja ta będzie zarazem szansą odnalezienia chrześcijańskiej tożsamości kontynentu.*

Wędrując po jej ulicach i poznając nie tylko wspaniałe zabytki wczesnochrześcijańskie, ale nawet pijąc kawę na Piazza del Popolo – uroczym miejscowym rynku da się tu jak nigdzie poczuć ducha Italii znanego z książek Herberta czy Muratowa, ducha słońca i spokoju, ale także ciężaru bogatej i niekoniernie łatwej historii.



Skoda Scala. Nowa świeżość

Piotr Majka (Test Auto)

Skoda Scala to nowy model marki, z segmentu C. To co oferuje to nie tylko świeża nazwa ale zupełnie nowa jakość z Czech. W końcu marka odeszła od ustalonego schematu, który od jakiegoś czasu był archaiczny. Scala to wstęp dla nowej stylistyki Skody, a przy okazji bardzo ciekawa alternatywa wśród konkurencyjnych aut.

Skoda rezygnuje z prostych kształtów na rzecz bardziej wyrafinowanej linii nadwozia. Oczywiście nie brakuje tu kanciastych wykończeń elementów, bo takie są aktualne trendy, ale nie jest autem schematycznym i nudnym. Zakrywając logo marki, niewprawne oko mogło by nie poznać, że to auto z koncernu VAG. To dobrze, bo to oznacza nową jakość. Pozostały charakterystyczne elementy jak kształt

grilla, przetłoczenie maski czy charakterystyczny wzór w dolnej części zderzaka. Cała reszta Skody Scali została narysowana od zera.

Już od podstawowej wersji otrzymamy przednie światła LED-owe do jazdy dziennej i tylne LEDy. Skoda Scala w wersji Style otrzymała światła Full LED, łącznie z LED-owymi kierunkowskazami. Przednie Full LEDy wymagają dopłaty, ale w pakiecie z innymi dodatkami cena wynosi nieco ponad 2 tys. zł. Uważam, że warto.

Co ciekawe, nie tylko z zewnątrz nie ujrzymy wielu podobieństw do starej linii modelowej. Wnętrze jest teraz

świeże i można z przymrużeniem oka powiedzieć, pasujące do obecnych czasów. Zniknęła klasyczna, powielana do znudzenia w większym lub mniejszym stopniu deska rozdzielcza, pojawiła się za to bardziej nowoczesna i stylowa. Owszem, nie ma fajerwerków, projektanci wiedzieli, że Skoda jest autem, które musi być proste w obsłudze i funkcjonalne dlatego wszystko jest na swoim miejscu, razem z klasycznym panelem klimatyzacji automatycznej, który ma teraz mniej przycisków i jest bardziej elegancki.

Materiały użyte w Skodzie Scali są typowe dla Skody. W wyższych partiach mamy miękkie elementy. Te umieszczone niżej są pokryte tańszym, twardym i mniej przyjemnym w dotyku materiałem.



Spasowanie elementów jest dobre, chociaż boryka się z problemem trzeszczących bocznych drzwi na nierównościach, z którym spotykam się w wielu modelach tej marki. Skoda jest znana ze swojego Simply Clever czyli licznych schowków i gadżetów. Nie mogło zabraknąć ich również w Scali. Mamy spore schowki, uchwyt na bilet parkingowy, siatki w bagażniku i skrobaczkę do szyb schowaną we wlewie paliwa. W wersji Style otrzymamy nawet parasolkę schowaną w drzwiach. Takie detale są zawsze mile widziane.

W aucie zamontowano opcjonalny system Amundsen z ekranem 9,2 cala i wbudowaną nawigacją satelitarną za 2200 zł. W cenie otrzymujemy również wirtualne zegary czyli cyfrowy wyświetlacz za kierownicą zamiast tradycyjnych tarcz. System w Skodzie zawsze uważałem za bardzo przyjazny. Obsługa jest prosta, a jakość wyświetlanego obrazu z wyższej półki. Dzięki cyfrowym zegarom możemy konfigurować informacje widoczne za kierownicą, łącznie z wyświetlaniem mapy. Obsługa wirtualnego kokpitu mogłaby być jednak trochę prostsza, ponieważ oferuje zbyt dużo możliwości, a przełączanie między nimi może wymagać wprawy. Jeśli chcecie zaoszczędzić, można wybrać podstawowy i nieco mniejszy ekran systemu multimedialnego Bolero o przekątnej 8 cali i bez wbudowanej nawigacji satelitarnej. Tą bez problemów będzie można uruchomić łącząc się ze smartfonem poprzez Android Auto albo Apple CarPlay.

Scala nie jest jednak autem idealnym i ma swoje bolączki. We wnętrzu znajdują się 4 porty USB, tylko, że wszystkie są portami USB typu C. Nie spodziewałbym się, że Skoda wyprzedza swoje czasy na tyle, że do

naładowania telefonu czy korzystania z Android Auto będą potrzebował zakupu dodatkowego kabla. Mało tego, ponieważ portów jest aż 4, a raczej niewiele osób posiada złącza USB-C, prawdopodobnie wszyscy pasażerowie będą potrzebowali nowych kabli lub przejściówek.

Druga sprawa to zbyt mocno rozbudowany system zegarów centralnych. Zakładek i możliwości wizualizacji jest tak wiele, że podczas jazdy możemy stracić skupienie na drodze. Kolejną sprawą jest podłokietnik, a raczej jego brak w podstawowej wersji wyposażenia. Rozumiem budżetowy charakter auta, ale warto wspomnieć o dwóch kwestiach. Mówimy tu o samochodzie segmentu C, a po drugie Scala nie jest

taka tania. Ba, tak szeroka gama opcji i dodatków może nieźle wywindować cenę końcową, więc warto negocjować cenę u dilerów lub dobrze zastanowić się czego potrzebujemy.

Wbrew opinii niektórych osób, Scala nie jest bezpośrednim następcą modelu Rapid. Auto jest trochę bardziej przestronne, bardziej nowoczesne ale odrobinę mniejsze od Octavii. We wnętrzu więc jest sporo miejsca wzdłuż, dzięki czemu komfortowo usiądą za sobą wyższe osoby. Trochę mniej przestrzeni jest względem szerokości i tu na tylnej kanapie raczej proponowałbym podróż dla dwójki dorosłych, co nie znaczy, że trzecia będzie zgnieciona. W przypadku, gdy mamy ten luksus posiadania podłokietnika



► kietnika w przednim rzędzie siedzeń, wtedy zostanie umieszczony w nim nawiew na tylną kanapę. Siedzenia są wygodne i nie mam większych bądź mniejszych zastrzeżeń. Robią swoje, a po dłuższej podróży nie czuć zmęczenia. Przestrzeni nad głową nie brakuje nawet z ogromnym panoramicznym dachem jak w testowanym modelu. Co ciekawe panoramiczny dach składa się od tyłu do przodu, dzięki czemu unikniemy oślepiającym promieniom słońca podczas jazdy, jednocześnie wprowadzając więcej światła do wnętrza auta.



Przestrzeń bagażowa oferuje aż 467 litrów pojemności, co jest rewelacyjnym wynikiem w tym segmencie. Skoda Scala bije wszystkich konkurentów wśród hatchbacków segmentu C, większy bagażnik ma Honda Civic, ale ona jest liftbackiem. Bagażnik Scali oferuje wyjście 12V, kilka haczyków i siatkę na pokrywie bagażnika. Znalazło się też miejsce na koło zapasowe. Niestety po złożeniu kanapy nie otrzymamy płaskiej podłogi.

Do naszej dyspozycji otrzymaliśmy podstawową jednostkę, czyli benzynowy silnik 1.0 TSI o mocy 95 i 115 KM. Do wyboru mamy jeszcze większego benzyniaka o pojemności 1,5 litra i 150 KM o Diesla 1.6 TDI i mocy 115 KM. Pomimo zaledwie trzech jednostek, każdy powinien znaleźć coś dla siebie. Dla wersji Style podstawową jednostką jest benzynowy silnik 1.0 TSI o mocy 115 KM, czyli dokładnie taki, jaki umieszczono w tym modelu. Uważam, że jest to rozsądna jednostka, która spełni oczekiwania większości osób szukających przyzwoitych osiągnięć w niskiej cenie.

Skoda Scala na papierze przyspiesza do 100 km/h w 9,8 sekundy, co w rzeczywistości przekłada się na bardzo

dobrze odczucia dynamiki. Silnik świetnie sprawdzi się w mieście i w terenie niezabudowanym. Na drogach szybkiego ruchu powoli zaczyna brakować większej mocy. 1.0 TSI rekompensuje to w niskim zużyciu paliwa. Na trasie zużywa około 5,5 litra, chociaż w trakcie ekonomicznej jazdy udało mi się zejść nawet do 4,5 litra. Pokonując trasę szybkiego ruchu ze stałą prędkością 120 km/h Scala będzie zużywać 6,2 litra, natomiast z prędkością 140 km/h zużycie wyniesie już 7,8 litra na każde 100 km. W mieście hatchback zadowoli się średnio 7,5 litrami benzyny.

Skoda Scala jest autem dobrze wyważonym pod względem komfortu. Jest to przykład prostego, neutralnego i wygodnego hatchbacka. Jazda Scalą jest wygodna, nawet na 18 calowych felgach, ale też nie daje emocji. Auto zostało zaprojektowane dla osób, które nie przywiązują większej uwagi do jazdy, ale chcą komfortowo dotrzeć na miejsce. Zawieszenie jest miękkie, ale dające pewność prowadzenia. Jedyne na poprzecznych nierównościach daje bardziej o sobie znać. System Drive Mode Select daje wybór trybu jazdy między bardziej komfortowym, a sportowym. W rzeczywistości nawet w trybie sportowym auto nie jest na-

stawione na dynamiczną jazdę. Dużą zaletą Scali jest bogata lista systemów wspomagania jazdy. Oferuje m.in. aktywny tempomat, system wspomagania parkowania, czujnik martwego pola czy automatyczne światła i wycieraczki.

Skoda Scala to świeżość, której od dłuższego czasu brakowało mi w Skodzie. Auto wygląda odpowiednio na obecne standardy. Jeśli chodzi o systemy, które oferuje, tu do tej pory nigdy nie było na co narzekać. Skoda otrzymywała wszystkie techniczne nowości znane z Volkswagena, więc i w Scali nie mogło ich zabraknąć. No ale to wszystko jednak kosztuje. Skoda jest tania, ale oferuje ogrom dodatków, które potrafią mocno wywindować cenę do góry. Tak jest i w tym przypadku. Cena prezentowanego modelu wynosi 105 tys. zł. A przecież nadal mamy podstawowy silnik i manualną skrzynię biegów. Mimo, że cennik zaczyna się od 65 tys. zł. Warto wybrać bogatszą wersję wyposażenia i uważać na listę dodatków. Silnik 1.0 TSI o mocy 115 KM mimo, że jest podstawowy (dla wersji Style), powinien spełnić oczekiwania wielu osób. Zwłaszcza szukających niskiego zużycia paliwa i przyzwoitej dynamiki. ■

Co z nami pozostanie po koronawirusie?

dr Szymon Araszkiewicz

Mamy trzeci miesiąc z nowym koronawirusem i chorobą COVID-19 w Polsce, licząc od oficjalnej daty zdiagnozowania pierwszego pacjenta w naszym kraju. Różne ograniczenia są stopniowo eliminowane, cytując ekspertów i decydentów politycznych – „uczmy się żyć z koronawirusem”. Wszyscy chyba liczymy na to, że powtórki z marca i kwietnia już nie będzie, lub że ewentualne kolejne fale koronawirusa zastaną świat dobrze przygotowanym i gotowym do zmierzenia się z nimi jak najmniejszym kosztem społecznym i ekonomicznym. Mam też wrażenie, że nawet gdy wirus zostanie już w taki czy inny sposób „pokonany” czy „będzie pod kontrolą”, to pewne nowe zachowania wejdą nam, albo wielu z nas, w nawyk i pozostaną z nami.

Lubimy przypisywać wydarzeniom, które dzieją się na naszych oczach i na nasze życie wpływają, szczególne istotne znaczenie. Pojawia się chęć traktowania ich jako wyjątkowe, w skali wręcz ponadczasowej, które odcisną piętno na dalszych losach czy to nas samych, czy wręcz Polski i świata. Często to prawda, a kolejnym pokoleniom dane jest obserwować zdarzenia zapisywane potem w podręcznikach. Czasem jednak te reakcje są nieco na wyrost, a gdy przysłowiowy kurz opadnie, okazuje się że tak naprawdę niewiele się zmieniło, a po jakimś czasie to „coś” pozostaje już tylko jednym z wielu wspomnień.

Jak będzie z wpływem epidemii COVID-19 na losy świata – nie wiemy, bo

sytuacja zmienia się naprawdę szybko, a informacje o kolejnych ogniskach epidemii przenikają się z sygnałami o skutecznym jej przeciwdziałaniu czy aktywnym szukaniu medycznych rozwiązań. Osobiście nie jestem przekonany, czy padające zwłaszcza we wczesnym okresie pandemii opinie, że zajdą radykalne zmiany na świecie, są słuszne. Chyba za szybko padały poglądy o gwałtownej zmianie międzynarodowego układu sił czy przemianach gospodarczych, jakie miałyby się po pandemii pojawić. Cóż, czas pokaże. Zaryzykuję jednak teraz stwierdzenie, że na fali walki z koronawirusem pojawiły się pewne nowe zachowania,

pewne tendencje, związane z życiem codziennym i zwykłymi wydawałoby się czynnościami, które mogą wnikać w nasze życie i pozostać nawet gdy już, w taki czy inny sposób, „skończy się” problem COVID-19 (celowo używam cudzysłowu, bo naprawdę dziś nie wiadomo, ile potrwa pandemia i jaki będzie ostateczny wpływ koronawirusa na zdrowie ludzi).

Od początku roku widzimy daleko idącą promocję częstego i dokładnego mycia rąk. Tylko tyle i aż tyle może uratować nie tylko przed koronawirusem, ale i przed całym szeregiem innych dolegliwości – może nie śmiertelnych, ►



Designed by iStock / Freepik

► ale na pewno bolesnych i nieprzyjemnych (dosłownie). Ważne też jest to, że w ostatnich tygodniach sporo powiedziano nie tylko o tym, by ręce myć, ale i jak to prawidłowo robić. Gdybyśmy, przy okazji prewencji koronawirusa, ograniczyli zachorowania na inne choroby z grupy tzw. „chorób brudnych rąk”, to byłoby to bezcenne osiągnięcie. Chodzi mi rzecz jasna o Polskę i te miejsca na świecie, gdzie czysta woda jest co do zasady dostępna – braki wody w wielu państwach i powiązane z tym kwestie zdrowotne to osobny, niestety poważny i smutny, temat. Podobnie rzecz się ma ze stosowaniem rękawiczek jednorazowych przy tankowaniu – nie dla wszystkich dotąd koniecznym. Część kierowców może już trwale nauczyć się z nich korzystać, nie tylko w obawie przed pobrudzeniem się, ale też i w kontekście zdrowotnym.

Wraz z wybuchem pandemii pojawiło się szereg obostrzeń, dotyczących działalności m.in. sklepów czy centrów handlowych. Z dnia na dzień zniknęła możliwość kupienia w tradycyjny sposób całego szeregu artykułów. Niektóre sklepy pozostały otwarte, ale działały w reżimie sanitarnym, a do tego cały czas w głowach kołatało hasło „zostań w domu, nie wychodź jeśli nie musisz”. By więc uniknąć kontaktu z potencjalnymi nosicielami wirusa, kto mógł ten ograniczył wyjścia po zakupy do minimum. Pomocą w zaopatrzeniu gospodarstw domowych stały się usługi zakupów z dostawą, czy z odbiorem własnym. Gospodarka jest aktualnie „odmrażana”, a sklepy do pracy wracają, ale mam wrażenie, że wielu z nas polubi tę formę zakupów, będzie z niej korzystać dalej i zastąpi przynajmniej część wizyt w placówkach stacjonarnych działaniami zdalnymi. No bo nawet jeśli nie będzie już trzeba bać się koronawirusa, to okazuje się, że oszczędza się w ten sposób czas.

Izolacja skłoniła też część z nas do większej aktywności w zakresie kulinarnym – skoro posiłki czy dania gotowe

nie są już tak łatwo dostępne, niektórzy postanowili wziąć sprawy w swoje ręce i ochoczo gotowali, a nawet piekli czy wędzili. W pewnym momencie kupienie drożdży było, przynajmniej wg mojego odczucia i potwierdzających to sygnałów od rodziny i znajomych, równie trudne jak masечek czy rękawiczek jednorazowych. Ogromna ilość pracowników biurowych działała zdalnie, może okazać się, że nawet kiedy powrót do pracy stacjonarnie będzie już możliwy, to część pracodawców zmieni harmonogramy czy przeprowadzi się do innych, mniejszych lokali, a zespoły będą przychodzić rotacyjnie. Nie da się oczywiście przestawić na pracę zdalną stacji paliw, lecz już np. handel hurtowy paliwami czy całe zaplecze administracyjne firmy paliwowej może być prowadzone przez telefon i internet.

Jest jedna rzecz, która gdyby pozostała z nami na przyszłość mogłaby dawać wciąż rewelacyjne efekty. Świetnie byłoby, gdyby utrzymała się na na dłużej chęć pomocy, wsparcia czy „dzielenia się”, jakie obserwujemy od kilku tygodni. W ramach tych nawoływań do solidarności z innymi widzieliśmy np. ofiarowywanie sprzętu higienicznego dla placówek służby zdrowia, wsparcie dla starszych, niepełnosprawnych i schorowanych w zaspokojeniu ich potrzeb bytowych czy akcje wspierania lokalnych przedsiębiorców, sygnalizujących duże spadki przychodów. Byłoby naprawdę miło... Zdecydowanie natomiast życzę wszystkim tym, którzy są dosłownie „na stacji paliw”, by ruch klientów stał się już teraz tylko większy, niż był na przełomie marca i kwietnia.



Designed by Freepik

ochman.pl

Ochman.

Certyfikowane paliwo dla Twojego biznesu.



Od 30 lat dostarczamy paliwa
najwyższej jakości dla rolnictwa,
przemysłu i logistyki.



Zamów teraz:
601 42 42 42

PETRO TANK
Ochman

ochman.pl

Tankuj flotę bezgotówkowo z kartą **Ochman Flota Partner.**



PETRO TANK
Ochman Flota
PARTNER

5278 9827 2 7627 22

Twoja Firma
JAN FLOTOWY
REG. PZ21PZ
WAZNA: 12/2019

Zamów teraz: **880 530 580**





modus

MODUS S.A.

Producent mundurów
i odzieży korporacyjnej
dla transportu publicznego

UBIERZEMY PRACOWNIKÓW TWOJEJ STACJI



ul. K. Szajnochy 11, 85-738 Bydgoszcz, tel. +48 52 339 37 00, sekretariat@modus.com.pl

www.modus.com.pl