

Na Stacji Paliw

Nr 1/2021 (22) | styczeń–marzec 2021

Temat numeru:

Vending na stacjach paliw

Strefy
Czystego
Transportu
Czy kierowców
i właścicieli
stacji paliw
czeka rewolucja?

Orlen i Ruch
Nowe plany płockiego koncernu



Zostań partnerem sieci stacji paliw AVIA



Elastyczne
warunki
współpracy



Marka
własna
Eat&Go



Nowy
koncept
sklepu



Najwyższa
jakość paliwa
w najlepszej cenie



Duże wsparcie
operacyjne
i marketingowe



Szwajcarska marka
z wieloletnim
doświadczeniem

Dołącz do nas: franczyza@unimot.pl | www.unimot.pl/dla-biznesu

Od redaktora

Pandemia niestety nie odpuszcza swego bolesnego uciśku na gardle polskiej gospodarki. Na dodatek mamy zimę, która była najzimniejsza i najbardziej śnieżna od lat – a wszystko to odbija się na działalności stacji paliw na polskim rynku. Do tego dodać można rewolucyjne plany rozwojowe PKN Orlen, która może zmienić charakter aktywności koncernu. Widać więc wyraźnie, że przynajmniej tematów dla publikacji nie brakuje w początkach nowego roku.

Tematem numeru uczyniliśmy problematykę vendingu, ale nie uciekamy także od bieżących problemów rynkowych, związanych m.in. z działaniami Orlenu czy BP. Po-
dejmuje także dawno nie goszczącą na naszych łamach

tematykę myjniową. Zajmujemy się też istotnymi kwestiami prawnymi, przy których zmienności warto próbować utrzymać rękę na pulsie.

Staramy się także, jak co kwartał, dać naszym Czytelnikom nieco rozrywki i proponujemy teksty dotyczące motoryzacji, podróży czy lifestyle'u. Mamy nadzieję, że wraz z upływem czasu coraz mniej tematyki poświęcać będziemy kwestiom związanym z pandemią COVID-19, a wrócimy wreszcie do normalnego funkcjonowania gospodarki i życia codziennego, a także do standardowej tematyki rynku paliwowego.

DR JAKUB BOGUCKI
REDAKTOR NACZELNY

Spis treści

WYDARZENIA Newsy z rynku	4
TEMAT NUMERU Vending na stacji paliw	6
RYNEK PALIWOWY Nowe kierunki aktywności Orlenu	9
TWOJA STACJA W jaki sposób przeprowadzić modernizację myjni samochodowej?	10
ARTYKUŁ SPONSOROWANY MOYA dla flot – wspólna droga do sukcesu	14
TWOJA STACJA W dużych miastach mają powstać Strefy Czystego Transportu. Czy kierowców i właścicieli stacji paliw czeka rewolucja?	18
RYNEK PALIWOWY Stacje bp stawiają na sprzedaż pozapaliwową	20
PRAWNIK RADZI Rozliczanie VAT-u w transakcjach kartami paliwowymi	22
ARTYKUŁ SPONSOROWANY Sieć stacji paliw AVIA – sprawdzony model biznesowy	24
LIFE STYLE Mróz nie straszny... O męskiej odzieży wierzchniej na czas chłódów	26
PODRÓŻE Zakopane nieznane i niezadeptane	28
MOTORYZACJA Isuzu D-Max LSE 1.9L Diesel 163KM DoubleCab – cywilizowany wół roboczy	30
FELIETON Co sądzą o... wpływie rozwoju elektromobilności w Polsce na perspektywy stacji paliw	33

Na Stacji Paliw

MAGAZYN
BRANŻOWYCH
INSPIRACJI

Nr 1 (22) 2021

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

NOWE STACJE NA POMORZU



Przy drodze ekspresowej S6 na Pomorzu obok istniejących już Miejsc Obsługi Podróżnych powstaną dwie nowe stacje. W przetargu Generalnej Dyrekcji Dróg Krajowych i Autostrad (GDDKiA) ma zostać wyłoniony dzierżawca Miejsc Obsługi Podróżnych (MOP) Wyszogóra na drodze S6 między Nowogardem a Płotami. W założeniach pojawia się informacja, że będzie musiała tam zostać wybudowana stacja paliw i restauracja. W zamian za stałą opłatę (czynsz podstawowy) i czynsz od przychodu działalność będzie mogła być prowadzona przez 20 lat, a na wybudowanie stacji paliw przewidziano 18 miesięcy,

DIETETYCZNY CATERING NA STACJACH BP

Innowacyjną usługę dla miłośników zdrowego stylu życia bp tworzy wspólnie z Body Chief. Na razie w ramach pilotażu usługa ograniczona jest do Warszawy. Doskonale pasuje ona do konceptu convenience na stacjach sieci bp. Usługa ma dać możliwość swobodnego wyboru osobom dbającym o zdrową dietę. Dogodność odbioru na stacji może być atrakcyjna m.in. dla osób, które mieszkają poza obszarem standardowych dostaw. Aktualnie usługa dostępna jest na trzech stacjach pod adresami: ul. Aleje Jerozolimskie 144C, ul. Patriotów 317 oraz ul. Trakt Brzeski 50.



JAKI BĘDZIE ROK 2021?



PAP odpytał analityków domów maklerskich o perspektywy branży paliwowej w tym roku. Z pewnością na czoło wysuwa się fuzja Orlenu z Lotosem. Trudno jednak dokładnie ocenić jaki będzie jej wpływ na rynek z uwagi na brak znajomości szczegółów transakcji. Wśród innych sugestii specjalistów pojawia się przestroga przed optymizmem, co do poprawy marż rafineryjnych. Jednym z tematów, o których będzie się głośno mówić będą różne aspekty związane z transformacją energetyczną – procesem bardzo długim, ale koniecznym dla dalszego istnienia wielu firm paliwowych.

UOKiK ZGODZIŁ SIĘ NA PRZEJĘCIE POLSKA PRESS

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów wyraził zgodę na to żeby PKN Orlen, przejął wydawcę praso-wego Polska Press. Z wnioskiem o to płocki koncern wystąpił 10 grudnia 2020 r. Według informacji prezesa UOKiK-u Tomasza Chróstnego planowana koncentracja nie ma wpływać na konkurencję na rynku wydawniczym prasy lokalnej, na którym nie był dotychczas obecny PKN Orlen. Transakcja pomiędzy Orlenem a Polska Press mamy do czynienia z koncentracją wertykalną pomiędzy podmiotami działającymi na różnych szczeblach obrotu prasy.



STACJE EMILA WŁĄCZONE DO SIECI MOYA



Według informacji spółki Anwim zakończono proces formalnego i operacyjnego wdrażania obiektów sieci eMila, zakupionych od BM Reflex w październiku 2020 r. Aktualnie toczy się rebranding stacji na granatowo-czerwone barwy Moya express. – *Cieszymy się, że skomplikowany proces nabycia stacji eMila zakończył się sukcesem. Było to duże wyzwanie organizacyjne, operacyjne i logistyczne. Zespół specjalistów i menedżerów Anwim świetnie wywiązał się ze swoich zadań. Nasz plan zakłada dalszy rozwój segmentu stacji samoobsługowych w sieci Moya. Z pewnością nie poprzestaniemy na 30 stacjach przejętych od spółki BM Reflex. Kolejne obiekty z logo Moya express pojawią się jeszcze w tym roku* – zapowiada Paweł Grzywaczewski, członek zarządu Anwim S.A. Stacje sieci znalazły się m.in. w Gdańsku, Gdyni, Lublinie, Wrocławiu, Poznaniu, Toruniu, Szczecinie czy Łodzi.

MNIJ ROSYJSKIEJ ROPY W ORLENIE

Jak podała agencja Reutersa PKN Orlen i Rosneft uzgodniły warunki dostaw ropy od marca 2021. Wskutek ustaleń Orlen ma odebrać ok. 40 proc. mniej ropy niż w poprzednim kontrakcie. Według Reutersa strona rosyjska miałaby dostarczyć Orlenowi ok. 300 tys. ton ropy Urals. Taka decyzja może wynikać ze wzrostu cen surowca transportowanego ropociągami Przyjaźń. Nowa umowa ma obowiązywać przez dwa lata, zaś jej podpisanie ma nastąpić w lutym.



Paliwa z uśmiechem



(rys. Mariusz Sopyłto)

Vending na stacji paliw

Magdalena Robak

Jak wynika z raportu Deloitte *Koniec ery dwóch światów. Wpływ narzędzi cyfrowych na zakupy Polaków 2019*, aż 51 proc. ankietowanych deklarowało, że w trakcie robienia zakupów nie korzystali oni z pomocy asystenta lub sprzedawcy. Dane zebrane w 2018 roku przez agencję badawczą Nielsen wskazywały, że z maszyn vendingowych raz w miesiącu lub częściej korzystało 59 procent Polaków, a jedna czwarta respondentów robiła to przynajmniej raz w tygodniu. Konkluzje płynące z powyższych badań są spójne z informacją podaną za Polskim Stowarzyszeniem Vendingu przez „Rzeczpospolitą”, mówiącą o tym, że krajowy rynek vendingu rośnie, a w 2019 roku jego wartość szacowano na około 900 milionów złotych. Portalvendingowy.pl zauważa jednak, że w porównaniu do innych państw zagęszczenie automatów w Polsce jest niskie, a jedną z przyczyn takiego stanu jest fakt, iż pojawiły się one u nas relatywnie późno – dopiero po denominacji złotego w latach dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku.

Maszyny vendingowe to mówiąc ogólnie urządzenia służące do dokonywania zakupu bez kontaktu z człowiekiem. Choć zazwyczaj kojarzone są z automatami sprzedającymi kawę i inne napoje gorące, napoje gazowane, batony, słone przekąski, oferują nie tylko produkty FMCG. Urządzeniami tego typu są przecież także np. paczkomaty, parkometry, biletomaty czy tzw. fotobudki.

Miejscami, w których najczęściej spotykane są „tradycyjne” automaty samosprzedające (z napojami i przekąskami) są szkoły, uczelnie, biura, apartamentowce, różnego rodzaju

poczekalnie. Atrakcyjną lokalizacją do ich instalacji są również stacje paliw, choć raczej trudno urządzenia vendingowe znaleźć w obiektach należących np. do sieci koncernowych. Wyjątek stanowią wspomniane paczkomaty i kawomaty, jednak za przygotowany w nich samodzielnie napój zwykle płaci się bezpośrednio u pracownika stacji, więc nie mówimy tu o vendingu w ścisłym rozumieniu tego pojęcia. Spory i dotychczas niewykorzystany potencjał mają także, zlokalizowane przy autostradach i drogach ekspresowych, Miejsca Obsługi Podróżnych.

W Polsce wyróżnia się trzy kategorie tzw. MOP-ów:

kategorii I – o funkcji wypoczynkowej, wyposażone w stanowiska postojowe (parking), jezdnie manewrowe, urządzenia wypoczynkowe, sanitarne i oświetlenie; dopuszcza się wyposażenie w obiekty małej gastronomii,

kategorii II – o funkcji wypoczynkowo-usługowej, wyposażone w obiekty, o których mowa w punkcie 1 oraz w stację paliw, stanowiska obsługi pojazdów, obiekty gastronomiczno-handlowe, punkty informacji turystycznej,

kategorii III – o funkcji wypoczynkowej i usługowej, wyposażone w obiekty, o których mowa w punkcie 2, obiekty noclegowe oraz inne obiekty handlowo-usługowe w zależności od potrzeb.

Idealnym miejscem do montażu maszyn samosprzedających wydają się być MOP-y kategorii I, ale jak wynika

z informacji udzielonej przez Szymona Piechowiaka – Rzecznika prasowego Generalnej Dyrekcji Dróg Krajowych i Autostrad, działa na nich dosłownie kilka urządzeń vendingowych i do



GDDKiA nie docierają sygnały o za-
interesowaniu prowadzeniem takiej
działalności gospodarczej na MOP-ach
kategorii I, zwłaszcza w szerszej (sie-
ciowej) skali. Jest to zastanawiające,
ponieważ duży ruch panujący przy
autostradach i drogach ekspresowych
napędzałby sprzedaż z automatów.
Raport Najwyższej Izby Kontroli z 2018
roku, dotyczący MOP-ów, w Polsce,
dowodzi ponadto, że w dalszym ciągu
brakuje Miejsc Obsługi Podróżnych II
i III kategorii – wyposażonych w stacje
paliw (na nich dzierżawcy w ogóle nie
instalują maszyn vendingowych). Pro-
wadzą one sprzedaż pozapaliwową –
np. posiłków – w tradycyjny
sposób i skoro jest ich za
mało, to automaty na

MOP-ach kategorii I, mogłyby przynaj-
mniej częściowo zaspokoić potrzeby
kierowców w tym zakresie.

Stacje koncernowe konkurują między
sobą rozbudowanymi, nowoczesnymi
konceptami gastronomicznymi, w
których klienci mają kontakt z obs-
ługą stacji. Trwająca pandemia, co
zresztą nie powinno dziwić, również
nie spowodowała, że maszyny za-
stąpiły sprzedawców. W niedalekiej
przyszłości na części stacji może jed-
nak ich być więcej, chociaż powodem
ich umieszczenia pewnie nie będą
obawy związane z koronawirusem.
Aktualnie na rynku paliwowym trwa
proces zmiany brandu eMila na Moya
express przejętych przez firmę Anwim
samoobsługowych stacji należących
dotychczas do BM Reflex (ten sam pro-
ces dotyczy również stacji przejętych
przez Anwim od Tesco). W wywiadzie
udzielnym redakcji „Na Stacji Paliw”
Filip Puchalski, dyrektor ds. operacyj-
nych sieci stacji paliw Moya i członek
zarządu, zaznaczył: – *Zamierzamy roz-
budowywać poszczególne lokalizacje
o niewielkie sklepy, a tam, gdzie okaże się
to niemożliwe, będziemy instalować au-
tomaty vendingowe. Dążymy do tego,
aby maszyny te oferowały klientom
najpopularniejsze artykuły, które zwykle
kupują w sklepach, czyli przekąski, na-
poje i drobne artykuły motoryzacyjne.
Co więcej, widzimy także duży potencjał
w sprzedaży kawy z automatu. Zależy
nam na tym, żeby w ten sposób zakupio-
na „mała czarna” miała tę samą jakość
co kawa w Caffè MOYA. Sprawdzamy
różne opcje. Jesteśmy w ciągłym kon-
tacie z dostawcami wielu takich usług.
To firmy oferujące bardzo nowatorskie
rozwiązania, które są jeszcze nieobec-
ne w Polsce. Jeżeli odnotujemy wyraźny
popyt na kawę z automatu, z pewnością
postawimy w przyszłości więcej takich
maszyn. Patrząc na przychodowość
i marżowość biznesu pozapaliwowe-
go, bardzo nam zależy, aby segment
ten dynamicznie rozwijać. Nawet w tak
ograniczonej formie, jaką jest maszyna
vendingowa. Szczególnie, że staramy się
sami zarządzać asortymentem na na-*



*szych stacjach i w tym przypadku też tak
będzie. Mamy ambitne plany dotyczące
marki własnej i ważne jest, aby domino-
wała w takich urządzeniach.*

Zapytany o przyszłość vendingu na
stacjach paliw Filip Puchalski zauwa-
ża, że będzie ona jednak należeć do
nowoczesnych technologii, które za-
pewniają narzędzia umożliwiające
precyzyjne diagnozowanie indywidu-
alnych potrzeb klientów i dodaje, że
do działających przy stacjach sklepów
powoli wkraczają beacons, inteligentne
półki czy wideoweryfikacja.

W tym miejscu, co nie jest odkryciem,
podkreślić należy, że każda moderni-
zacja i wdrożenie innowacji wiąże się
z kosztami, a rynek stacji paliw tworzą
nie tylko obiekty znanych marek, któ-
rych właściciele dysponują sporym ka-
pitalem na ich rozwój. Alternatywnym
rozwiązaniem, które warto wziąć pod
uwagę może być instalowanie na sta-
cjach właśnie maszyn vendingowych, ►



► którym nie można też odmówić nowatorskich rozwiązań, estetycznego wyglądu oraz intuicyjnej obsługi. Wbrew powszechnemu przekonaniu dysponują one także naprawdę szerokim wachlarzem produktów. Poza wspomnianymi wcześniej różnego rodzaju napojami i przekąskami w Polsce za ich pośrednictwem sprzedaje się również m.in. kanapki, gorące zupy instant czy inne dania obiadowe, mleko, leki, prezerwatywy, testy ciążowe, artykuły higieniczne typu plastry, chusteczki, maseczki, odżywki dla sportowców, e-papierosy, dętki do rowerów, książki czy nawet robaki na przynętę. W opinii przedstawiciela firmy AsVending, działającej w branży automatów samo-sprzedających, agenci stacji paliw są zainteresowani współpracą. Może ona polegać na kupnie maszyny vendingowej (koszt zakupu oscyluje w granicach 8-15 tysięcy netto w przypadku urządzeń używanych), co nakłada na agenta obowiązek zakupu produktów w celu bieżącego uzupełniania zasobów urządzenia, utrzymywania

go w czystości oraz usuwania podstawowych usterek. Dzierżawa natomiast pozwala na scedowanie tych obowiązków na pracownika serwisu technicznego operatora vendingowego. Oba te rozwiązania mają swoje zalety. To, jak często automat jest uzupełniany (serwisowany) zależy oczywiście od częstotliwości realizowanych w nim zakupów. Obsługa dokonywana przez pracownika agenta sprawia, że na bieżąco można śledzić liczbę produktów w urządzeniu i uzupełniać braki. W przypadku serwisowania będącego po stronie Operatora to aplikacja informuje o konieczności ponownego zaopatrzenia urządzenia.

Jak podkreśla przedstawiciel AsVending, montaż automatów pozwala na przeniesienie części sprzedaży oferowanych produktów (nie tylko artykułów spożywczych) poza strefę obsługiwaną bezpośrednio przez pracownika stacji, co pozwala na zmniejszenie

kolejek przy kasach, poczucie komfortowej, szybkiej obsługi oraz wzrost zadowolenia klientów. Dodatkowo wiele stacji ma otwartą strefę sprzedaży w określonych godzinach, po których nie ma już możliwości realizowania zakupów wewnątrz sklepu. Automaty, które mogą znajdować się także na zewnątrz budynku, pozwalają natomiast na nieprzerwaną realizację zakupów przez 24 godziny 7 dni w tygodniu (nie są one objęte ograniczeniami dotyczącymi handlu w niedzielę i święta). Zakupy za ich pośrednictwem, co nabiera znaczenia zwłaszcza w dobie pandemii wiążącej się z koniecznością ograniczania kontaktów międzyludzkich, są też w pełni bezpieczne i szybkie. Możliwa jest płatność nie tylko gotówką, ale też kartą lub telefonem komórkowym. Maszyny vendingowe zajmują ponadto mało miejsca i są konstruowane tak, aby ich czyszczenie oraz zaopatrzenie przebiegało jak najsprawniej. A poza wszystkim właścicielom stacji dają szansę na uzyskanie dodatkowego dochodu.

Redakcja „Na Stacji Paliw” dziękuje firmie AsVending Sp. z o.o. Spółka Komandytowa za udzielenie informacji niezbędnych do napisania artykułu.

<https://asvending.pl>



Nowe kierunki aktywności Orlenu

Płocki koncern rozszerza swoje plany inwestycyjne o kolejne branże pozapaliwowe. Tym razem na celowniku są usługi kurierskie, a także nowy format sprzedaży detalicznej pod marką „ORLEN w ruchu” dostępny poza stacjami paliw.

Na konferencji 8 lutego Daniel Obajtek, prezes PKN Orlen zapowiedział nowe plany rozwoju sprzedaży pozapaliwowej. - *Segment detaliczny jest silnym filarem działalności PKN ORLEN. Uzyskujemy z niego rocznie ponad 3 mld zł zysku operacyjnego. Zgodnie ze strategią ORLEN2030, będziemy go dynamicznie rozwijać, odpowiadając na rynkowe trendy związane ze zmianami zachodzącymi w nowoczesnym handlu i ewoluującymi wraz z nimi potrzebami klientów. W rozwoju segmentu detalicznego chcemy efektywnie wykorzystać potencjał spółki RUCH. Nowoczesne formaty sklepowo-gastronomiczne, które budujemy pod marką „ORLEN w ruchu”, to nowa jakość na rynku. Powstanie sieć ok. 900 takich obiektów. Mocno zainwestujemy również w segment usług kurierskich, oferując klientom dostęp do ponad 10 tys. punktów nadeń i odbiorów przesyłek, w tym 2 tys. automatów paczkowych. Stawiane one będą w atrakcyjnych lokalizacjach. Z pierwszych maszyn paczkowych będzie można korzystać już we wrześniu – mówi Daniel Obajtek.*

W ciągu 5 lat inwestycje te mają dać kilkaset milionów złotych EBITDA w Grupie Kapitałowej ORLEN. Do 2030 roku koncern ma zamiar inwestować w rozwój działalności detalicznej ok. 11 mld zł, a to przełożyłoby się na wzrost EBITDA segmentu detalicznego do ok. 5 mld zł rocznie.

Wśród formatów nowych obiektów gastronomiczno-sklepowych pojawić się mają ok. 20-metrowe obiekty, ok. 60-70-metrowe, zarówno wolnostojące, jak też zlokalizowane w ciągach komunikacyjnych, a także kąciki kawowe,



Zdjęcie: PKN Orlen

w których sprzedaż będzie całkowicie zautomatyzowana.

- *Klienci oczekują nowoczesnych i przyjaznych usług, z których mogą korzystać o dowolnej porze i w ulubionym miejscu. Dlatego na bazie spółki RUCH będziemy rozwijać nie tylko nowe formaty sprzedaży detalicznej, ale także segment usług kurierskich. Jeszcze w tym roku uruchomimy 500 automatów paczkowych. W ten sposób pozyskamy nowych klientów i staniemy się aktywnym uczestnikiem szybko rosnącego rynku eCommerce, jednego z kluczowych dla polskiej gospodarki – komentowała plany Patrycja Klarecka, Członek Za-*

ządu PKN ORLEN ds. Sprzedaży Detalicznej.

Jeśli chodzi o automaty paczkowe, mają one znaleźć się na stacjach paliw ORLEN, przy wybranych lokalizacjach RUCH-u oraz w innych atrakcyjnych miejscach. Docelowo płocki koncern chce udostępnić klientom możliwość odbioru i nadeń przesyłek w ponad 10 tys. punktów. Do końca 2021 roku korzystać będzie można w sumie już z ponad 5,5 tys. punktów sieci. Rozwijane będą też kioski RUCH-u, których obecnie jest ok. 1200. Do końca roku ma zostać uruchomionych kolejnych 100.

W jaki sposób przeprowadzić modernizację myjni samochodowej?

Radomir Ronka, Dyrektor ds. Spółek zależnych oraz Sprzedaży BKF Myjnie

ZADBANA MYJNIA SAMOCHODOWA JEST WIZYTÓWKĄ DOBRZE PROWADZONEGO BIZNESU I ELEMENTEM, KTÓRY PRZYCIĄGA UWAGĘ KLIENTÓW. DLATEGO DBAJĄC O PRZYSZŁOŚĆ TEGO BIZNESU, NALEŻY ZADBAĆ TAKŻE O MYJNIĘ, DOSTOSOWUJĄC JĄ DO BIEŻĄCYCH WYMAGAŃ I OCZEKIWAŃ KLIENTÓW.

Według raportu Europejskiego Stowarzyszenia Producentów Samochodów (ACEA) z roku 2018, Polska jest na 6 miejscu pod względem ilości zarejestrowanych aut, z wynikiem 23,4 mln aut i wzrostem aż o 4,1 proc. w stosunku do roku poprzedniego. Wraz z rosnącą liczbą zarejestrowanych aut, przybywa także liczba myjni samochodowych. Szacujemy, że aktualnie na rynku polskim funkcjonuje około 4 tysięcy myjni samoobsługowych. Rocznie przybywa ponad 300 nowych myjni. Coraz większy odsetek stanowią myjnie 8-10 letnie, które wymagają gruntownej przemiany (wizualnej, technologicznej, programistycznej).

MODERNIZACJA MYJNI JEST JAK „BYĆ, ALBO NIE BYĆ WCALE”

Zauważasz stałe spadki przychodów na swojej myjni? A może co gorsza, zacząłeś już dokładać do swojego biznesu? Jeśli Twoja myjnia ma w tym momencie 5-10 lat, zastanów się już

teraz nad jej renowacją. Jeśli ma już powyżej 10 lat, rozważ całkowitą wymianę techniki na nową. Stara i przestarzała technologia mycia, nie ma szans konkurować z najnowocześniejszymi rozwiązaniami technologicznymi myjni XXI wieku. Podobnie jest z oprogramowaniem myjni. Dynamika oraz skala zmian jakie nastąpiły w ostatnim dziesięcioleciu jest kolosalna.

Od czego zacząć? Sporządź wstępny kosztorys planowanej modernizacji. Posiadanie infrastruktury: posadzki, wiaty, pomieszczenia technicznego, pozwoli Ci w dużym stopniu zmniejszyć wydatki nowej inwestycji, która w Twojej sytuacji, ograniczy się tylko do wymiany techniki. Przy modernizacji myjni wymiana atyki najczęściej nie jest konieczna. W większości przypadków, wystarczą kosmetyczne zmiany np. w postaci dodatko-



wego oświetlenia LED, tak aby myjnia była dobrze widoczna z daleka. Mile widziana jest wymiana nazwy myjni (logo) na 3D (trójwymiarowe) oraz jego obowiązkowe podświetlenie. Modne są zabudowy wraz z podświetleniem słupów, pomiędzy poszczególnymi stanowiskami.

Ważnym elementem oraz nośnikiem informacji pomiędzy właścicielem myjni, a klientem myjni są banery. Dość często umieszczana jest na nich instrukcja mycia. Warto o to wszystko zadbać ponieważ z doświadczenia wiemy, że czyste i zadbane obiekty cieszą się większą popularnością i zainteresowaniem klientów.

ILE MOŻESZ ZYSKAĆ?

Spójrz na efekty modernizacji 6 stanowiskowej myjni kontenerowej w Szczecinie. W terminie 3 miesięcy od przeprowadzonych zmian, myjnia odnotowała **188 proc. wzrost przy-**

chodów oraz 17 proc. wzrost średniej wartości paragonu. Inwestycja była bardzo opłacalna. Myjnia pozyskała nowych klientów dzięki: dodaniu nowych programów mycia (aktywnej piany oraz szczotki), uruchomieniu nowych sposobów płatności (kartą płatniczą, aplikacją mobilną BE LOYAL), dodaniu 2 stanowisk odkurzaczy.

Ile czasu trwa tego typu modernizacja? Sam etap realizacji trwa zwykle od kilku to kilkunastu dni i wymaga zaangażowania wielu ekip. Czas ten zależy oczywiście od wielkości myjni (tj. ilości stanowisk) oraz zakresu wprowadzanych zmian. Prace przygotowawcze zaczynają się oczywiście znacznie wcześniej i na ten etap należy zarezerwować sobie zwykle kilka tygodni. Jeśli zadbasz o właściwą logistykę zmian i obecność poszczególnych ekip, modernizacja na terenie myjni nie będzie wymagała zamknięcia całego obiektu.

Kiedy możesz spodziewać się zwrotu z przeprowadzonej inwestycji? Okres zwrotu zależy od wielu czynników, ale należy przyjąć że standardowo wynosi od 1 roku do 2 lat.

Ciekawym przykładem zakończonej sukcesem modernizacji jest przemiana 3 stanowiskowej myjni kontenerowej w Bernau koło Berlina. W zakres prac weszła: wymiana techniki myjącej, rozbudowa do 4 stanowisk, dodanie nowych programów mycia. Wizualnie zmieniło się dosłownie wszystko. Nowa futurystyczna attyka stała się elementem wyróżniającym obiekt. Myjnia została zauważona nawet przez tzw. filmowców. Właściciel obiektu jest dziś dość często odwiedzany przez różne ekipy nagrywające materiały filmowe i reklamowe. ▶

Więcej informacji o tym projekcie można przeczytać na blogu producenta: <https://bkfmyjnie.pl/blog-wpis/superstar-z-bernaul/>



ROZBUDOWA O NOWE METODY PŁATNOŚCI

Zależy Ci na szybkiej rozbudowie myjni? Zainstaluj **czytniki PayPass** do obsługi płatności elektronicznych. Dzięki temu rozwiązaniu pozyskasz klientów, którzy lubią płacić bezgotówkowo. Dlaczego warto to zrobić? Płatności kartą stanowią ponad 35 proc. wszystkich płatności na myjni, a ich popularność z roku na rok rośnie, wypierając tradycyjne formy płatności.

Chcesz zwiększyć lojalność swoich klientów? Zaproponuj im karty lojalnościowe, wielokrotnego użytku. Do ich obsługi będziesz potrzebował **czytniki kart lojalnościowych**. Podobnie jak wcześniej wspomniane czytniki, montowane są one w pulpicie myjni i stanowią dodatkową oraz atrakcyjną formę płatności. Montaż 1 czytnika na stanowisku, zajmie serwisantowi nie więcej jak 1 h. Na realizację takiej rozbudowy składa się: zamówienie czytników u producenta oraz podpisanie umowy z operatorem płatności elektronicznych.

Nowoczesnym rozwiązaniem są także płatności aplikacją mobilną. Możesz uruchomić aplikację na swojej myjni, bez konieczności inwestowania w czytniki.



ROZBUDOWA O DODATKOWE PROGRAMY MYCIA

Wśród najczęstszych tego typu rozbudów, należą te oparte o dodatkowe programy mycia. Hitem od kilku lat są programy **aktywna piana oraz szczotka**.

Rozbudowa o aktywną pianę, rozumianą jako gęsta, puchawą pianę XXL, cieszy się niesamowicie dużym zainteresowaniem wśród klientów myjniowych. Do osiągnięcia tak dobrego efektu, wykorzystuje się

specjalny pistolet z pianownicą, gwarantując efekt jak na zdjęciu. Inwestor ma możliwość wyboru kilku atrakcyjnych kolorów piany oraz zapachów.

Często klienci rozbudowując myjnię o pianę, dodają także rozbudowę o szczotkę. Ma to swoje silne uzasadnienie. Szczotka pełni niezwykle ważną rolę w myciu aut bardzo mocno zabrudzonych (np. błotem pośniegowym), dla których mycie pod wysokim ciśnieniem może okazać się niewystarczające. Obydwie opcje cieszą się podobną popularnością używania. Jest to kolejna rzecz, która odróżni Twoją myjnię od myjni konkurencji i skupi 2 grupy klientów: tych chcących myć bezdotykowo oraz tych, lubiących mycie dotykowe za pomocą szczotki.

ROZBUDOWA O URZĄDZENIA DODATKOWE

Świetnym pomysłem na rozbudowę na pewno jest montaż **urządzeń dodatkowych**, które wzbogacą aktualną ofertę myjni oraz zwiększą jej atrakcyjność. Najczęściej kupowanym produktem dodatkowym do myjni bezdotykowej jest odkurzacz. To najważniejsze urządzenie, które „zarabia na sobie” przez cały rok. Posiadanie odkurzacza

przyciągnie klientów, podnosząc średnią wartość pozostawianego paragonu (przykładowo: zamiast 8 zł tylko za mycie, klienci zostawiają 10 zł za mycie z odkurzaniem). Zakładając, że jedno stanowisko do czyszczenia wnętrza auta zajmuje 20 m², na każde tego typu miejsce będziesz potrzebował doliczyć 20 m² plus dojazdu.



ROZBUDOWA O DODATKOWE STANOWISKA MYCIA

Dysponujesz dodatkowym terenem na swojej myjni? Zastanów się nad rozbudową myjni o stanowisko zewnętrzne, dedykowane

do mycia np. busów, kamperów. Pozyskasz w ten sposób nową grupę klientów i dodatkowy ruch na myjni. Do rozbudowy będziesz potrzebował terenu o wymiarach 5 x 6 m, doliczając do tego 5 m na dojazd z każdej strony.

Zainwestuj w stację paliw

zbuduj strategiczny biznes o stabilnych zyskach!

- ✓ działasz w branży hurtu paliw i chcesz wejść w nowy segment rynku paliwowego?
- ✓ masz grunt i myślisz, jak go wykorzystać?
- ✓ dysponujesz finansowaniem i zastanawiasz się nad bezpieczną inwestycją biznesową?

Wspieramy przy zaplanowaniu zyskowności i w zbudowaniu stacji – pod marką własną lub w ramach franchisingu. Zapewniamy oszczędność czasu i środków



Doradzamy przedsiębiorcom w procesie budowy stacji paliw. Współpraca z nami zapewnia bezpieczeństwo wykonania poszczególnych etapów przedsięwzięcia (ekonomicznych, prawnych i technicznych) oraz umożliwia prawidłowe i możliwie szybkie przejście przez konieczne formalności czy procedury.

Co robimy?

- ocena gruntu pod kątem opłacalności budowy stacji
- stworzenie koncepcji: wybór optymalnego formatu stacji i jej oferty
- biznesplan i analiza wydatków inwestycyjnych (CAPEX)
- wsparcie w doborze generalnego wykonawcy i podwykonawców
- wsparcie prawne (pozwolenia, koncesje, procedury)
- wsparcie w analizie ofert współpracy franchisingowej
- przygotowanie stacji do działalności operacyjnej (rekrutacja załogi, ułożenie procedur, szkolenie)



Zapraszamy do kontaktu:
e-mail: consulting@informationmarket.pl
tel. +48 513 139 289



MOYA dla flot – wspólna droga do sukcesu

Sławomir Prusinowski, dyrektor ds. sprzedaży hurtowej i flotowej Anwim S.A.

Stacje paliw to nieodłączny element naszego krajobrazu. Od dawna nie są to już miejsca, w których można wyłącznie zatankować pojazd – współczesne stacje paliw zapewniają klientom znacznie więcej. Choćby możliwość odpoczynku i relaksu, smaczne posiłki, atrakcyjną ofertę sklepową czy możliwość umycia pojazdu w nowoczesnej myjni. Specyfika klienta biznesowego jest jednak jeszcze inna, gdyż jego wymagania wykraczają poza standardową obsługę bezpośrednio na stacji. Tutaj istotne jest nawiązanie długoterminowej współpracy z daną siecią stacji paliw i korzystanie z dostosowanych do indywidualnych potrzeb usług. Może to stanowić dla flot istotny czynnik przewagi konkurencyjnej. W tym celu

powstały oferty dla biznesu, jak np. program flotowy MOYA Firma, które są idealnym rozwiązaniem zarówno dla małych, jak i dużych przedsiębiorstw dysponujących flotami pojazdów.

POLSKA GIGANTEM LOGISTYKI

Polska staje się powoli hubem komunikacyjnym Europy. Korzystne położenie geograficzne, a także warunki naturalne, sprzyjają rozwojowi logistyki. Wysokiej dynamice rozbudowy infrastruktury pomagają również plan budowy Centralnego Portu Lotniczego oraz strategię rozwoju regionu (konceptcja Międzymorza czy Nowego Jedwabnego Szlaku). Wszystko to

sprawia, że tempo budowy dróg, linii kolejowych i popyt na usługi spedycyjne, intensywnie rosną.

Nasi przewoźnicy są bardzo aktywni niemal w każdym zakątku Europy, ale także w wielu miejscach na innych kontynentach. Jest to swoisty fenomen, tym bardziej że branża intensywnie się rozwija nawet mimo pandemii. Już we wrześniu ubiegłego roku ruch pojazdów ciężkich przekroczył poziom z początku września 2019 r., a przedsiębiorcy zanotowali wzrost popytu na transport już na początku trzeciego kwartału 2020 r. Według rankingu dziennika Rzeczpospolita „TSL 2020” przychody wszystkich firm w 2019 r. wyniosły 64,12 mld zł. Ten wynik jest lepszy od wcześniejszego o 8,8 proc.



Branża TSL uzyskała dynamikę wzrostu przychodów o blisko 1 punkt proc. wyższą od 500 największych firm działających w Polsce.

PRACA JAK ŻADNA INNA

Zawód kierowcy ciągnika siodłowego ma swoją wyraźną specyfikę. Kierowcy większość czasu spędzają poza domem, czyli w trasie. W Polsce lub zagranicą. Często gonią ich terminy, szczególnie w przypadku przewożenia produktów szybko się psujących. Wszystkie procesy muszą być zatem optymalne. Załadunek, rozładunek, przejazd (najszybszą i najbezpieczniejszą trasą) oraz tankowanie mają odbywać się bez zbędnego oczekiwania – szybko i bez problemów.

Szczególnie istotna jest właśnie kwestia tankowania. Stacje paliw są swoją przystanią dla kierowców. Mogą tam nie tylko napełnić baki swoich samochodów, lecz także odpocząć, zjeść posiłek, a często także odświe-

żyć się po trudach dnia i spędzić noc w siofence swojego pojazdu na przystajnym parkingu. Kierowcy chcą mieć możliwość prostego rozliczenia za tankowanie, które w przypadku samochodów ciężarowych często sięga jednorazowo kilku tysięcy złotych. Z kolei menedżerowie flot pragną mieć kontrolę nad kosztami transportu i atrakcyjne rabaty na paliwo. W tym celu stworzono karty flotowe.

MOYA FIRMA – IDEALNE ROZWIĄZANIE DLA MENEDŻERÓW FLOT I KIEROWCÓW

Karty paliwowe to jedno z ważniejszych narzędzi finansowych przydatnych w pracy fleet managera. Sieć stacji paliw MOYA przygotowała dla klientów biznesowych specjalną ofertę kart paliwowych MOYA Firma. Rozwiązanie jest dostosowane do wymagań i oczekiwań firm – ich wielkości,

liczby i rodzajów pojazdów, a także ilości tankowanego paliwa. Ponieważ potrzeby klientów w zakresie obsługi i oferowanych na stacjach usług rosną, jednym z dodatkowych rozwiązań ułatwiających korzystanie z programu MOYA Firma, jest aplikacja mobilna.

Podstawowym zadaniem karty paliwowej MOYA Firma jest optymalizacja kosztów poprzez nadawanie atrakcyjnych rabatów na paliwa. Drugim, równie ważnym, jest uproszczenie procesu rozliczania tankowania. W przypadku kart MOYA Firma można to uzyskać przez otrzymywanie zbiorczych faktur, zwykle 2-5 razy w miesiącu, w zależności od zapotrzebowania firmy. Jednak to nie wszystko – użytkowanie kart MOYA Firma pozwala na znacznie więcej. Umożliwia pełną kontrolę nad dokonanymi tankowaniami dzięki panelowi klienta oraz aplikacji mobilnej. MOYA Firma zapewnia wsparcie na każdym etapie współpracy, dlatego specjalnie dla klientów flotowych uruchomiono całodobowy help desk. ▶



► Oznacza to natychmiastową reakcję na zdarzenie losowe – np. zapobiega niepotrzebnym przestojom pojazdów na stacjach, gdy kierowca nie jest w stanie przeprowadzić poprawnie autoryzacji karty. Oferta MOYA Firma to również możliwość bezpłatnego ubezpieczenia każdego użytkownika karty paliwowej. Pakiet NNW stanowi kolejną formę oszczędności dla pracodawcy.



WYGODNE ROZLICZENIA

Menedżerowie flot szczególnie doceniają kwestie związane z rozliczeniami za usługi. Karta powinna umożliwiać optymalny dla każdej firmy sposób rozliczenia tankowania, oferować atrakcyjne warunki handlowe, zbiorcze fakturowanie i raportowanie za ustalone okresy. Bardzo istotnym uzupełnieniem programu MOYA Firma jest aplikacja mobilna pod tą samą nazwą. Aplikacja oferuje dwa profile funkcjonowania. Profil właściciela to sprawne zarządzanie finansami oraz płatnościami za faktury z poziomu szybkich przelewów, a także lepszą kontrolę nad tankowanymi pojazdami. Użytkownik otrzymuje wgląd w transakcje z dowolnych przedziałów czasowych. Z kolei tryb kierowcy umożliwia zapłatę za tankowanie bez użycia fizycznej karty MOYA Firma na wszystkich stacjach sieci. Dodatkową korzyścią jest dostęp do nawigacji oraz mapy stacji MOYA.

CORAZ WIĘKSZY ZASIĘG

Oferta MOYA Firma jest elastyczna i komfortowa, dostosowana do zróżnicowanego grona odbiorców. Karty MOYA Firma są honorowane na każdej z niemal 320 stacji MOYA w całej Polsce. Jako jedyna sieć w kraju ma w swojej ofercie trzy rodzaje stacji. Tradycyjne, czyli z wielobranżowym sklepem i Caffè MOYA, następnie

SIEĆ STACJI PALIW MOYA

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 dystrybutorów 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. MOYA jest najszybciej rosnącą siecią stacji paliw w Polsce.

automatyczne, dostosowane do obsługi flot, a także samoobsługowe: MOYA express – z ofertą dla klientów detalicznych i biznesowych. Sieć jest także liderem, jeżeli chodzi o tempo rozwoju. Na koniec ubiegłego roku otwarto trzeczsetną stację w granatowo-czerwonych barwach MOYA. Do końca tego roku będzie ich około 370, a w 2024 roku – aż 500 punktów z logo MOYA w całej Polsce.

Klienci flotowi mogą z powodzeniem korzystać z każdego z powyższych typów stacji. Warto jednak zwrócić szczególną uwagę na stacje automatyczne, które są położone przy głównych szlakach transportowych. Ich oferta skierowana jest wyłącznie do obsługi klientów biznesowych. Tankowanie na stacjach automatycznych

przebiega błyskawicznie, a płatności za paliwo dokonuje się w zewnętrznym terminalu. Dostępna jest także europejska wersja karty MOYA IQ Europe, za którą można rozliczyć paliwo na ponad 2500 stacjach rozlokowanych w większości krajów Unii Europejskiej.

Plany rozwoju oferty MOYA Firma zakładają wprowadzenie szeregu nowych możliwości, rozwiązań oraz narzędzi, które usprawnią zarządzanie flotą samochodową, ale również pozwolą bardziej zoptymalizować wydatki. Warto nawiązać współpracę biznesową z siecią MOYA nie tylko ze względu na szybko rozwijającą się sieć, nowoczesne rozwiązania, ale również na indywidualne podejście do współpracy oraz wysoki poziom życzliwości i elastyczności. ■

RAZEM NA DRODZE DO SUKCESU

moya
sieć stacji paliw



Rozpoznawalna
marka MOYA



Atrakcyjna
oferta Caffe MOYA



Współpraca
partnerska



Wsparcie
marketingowe



Uszlachetniony
ON MOYA Power

Ponad 300 stacji paliw w sieci MOYA!

+48 506 286 260 | www.moyastacja.pl

W dużych miastach mają powstać Strefy Czystego Transportu. Czy kierowców i właścicieli stacji paliw czeka rewolucja?

Gabriela Kozan

DO RZĄDOWEGO CENTRUM LEGISLACJI JESZCZE W 2020 R. WPŁYNĄŁ PROJEKT NOWELIZACJI USTAWY O ELEKTROMOBILNOŚCI I PALIWACH ALTERNATYWNYCH, KTÓRY TRAFIŁ DO UZGODNIEŃ I KONSULTACJI. W PROPOZYCJACH ZNALAZŁY SIĘ TAKIE, KTÓRE DOTYCZYĆ BĘDĄ WSZYSTKICH KIEROWCÓW W POLSCE. CHODZI O STREFY CZYSTEGO TRANSPORTU. RESORT ŚRODOWISKA ZAKŁADA, ŻE PROPONOWANE ZMIANY PRZYŚPIESZĄ ROZWÓJ ELEKTROMOBILNOŚCI W POLSCE. CZY OZNACZA TO, ŻE STARSZE SAMOCHODY NIE WJADĄ DO MIAST I W PRAKTYCE ZMNIEJSZY SIĘ ICH LICZBA NA RZECZ TYCH Z NAPĘDEM ELEKTRYCZNYM? OTÓŻ NIEKONIECZNIE.

W styczniu tego roku Ministerstwo Klimatu i Środowiska opublikowało stanowiska zgłoszone przez instytucje w ramach opiniowania nowelizacji Ustawy o elektromobilności. Nie zgłoszono ani jednego sprzeciwu wobec obowiązku ustanowienia stref czystego transportu w większych miastach. Oznacza to, że zgodnie z proponowanym rozwiązaniem samorząd każdego miasta liczącego sobie ponad 100 tys. mieszkańców – czyli 37 miast w Polsce – będzie musiał wyznaczyć strefę czystego transportu.

Wprowadzenie stref nie będzie obligatoryjne, ale może ułatwić samorządom walkę z zanieczyszczeniem powietrza w miastach. Za wjazd do strefy czystego transportu użytkownicy pojazdów samochodowych spalinyowych będą ponosić opłaty, które będą dochodem

gminy. Obszar takiej strefy zostanie oznaczony znakami drogowymi. Rada gminy będzie mogła też zwolnić z przyjętych ograniczeń dotyczących wjazdu do strefy czystego transportu. Każda osoba, która nie będzie przestrzegać ograniczeń w dostępie do strefy czystego transportu, może zostać ukarana grzywną do 500 zł, a strefy czystego transportu będą obowiązywały całą dobę.

Jak wynika z projektu, rezultatem powstania stref czystego transportu ma być też to, że starsze modele samochodów będą mogły wjeżdżać do takich stref, ale będzie się to wiązało z dodatkowymi opłatami.





Obecnie do strefy, gdyby ta gdzieś powstała, mogą wjeżdżać pojazdy elektryczne, napędzane wodorem lub gazem ziemnym. Nowelizacja do tej listy dodaje pojazdy napędzane gazem płynnym LPG oraz autobusy zeroemisyjne. Przewidziano jednak pewne wyłączenia.

Zgodnie z nowelizacją, na terenie strefy czystego transportu, dopuszczony zostanie ruch pojazdów: spełniających co najmniej normę Euro 4, w latach 2021-2025; spełniających co najmniej normę Euro 5, w latach 2026-2030 oraz spełniających co najmniej normę Euro 6, w latach 2031-2035.

Rada gminy, w uchwale ustanawiającej strefę czystego transportu, będzie mogła dopuścić poruszanie się po

tej strefie, w okresie nie dłuższym niż 3 lata od dnia przyjęcia uchwały, innych pojazdów pod warunkiem uiszczenia opłaty. Opłata ta – jak czytamy w projekcie ustawy – nie może być wyższa niż 2,50 zł za godzinę, a sam nakaz utworzenia strefy miałby zacząć obowiązywać od 1 stycznia 2030 r.

Właściciele stacji paliw, którzy także z niepokojem mogą przyglądać się projektowanym zmianom przepisów, bo mniej aut na benzynę, LPG czy olej napędowy oznacza zmniejszenie obrotów, uspokajamy. Na razie żadne przepisy jeszcze nie obowiązują, to dopiero ministerialny projekt. Wprowadzenie w życie nowych regulacji, musi zostać przyjęte przez Sejm.



Stacje bp stawiają na sprzedaż pozapaliwową

W LISTOPADZIE 2020 R. PILOTAŻOWO SIEĆ BP ROZPOCZĘŁA WSPÓŁPRACĘ Z AUCHAN RETAIL POLSKA, PO POZYTYWNYM ODBIORZE PRZEZ KLIENTÓW FORMATU EASY AUCHAN NA STACJACH BP OBIE FIRMY STAWIAJĄ NA ROZWÓJ I BUDUJĄ PARTNERSTWO BIZNESOWE.



Paliwo odgrywa ważną, ale coraz mniejszą rolę w sprzedaży stacji benzynowych. Dla wielu klientów, nawet w pandemicznym 2020 r. stacje paliw nie były tylko miejscem tankowania paliwa. Klienci z uwagi na obostrzenia sanitarne w mniejszym stopniu korzystali z kawiarni i restauracji, ale wygrywała oferta sklepów spożywczych, czynnych całą dobę, bez obowiązku stosowania godzin dla seniorów.

Sieci stacji benzynowych stanęły w ostatnim czasie przed dylematem: czy rozwijać swoje formaty detaliczne czy też postawić na współpracę ze znaną marką, prowadzącą od lat sprzedaż ogólnospożywczą.

Największa sieć paliwowa w Polsce należąca do PKN Orlen założyła i rozwija własną markę sklepową O!Shop, gdzie

oferuje oprócz różnorodnych produktów, przygotowanych do spożycia na miejscu, również dania do wygodnego przygotowania w domu, świeże owoce i soki, wypiekane na miejscu pieczywo oraz szeroki wybór dań, z których wiele oferowanych jest pod marką własną. W ofercie sklepu są też towary codziennego użytku takie jak gazety, papierosy, artykuły chemiczne czy higieniczne.

Sklep według własnego konceptu to jednak niekoniecznie dobry pomysł dla mniejszych sieci paliwowych, w ich przypadku godna rozważenia stała się współpraca z doświadczoną marką detaliczną, szczególnie, że wiele z nich ma już gotowe formaty sklepowe idealnie wpisujące się w metraż przystajacych pawilonów handlowych i potrzeby zakupowe klientów.



Jak poinformowała sieć bp, w listopadzie 2020 r. ruszył pilotażowo pierwszy sklep w formacie Eazy Auchan na stacji paliw bp Reduta w Warszawie. W grudniu tego samego roku otwarte zostały dwie kolejne pilotażowe placówki w Warszawie, a w planach są kolejne otwarcia w Warszawie i Krakowie planowane na rok 2021. Sieć paliwowa po kilku tygodniach od pierwszego uruchomienia sklepu w Warszawie była zadowolona z rezultatów,

- Nowy pilotażowy format sklepów Eazy Auchan na stacjach bp działa dopiero od kilku tygodni, ale już widać, że sprzedaż rośnie obiecująco. Klienci dobrze oceniają nową propozycję asortymentową. Obserwujemy duże zainteresowanie produktami świeżymi i ultra świeżymi, jak również produktami bio, czy vege. Klienci również ciepło przyjęli ofertę świeżo wypiekanego pieczywa oraz dostępność owoców, warzyw i produktów fit. Staramy się, aby asortyment sklepu odzwierciedlał faktyczne potrzeby Klientów i aby mogli znaleźć w naszym sklepie wszystko, co pozwoli im w sposób szybki i wygodny zrobić zakupy do przygotowania posiłku w domu – napisała sieć w komunikacie prasowym.

Operator stacji bp poinformował także, że kolejne placówki Eazy Auchan na stacjach będą otwierane w najbliższych miesiącach w Warszawie i Krakowie, a podjęcie decyzji o szerokim wprowadzeniu formatu na rynek planowane jest do końca 2021 r. Trend współpracy biznesowej pomiędzy bp a partnerami detalicznymi jest obecny w całej Europie. W 2021 roku Grupa bp chce we wszystkich krajach Europy, gdzie jest obecna, otworzyć kolejnych 300 placówek convenience w koncepcji partnerskiej z wybranymi partnerami detalicznymi.

Sieć paliwowa bp pozostawiła jednak kąski gastronomiczne pod dobrą znaną klientom marką własną Wild Bean Cafe, gdzie kierowcy, ale też okoliczni mieszkańcy mogą kupić przekąski i kawę. Obecnie, o czym w kwar-

talniku „Na Stacji Paliw” już pisaliśmy, kawiarenka oferuje sprzedaż dań na wynos. Stacje są także miejscem odbioru zakupów realizowanych w opcji Click&Collect za pośrednictwem platformy Auchan Direct, a w ramach home delivery Klient może zamówić dostawę zakupów do domu używając aplikacji Glovo lub Uber Eats.

To jednak nie koniec nowych pomysłów na zwiększenie odwiedzin na stacji paliw. Firma z branży cateringu dietetycznego w Polsce – Body Chief wspólnie z bp tworzy sieć odbioru

diet na stacjach tej sieci. Na razie możliwość odbioru diet dotyczy wyłącznie stacji paliw bp w Warszawie.

Jak wyjaśnił przedstawiciel Body Chief, nowa opcja jest odpowiedzią na potrzeby klientów w zakresie rozszerzania form dostawy cateringu dietetycznego. Wpisuje się ona również w koncept convenience tworzony na stacjach bp – nowoczesnych stacji – centrów obsługi klienta, tworzonych wspólnie przez bp oraz Auchan.



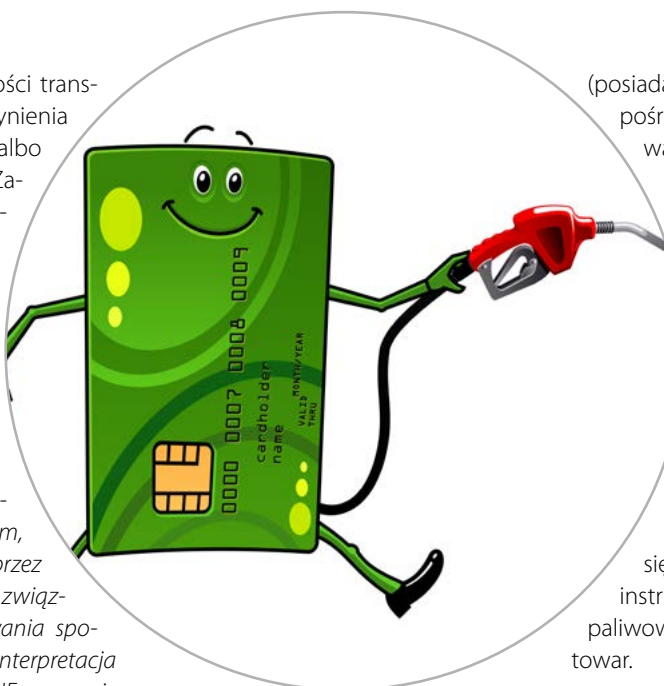
Rozliczanie VAT-u w transakcjach kartami paliwowymi

MINISTERSTWO FINANSÓW PRZYGOTOWAŁO I OPUBLIKOWAŁO INTERPRETACJĘ OGÓLNĄ WYJAŚNIAJĄCĄ JAK PRAWIDŁOWO KWALIFIKOWAĆ DLA CELÓW VAT TRANSAKCJE Z WYKORZYSTANIEM KART PALIWOWYCH, REALIZOWANE W MODELU TRÓJSTRONNYM. DZIĘKI NIEJ USTALENIE CHARAKTERU TRANSAKCJI DLA CELÓW VAT STANIE SIĘ PROSTSZE.

W zależności od okoliczności transakcji możemy mieć czynienia albo z dostawą towarów albo ze świadczeniem usług. Zastosowanie się przez podatnika do interpretacji ogólnej umożliwi ochronę jego rozliczeń podatkowych.

- Interpretacja ogólna dotycząca transakcji z wykorzystaniem kart paliwowych, realizowanych w modelu trójstronnym, została przygotowana przez Ministerstwo Finansów w związku z potrzebą doprecyzowania sposobu ich opodatkowania. Interpretacja uwzględnia tezy wyroku TSUE w sprawie C-235/18 Vega International w zakresie kwalifikacji transakcji z wykorzystaniem kart paliwowych – wyjaśnia wiceminister finansów Jan Sarnowski.

Resort podał, że w ramach występujących w obrocie schematów korzystania z kart paliwowych, w których uczestniczą trzy podmioty, z których jeden (np. leasingodawca, spółka dominująca) udostępnia (przekazuje) kontrahentowi karty paliwowe, których nie jest emitentem; a drugi podmiot – kontrahent ten (np. leas-



gobiorca, spółka zależna) za pomocą ww. kart dokonuje zakupu towaru od trzeciego podmiotu – dostawcy prowadzącego stację paliw (np. spółki paliwowej).

Ministerstwo Finansów napisało, że transakcja udostępniania kart paliwowych powinna być zakwalifikowana jako świadczenie usług, jeżeli w danym przypadku doszło do łącznego spełnienia poniższych przesłanek, czyli nabycie paliwa przez odbiorcę

(posiadacza karty) następowało bezpośrednio od dostawców prowadzących stacje paliw oraz wyłącznie odbiorca decydował o sposobach nabycia paliwa (wybór miejsca nabycia), ilości oraz jakości paliwa, momencie zakupu i sposobie wykorzystania paliwa; dodatkowo to odbiorca ponosił całość kosztów związanych z nabyciem paliwa a rola podmiotu pośredniczącego ograniczała się do udostępnienia odbiorcy instrumentu finansowego (karty paliwowej) pozwalającego nabyć towar.

Niezależnie od powyższego Ministerstwo Finansów informuje, że na mocy ustawy z 27 listopada 2020 r. o zmianie ustawy o podatku od towarów i usług oraz niektórych innych ustaw, 1 stycznia 2021 r. został uchylony przepis art. 7 ust. 8 ustawy o VAT. W momencie wyeliminowania tego przepisu z porządku prawnego, doszło do utraty aktualności, a tym samym mocy ochronnej interpretacji indywidualnych wydanych w zakresie tego przepisu.

e-petrol.pl

CZY ISTNIEJE MOŻLIWOŚĆ WYSTAWIANIA FAKTURY VAT PRZED DOKONANIEM DOSTAWY PALIWA? CZY ZGŁOSZENIE SENT POWINNO BYĆ ZAREJESTROWANE W DNIU WYSTAWIENIA FAKTURY CZY MOŻE BYĆ ZGŁOSZONE W DNIU DOSTAWY?

Na pytanie odpowiadają specjaliści z Kancelarii Cabaj Kotala: Zgodnie z art. 106e ust. 1 pkt. 1 ustawy z 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług (Dz. U. z 2020 r., poz. 106; dalej: „Ustawa o VAT”) faktura powinna zawierać datę wystawienia. Natomiast art. 106i ust. 7 pkt. 1 reguluje zasady wcześniejszego wystawiania faktur.

Przykład: faktura wystawiana jest w 25 stycznia dla klienta prowadzącego działalność gospodarczą, na dostawę 10 m³ paliwa z dwudziestodniowym terminem zapłaty. Natomiast dostawa realizowana jest w pierwszym tygodniu lutego. Po otrzymaniu towaru, klient dokonuje terminowej płatności.

Zgodnie z art. 106e ust. 1 pkt. 1 ustawy z 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług (Dz. U. z 2020 r., poz. 106; dalej: „Ustawa o VAT”) faktura powinna zawierać datę wystawienia. Natomiast art. 106i ust. 7 pkt. 1 reguluje zasady wcześniejszego wystawiania faktur. Zgodnie z tym przepisem faktury nie mogą być wystawione wcześniej niż 30. dnia przed:

- dokonaniem dostawy towaru lub wykonaniem usługi;
- otrzymaniem, przed dokonaniem dostawy towaru lub wykonaniem usługi, całości lub części zapłaty.

Z przytoczonego przepisu wynika więc, że faktura może być wystawiona przed dokonaniem dostawy towaru – jednym warunkiem jest, żeby nie nastąpiło to wcześniej niż przed 30. od dnia dokonania dostawy towarów.

Oczywiście z wystawieniem takiej wcześniejszej faktury nie wiąże się powstanie obowiązku podatkowego u sprzedawcy, gdyż zgodnie z art. 19a ust. 1 ustawy o VAT obowiązek podatkowy powstaje z chwilą dokonania dostawy towarów lub wykonania usłu-

gi, z zastrzeżeniem ust. 1a, 5 i 7-11, art. 14 ust. 6, art. 20 i art. 21 ust. 1.

W podanym stanie faktycznym prawidłowe jest więc wystawienie faktury 25 stycznia, jeżeli dostawa zostanie dokonana w pierwszym tygodniu lutego.

Zgodnie z art. 5 ust. 1 ustawy z 9 marca 2017 r. o systemie monitorowania drogowego i kolejowego przewozu towarów oraz obrotu paliwami opałowymi (Dz. U. z 2020 r. poz. 859; dalej „Ustawa o SENT”) w przypadku przewozu towaru rozpoczynającego się na terytorium kraju podmiot wysyłający jest obowiązany, przed rozpoczęciem przewozu towaru, przesłać do rejestru zgłoszenie, uzyskać numer referencyjny dla tego zgłoszenia i przekazać ten numer przewoźnikowi.

Natomiast zgodnie z art. 11 ustawy o SENT numer referencyjny jest ważny 10 dni, które liczy się od dnia przyjęcia zgłoszenia przez system SENT. Rozwiązanie takie pozwala na dokonanie zgłoszenia w systemie przed rozpoczęciem przewozu towarów objętych tym zgłoszeniem (co znajduje potwierdzenie w odpowiedziach opublikowanych na stronie <https://puesc.gov.pl/web/puesc/faq-puesc>).

Zgodnie z art. 89 ust. 5 pkt. 2 ustawy z dnia 6 grudnia 2008 r. o podatku akcyzowym (Dz.U.2020.722 t.j. z dnia 2020.04.23; dalej: „Ustawa o akcyzie”) jednym z warunków zastosowania obniżonej stawki akcyzy do sprzedaży paliw opałowych jest, aby sprzedawca będący pośredniczącym podmiotem olejowym dokonał zgłoszenia, o którym mowa w art. 5 ust. 1 albo art. 6a ust. 1 Ustawy o SENT.

Zgodnie z art. 8 ust. 2 pkt. 3 Ustawy o akcyzie sprzedaż wyrobów akcyzowych znajdujących się poza procedurą

zawieszenia poboru akcyzy, objętych określoną stawką akcyzy związaną z ich przeznaczeniem jest czynnością opodatkowaną akcyzą, jeżeli ich sprzedaż odbyła się bez zachowania warunków uprawniających do zastosowania tej stawki akcyzy. Jeśli ta sprzedaż ma być potwierdzona fakturą, to obowiązek podatkowy powstaje z chwilą wystawienia faktury, nie później jednak niż w 7 dniu licząc od dnia wydania wyrobu akcyzowego (art. 10 ust. 9 Ustawy o akcyzie).

Na podstawie przepisów Ustawy o SENT zgłoszenie powinno zostać dokonane przed rozpoczęciem przewozu. Data wystawienia faktury i data dostawy nie mają znaczenia dla dostawy paliw połączonej z przewozem. Jeśli natomiast zostaną złamane warunki zastosowania obniżonej stawki np. zgłoszenie SENT w ogóle nie zostanie dokonane, wówczas zastosowanie ma art. 8 ust. 2 pkt. 3 Ustawy o akcyzie, czyli obowiązek zapłaty podwyższonej stawki akcyzy powstanie w momencie wystawienia faktury, nie później jednak niż w 7 dniu licząc od dnia wydania wyrobu.

Oznacza to, że zgłoszenie SENT może być dokonane w dacie wystawienia faktury, natomiast wówczas przewóz powinien zakończyć się do momentu ważności numeru referencyjnego. Alternatywnie, zgłoszenie może być dokonane po wystawieniu faktury, przed samym rozpoczęciem przewozu.

Dla celów ewentualnej kontroli ważne jest powiązanie numeru zgłoszenia SENT z wystawioną fakturą, tak żeby potwierdzić prawo do obniżonej stawki akcyzy przy sprzedaży oleju.

Opracowanie:
Zespół kancelarii Cabaj Kotala
Doradztwo Podatkowe
<http://cabajkotala.com>

Sieć stacji paliw AVIA – sprawdzony model biznesowy

O korzyściach z przystąpienia do sieci stacji paliw AVIA, planach rozwoju w 2021 roku, wprowadzanych innowacjach oraz partnerstwie i niezależności mówi

Robert Nowek,

Dyrektor Zarządzający siecią AVIA w Polsce i Ukrainie.



Pomimo pandemii rok 2020 zamknęli Państwo liczbą ponad 60 stacji. Taki wynik wskazuje wysoką dynamikę rozwoju sieci AVIA w Polsce. Jak wyglądają plany na 2021? Ile nowych stacji planują Państwo wprowadzić w tym roku?

Rok 2020 był dla grupy UNIMOT rokiem udanym. Wprowadziliśmy wiele nowych projektów. Kluczowe dla marki AVIA było wdrożenie nowej strategii komunikacji i konceptu convenience Eat&Go oraz otwarcie zaplanowanej liczby 20 stacji paliw, co stanowi ponad 40-procentowy przyrost w porównaniu z ubiegłym rokiem. To wynik pracy całego zespołu, który pomimo trudności związanych z pandemią stanął na wysokości zadania. Ten rok chcemy zakończyć liczbą blisko 100 stacji AVIA w Polsce.

Stawiają Państwo na rozwój sieci własnych czy współpracę z partnerami?

Ubiegły rok zamknęliśmy liczbą ponad 60 stacji, z czego 80 proc. to stacje franczyzowe. Oczywiście, w tym roku planujemy równolegle otwarcia stacji własnych, ale ten wynik pokazuje, że przede wszystkim stawiamy na rozwój franczyzy i mamy w tym obszarze odpowiednie narzędzia, wiedzę oraz ludzi, którzy dzielą się wypracowanym know-how na każdym etapie współpracy.

Co na tle konkurencji wyróżnia ofertę franczyzową sieci AVIA?

AVIA to szwajcarska marka, prężnie rozwijająca się obecnie na polskim rynku. Ponad 90-letnie doświadczenie na rynku paliwowym pozwala na przekazanie partnerowi sprawdzonego modelu biznesowego. Franczyzobiorcom oferujemy niezbędne narzędzia, elastyczne warunki współpracy, świetny produkt w konkurencyjnej cenie. Współpraca z naszą siecią pozwala na swobodne dostosowanie międzynarodowej marki do polskich warunków. Po pierwsze partner otrzymuje wypracowane na przestrzeni lat know-how oraz sprawdzony w praktyce model biznesowy, który obejmuje, między innymi, nowoczesne podejście do projektu sklepowego i fast food, własną markę i koncept kawowy, dobór asortymentu w sklepie, szkolenia w zakresie merchandisingu oraz współpracę z dostawcami, wyspecjalizowanymi w obsłudze stacji paliw. Wspieramy partnerów wiedzą, doświadczeniem, gotowymi koncepcjami oraz najwyższej jakości produktami marki własnej. Partnerzy otrzymują gotowy projekt – od aranżacji kącika kawowego, po strefy relaksu i strefy sklepowe. Stawiamy również na prostą i jasno skonstruowaną umowę, która daje partnerowi dużą niezależność, swobodę działania oraz bezpieczeństwo. Nie zapominajmy też o tym, że jesteśmy jednym na największych dostawców paliwa na rynku hurtowym. Śmiało można powiedzieć, że nasza wiedza i doświadczenie w sposób ciągły po-

magają nam zabezpieczać interesy naszych franczyzobiorców poprzez atrakcyjną i konkurencyjną ofertę dostaw paliw.

Jakie korzyści otrzymuje partner przystępując do sieci stacji paliw AVIA?

Przynależność do międzynarodowego stowarzyszenia, jakim jest założenia AVIA, gwarantuje partnerom szereg korzyści. Z jednej strony daje niezależność i odrębność, z drugiej zaś buduje poczucie wspólnoty, bycia częścią wielkiej rodziny AVIA, funkcjonującej na partnerskich zasadach.

Co więcej, rozpoczęcie z nami współpracy to możliwość poznawania najnowszych trendów rynkowych i implementacji najciekawszych sprawdzonych rozwiązań. Dodatkowo franczyzobiorca ma zapewniony dostęp do wysokiej jakości paliw w atrakcyjnych cenach, ale jednocześnie, szanując jego niezależność, ma on możliwość nabycia paliwa z innych źródeł, które zostaną wspólnie zaaprobowane. Proponujemy również bardzo atrakcyjne warunki współpracy oparte na minimalnym zaangażowaniu finansowym ze strony partnera. Nasi eksperci posiadają niezbędną wiedzę na temat



efektywnego prowadzenia biznesu paliwowego i chętnie dzielą się nią z franczyzobiorcami. Jednym z pierwszych etapów współpracy z partnerem jest wprowadzenie na stację pełnego branding AVIA – to dla kierowców gwarancja bezpieczeństwa zakupów, a dla naszych partnerów – wzrost atrakcyjności wizualnej stacji oraz stały napływ klientów. Wyrazistość, jakość oraz dbanie o najmniejszy szczegół to niewątpliwe zalety naszej marki. Ścisłe opracowane wytyczne ułatwiają proces wejścia na rynek franczyzobiorcom i pozwalają na zachowanie spójności pomiędzy istniejącymi a nowo powstającymi stacjami paliw. Jednocześnie każda stacja traktowana jest indywidualnie z uwzględnieniem lokalnych warunków i potrzeb partnera.

Marka sukcesywnie wdraża nowe rozwiązania na stacjach, między innymi koncept gastronomiczny Eat&Go. Co to oznacza dla potencjalnych partnerów stacji?

Postawiliśmy na całkowitą zmianę naszego konceptu gastronomicznego. Eat&Go to obecnie wizytówka marki i magnes przyciągający klientów. Wnętrze idealnie wpisuje się w nowo-

czesne standardy obowiązujące na stacjach paliw. Utrzymane jest w stonowanej stylistyce, przestrzeń zaś została podzielona na strefy sprzedażową i wypoczynku poprzez zastosowanie prostych i czytelnych piktogramów. Eat&Go łączy w sobie minimalizm oraz ergonomię nowoczesnego convenience store: strefa relaksu z regularnymi gniazdkami i wejściami USB do ładowania telefonów, nowoczesne oświetlenie zmodernizowane toalety, digital signage czy zastosowanie audio- i aromamarketingu to tylko niektóre udogodnienia, jakie czekają na kierowców na stacjach z konceptem Eat&Go.

Czy partner może swobodnie implementować poszczególne elementy konceptu Eat&Go na swojej stacji?

Naszą ofertę dopasowujemy do indywidualnych potrzeb partnera, staramy się, aby całość była nie tylko spójna, lecz także dostosowana do miejsca, jakim dysponuje partner. Eat&Go został zaprojektowany tak, aby sprawdzić się w małych, średnich i dużych obiektach. Dysponujemy też konceptem light dla niedawno wyremonto-

wanych stacji, gdzie wiele elementów jest zupełnie nowych – wówczas możemy odpowiednio dostosować koncept do zastanych warunków, aby franczyzobiorca, wprowadzając markę Eat&Go, nie generował kolejnych kosztów. Zawsze staramy się znaleźć satysfakcjonujące rozwiązanie.

Grupa UNIMOT, która rozwija w Polsce sieć stacji paliw AVIA, jest niezależnym importerm paliw. Czy oferta paliwowa może być dodatkową korzyścią dla partnera, który zwiąże się umową franczyzową z Państwa siecią?

Naszą specjalnością jest hurtowa sprzedaż oleju napędowego oraz dystrybucja pozostałych paliw płynnych, zarówno na terenie naszego kraju, jak i poza jego granicami. Nasi partnerzy biznesowi mają zapewniony dostęp do wysokiej jakości paliw, które charakteryzują się zredukowaną do minimum ilością zanieczyszczeń oraz najwyższymi parametrami eksploatacyjnymi. Proponujemy również sprzedaż paliwa premium AVIA Diesel Gold, przeznaczonego dla samochodów napędzanych olejem napędowym. Oczywiście, zapewniamy zatowarowanie sklepu wysokiej jakości produktami ze znakiem jakości AVIA.

Jako grupa dysponują Państwo różnymi rozwiązaniami z zakresu energii. Co w ramach franczyzy mogą Państwo zaproponować przyszłym partnerom?

Oprócz oferty paliwowej partnerzy mają możliwość skorzystania z instalacji fotowoltaicznej AVIA Solar na stacji paliw, na preferencyjnych warunkach, które pozwolą franczyzobiorcy na znaczne obniżenie rachunków za prąd. Dostarczamy kompleksowe rozwiązania, odpowiadamy za budowę instalacji, proponujemy ofertę odkupu nadwyżek oraz sprzedaży energii, dzięki czemu miesięcznie nasz partner może zyskać nawet kilkanaście tysięcy dodatkowego dochodu. ■

Mróz nie straszny...

O męskiej odzieży wierzchniej na czas chłodów

dr Jakub Bogucki

Tegoroczna zima okazała się być sporym zaskoczeniem – nie tylko dla drogowców. Wielu z nas musiało naprawdę zagłębić się w czeluściach szaf, aby znaleźć wierzchnie odzienie, które byłoby w stanie dać termiczny komfort przy ujemnych, dwucyfrowych temperaturach. Dla pewnego porządku warto więc zimową porą przypomnieć, jak kanon estetyki męskiego stroju klasyfikuje formalne i mniej oficjalne warianty odzieży wierzchniej.

larnej alternatywie dla okryć wełnianych. Najbardziej klasyczne stylizacje zawierają trencz w kolorze beżowym, ale dzisiaj wariacji na temat kolorystyki spotkać możemy więcej. W przypadku płaszczy typu prochowiec trudno mówić o ich użyteczności w warunkach zimowych – te szerokie i wodoodporne ubrania nie są na tyle mocno ocieplane, aby posłużyć w warunkach znacznych mrozów.

RODEM Z ROYAL NAVY

Wiele elementów męskiej garderoby zrodziło się z modyfikacji stroju marynarskiego – a wynikało to z praktycznego ich charakteru, dobrej jakości materiałów i szczypty mundurowego szyku, który każdemu dodaje kilka punktów do ogólnej prezencji. Nie inaczej było w przypadku odzieży wierzchniej. Marynarską proveniencję mają dwurzę-

KRÓL JEST JEDEN

Dyplomata czyli Chesterfield funkcjonuje jako najbardziej elegancka forma męskiego płaszcza. Wśród cech wyróżniających jest jego przyległość do sylwetki, a długość kończy się przy kolanie. Najczęściej funkcjonuje w kolorach szarym, granatowym, lub czarnym. Niezastąpiony Mr. Vintage na swoim blogu pisze m.in.: *dyplomata jest bardzo eleganckim i wszechstronnym płaszczem. Można ją założyć zarówno do smokingu, jak i na codzienny roboczy garnitur. W wersji smart casual także może się sprawdzić.*

Wśród innych płaszczy z całą pewnością wspomnieć trzeba o trenczach – niezmiennie popu-



dowe płaszcze typu bosmanka, a także bliskie sercom wszystkich czytelników Monsarrata czy Jerzego Pertka – kurtki morskie brytyjskiej floty: duffle coats, co spolszczono w mało morski sposób jako „budrysówki”. Obie te wersje męskiego stroju stanowią mniej formalne okrycie wierzchnie, jednak cały czas pozostające na wyższym stopniu elegancji niż klasyczna kurtka. Bosmanki zwykle bywają granatowe, zaś w przypadku budrysówek klasycznym kolorem jest „wielbłądzi” beż.

KURTKI NA TRUDNE CZASY

Kurtka jest dzisiaj najpowszechniejszym ubraniem zimowym, jednak jej formalność odbiega jednak od kanonu męskiej elegancji. Dzisiaj jednak w dobie rozmiękczenia sztywnych granic estetyki stroju warto zwrócić uwagę przynajmniej na kilka wariantów tego typu odzieży.

Z pewnością jedną z takich kurtek może być skórzana kurtka lotnicza o krótkim kroju. Nierzadko funkcjonuje ona z futrzanym podszyciem i wyłogami z futra na kołnierzu. Tego rodzaju strój może być czasem zdobiony stylizowanymi na wojskowe naszywkami – jednak przesada w tego rodzaju ornamentyce jest jednak źle widziana.

Kurtką świetnie sprawdzającą się w warunkach mocnej zimy jest parka czyli gruba kurtka z krawędzią kołnierza lub kaptura obszytą futrem, inspirowana zimowym mundurem armii amerykańskiej z lat 50-tych. Parka funkcjonuje zwykle z kapturem obszytym futrem, a jej użyteczność coraz częściej powoduje, że można ją spotkać w stylizacjach półformalnych.

Wśród innych kurtek nie sposób pominąć także woskowanych olejaków, w których celują np. członkowie rodziny królewskiej Wielkiej Brytanii, jednak ich użyteczność w warunkach dużych mrozów może być mniejsza. ■



Zakopane

nieznane i niezadeptane

dr Jakub Bogucki

Cóż, jeśli oczekiwaliście w okresie pandemicznym opowieści o jakichś egzotycznych wояażach, to niestety nieco rozczarujemy. Ale postaramy się pokazać miejsce, w którym był niemal każdy Polak (i niemal każdy miał sporo szans, aby się zrazić...) – ale bynajmniej nie od jego powszechnie znanej strony.

Turyści w Zakopanem niestety są w nadmiarze (poza czasem pandemii). A gdzie dużo ludzi, tam sporo okazji do zarobku dla miejscowych i przyjezdnych – tak wygląda to pod każdą szerokością geograficzną. Co wrażliwi będą więc zgodnie utyskiwać na tłok i komercyjne rozpasanie podtatrzńskiego grodu, na wszechobecną horde zakupowiczów i zakupowiczek, którzy ograniczają się do Krupówek i wjazdu na Gubałówkę/Kasprowy Wierch, ewentualnie do term – coraz popularniejszej atrakcji Podhala. Ci mniej wrażliwi natomiast też pewnie znajdą powód do utyskiwań – ten sam, od

kiedy Zakopane jest turystyczną Mekką: pogodę i drożyznę. O pierwszej już Kornel Makuszyński mawiał: *z przodu Gubałówka, z tyłu Giewont, a w środku leje...* O drugiej łaskawie zmilczymy, kto był – ten wie.

Większa część turystów wrażliwych traktuje Zakopane wyłącznie jako punkt noclegu, posiłku i początek wprawy w Tatry. My jednak, jakkolwiek aspirujemy do wysokiej wrażliwości, chcemy pokazać właśnie samo Zakopane jako miejsce zasługujące na odwiedzenie i wcale nie zadeptane przez turystów w swoich najciekawszych

miejscach. Do eksploracji takiego Zakopanego nie potrzeba górskiego ekwipunku ani przesadnych ilości gotówki. Dobrze zrobić może natomiast mała rekapitulacja z historii i literatury, która pod Tatrami znalazła nieprawdopodobne wręcz inspiracje.

W drugiej połowie XIX wieku, po „odkryciu” Zakopanego przez Tytusa Chałubińskiego, licznie przybywali na Podhale przedstawiciele intelektualnych elit Polski podzielonej między trzech zaborców. To wtedy zrodziła się właśnie niezwykła idea stworzenia stylu architektonicznego i wzorniczego, który



byłby wspólny dla rozdartego kraju. Wymyślił go Stanisław Witkiewicz, ojciec Witkacego – jednego z najważniejszych pisarzy polskich Dwudziestolecia międzywojennego. Można to łączyć pośrednio z młodopolskim entuzjazmem dla kultury chłopskiej, a także z autentyczną fascynacją sztuką ludową Podhala – nieporównywalną i niepodobną do innych odmian twórczości tego typu w skali całego kraju. Witkiewicz i jego akolici gromadzili inspiracje artystyczne i w swoisty sposób je przetwarzali, a rezultatem ich prac są liczne budowle wraz z wyposażeniem – rozsiane po całym Zakopanem.

Warto więc zapoznać się z nimi i wyruszyć szlakiem wyznaczonym po mieście, poruszając się drogą wyznaczoną za pomocą specjalnych brązowych tabliczek. Z całą pewnością na odwiedzinach zasługuje w pierwszej kolejności willa Koliba – zbudowana w myśl wskazań „stylu zakopiańskiego” i wyposażona w stylizowane sprzęty, których uroda i pietyzm wykonania pozwalają zrozumieć fascynację ludzi tamtej epoki estetyką podhalańską.

Wśród budowli stylu zakopiańskiego obowiązkowym punktem jest także Muzeum Tatrzańskie (aktualnie w remoncie) czy wspinała kaplica na Jaszczurówce – najwyrazistszy przykład tej estetyki w sztuce sakralnej i ulubione miejsce fotografów ślubnych w regionie. Nie sposób także

pominąć jednego z najciekawszych muzeów zakopiańskich, jakim jest położona na Harendzie tonąca w kwiatkach rezydencja Jana Kasprowicza, który z tatrzańskiej przyrody czerpał rozliczne inspiracje swojej poetyckiej twórczości. Wprawdzie dom nie jest zbyt duży, a jego wyposażenie raczej skromne, ale zwiedzenie go – zwłaszcza w słoneczny dzień – pozostawia niezapomniane wrażenia estetyczne. Do tego obok mamy możliwość zobaczenia jeszcze jednego wariantu stylu zakopiańskiego – wystawiono tam bowiem mauzoleum pisarza, które też pozwala zrozumieć jak różnorodne formy mogła przybierać góralska inspiracja w architekturze.

Tatry i Zakopane było także inspiracją artystów w latach późniejszych – i tutaj z całą pewnością warto zwrócić uwagę zwiedzających Zakopane na willę Oksza z galerią sztuki dwudziestowiecznej o tematyce lokalnej. Aktualnie w remoncie jest także galeria na Kozińcu w tzw. Cyrankiewiczówce, gdzie Muzeum Tatrzańskie organizowało interesujące wystawy czasowe. Szczególną ekspozycją sztuki współczesnej jest także Galeria Władysława Hasióra, artysty i performerera przez lata związanego z Podhalem

W poszukiwaniu niezbyt tłocznie odwiedzanych atrakcji zakopiańskich warto także zawitać do muzeów biograficznych Kornela Makuszyńskiego

czy Karola Szymanowskiego – które to muzea stanowią doskonałą okazję do „wczucia się” w barwne i bogate życie artystyczne Zakopanego w okresie międzywojennym. Ślady wybitnych Polaków tamtej epoki znaleźć można w wielu miejscach miasta – w postaci pamiątkowych tablic, pomników czy innych form upamiętnienia. Takim miejscem może być także cmentarz na Pęksowym Brzyzku oraz nowy cmentarz zakopiański – na obu tych nekropoliach spoczywają postacie zasłużone dla miasta i regionu – artyści, sportowcy, ludzie turystyki, naukowcy. Wizyta tam to świetna lekcja historii Zakopanego – a może nawet całej Polski w ostatnim stuleciu.

Ostatnim obiektem, który trudno nazwać turystycznym, a który zasługuje na uwagę odwiedzających Zakopane z pewnością jest hotel Palace, w którym w okresie II Wojny Światowej znajdowała się zakopiańska placówka Gestapo, która była miejscem tortur i przesłuchań m.in. tatrzańskich kurierów. Dziś jest tam pamiątkowa ekspozycja, która objaśnia trudny czas w dziejach Zakopanego i pozwala oderwać się nieco od wszechobecnego komercyjnego ducha dzisiejszego miasta i snuć refleksję nad tym, że może żyjemy w lepszych czasach niż się może zdawać. To może dobre zamknięcie wizyty w mieście pod Tatrami, które pozostawi trwalszą refleksję niż kolejne zakupy na Krupówkach...

Isuzu D-Max LSE 1.9L Diesel 163KM DoubleCab – cywilizowany wół roboczy

Piotr Majka (Test Auto)

Bardzo lubię pickupy, po części za ich specyficzną budowę, ale przede wszystkim za właściwości terenowe. W dzisiejszych czasach o auta offroadowe jest coraz trudniej, a pickupy stają się powoli ich ostoją. Chociaż tego typu auta kojarzą się bardziej z typowymi wołami roboczymi to obecne modele potrafią być równie komfortowe co zwykłe osobów-

ki, a ich wyposażenie potrafi zawstydzić. Taki jest nowy Isuzu D-Max. No dobrze, może nie jest taki nowy, ponieważ trzecia generacja Isuzu D-Maxa miała swoją premierę pod koniec 2019 roku, a na naszym rynku pojawiła się dopiero pod koniec 2020 roku. Już na

pierwszy rzut oka widać, że w tym modelu zmieniło się wiele, ale nie tylko pod względem wizualnym. Poza Europą jest dostępny z dwoma silnikami Diesla o pojemności 1,9 oraz 3 litrów. U nas niestety ze względów na normy spalin dostępna jest wyłącznie słabsza jednostka, znana również z drugiej generacji D-Maxa. Więc jaki jest nowy D-Max?



Przed wszystkim stał się bardziej aktualny w stosunku do swoich czasów. Projekt nowego D-Maxa powinien zadowolić nie tylko klientów na różnych kontynentach, ale zdecydowanie może powoli konkurować z np. SUVami. Isuzu wygląda teraz bardziej agresywnie, a to za sprawą większego grilla i nowych, ostro zarysowanych reflektorów, które tym razem są w technologii Bi-LED. Projektanci przyłożyli również sporą wagę do samej bryły auta. Isuzu jest bardziej aerodynamiczne, co realnie ma wpływać na zmniejszenie szumów powietrza. Najbogatszą wersję D-Maxa czyli testowane LSE cechują liczne wstawki w kolorze czarnym. Mamy tu m.in. czarne lusterka, grill, dolna część zderzaka czy progi. W standardzie dostaniemy 18 calowe felgi, również w kolorze czarnym. Wygląda to bardzo fajnie, w połączeniu z białym lakierem.

Ogromnych zmian dokonano we wnętrzu. Chociaż koncepcja rozmieszczenia jest bardzo podobna to jednak design został całkowicie zmieniony. Kształt i wygląd deski rozdzielczej jest

bardziej kanciasty i jednocześnie "europejski". Podoba mi się nowe koło kierownicy, które w końcu jest bardziej cywilizowane. Pojawiło się na niej więcej przycisków, a to ze względu na dużo bardziej rozbudowany komputer pokładowy, oraz obsługę aktywnego tempomatu. Posługiwanie się tymi funkcjami jest jednak intuicyjne. Gorzej sprawdza się instynktowne obsługiwanie klimatyzacji. Chociaż panel wygląda nowocześnie, to Isuzu poszło tu w kierunku modnych przycisków przypominających klawiaturę pianina. Wszystkie przyciski są rozmieszczone na jednym poziomie, przez co trzeba się mocniej skupić, by mieć pewność z której funkcji się korzysta. Wnętrze nadal jest pełne ciekawych rozwiązań i schowków, a konstruktorzy starali się chyba wykorzystać każdą wolną przestrzeń. Schowki znajdziemy zarówno w dolnej jak i górnej części deski rozdzielczej, a to co najbardziej przypadło mi do gustu to wysuwane w obu rogach uchwyty na napoje. Sprytne i praktyczne.

System multimedialny to 9-calowy ekran (standard w najbogatszej wersji LSE) z bardzo prostym i nierozbudowanym interfejsem. Sam system jest prosty, ale oferuje najważniejsze funkcje, brakuje natomiast języka polskiego. Jest radio cyfrowe DAB, łączność bluetooth z telefonem i klasyczny odtwarzacz płyt CD, a nawet DVD. Na ekranie wyłącznie na postoju można obejrzeć jakiś film. Zamiast wbudowanej nawigacji mamy tutaj jedynie możliwość podłączenia smartfona przez Android Auto, Apple CarPlay czy Miracast. W przedniej części auta umieszczono jeden port USB i wyjście 12V. Drugie USB trafiło dla pasażerów tylnego rzędu.

Wnętrze jest bardzo komfortowe. Fotele w przedniej części auta są obszerne i wygodne. Pozycja za kierownicą jest bardzo dobra, a w znalezieniu idealnego położenia pomaga regulowana w dwóch płaszczyznach kierownica. Ta natomiast została pokryta bardzo przyjemną skórą. W tylnej części auta poprawiono komfort kanapy, a to w pickupach bywa piętą achillesową. Kanapa jest bardziej pochylona niż w poprzedniku, a jeśli potrzebujemy zwiększyć przestrzeń za kierowcą to kanapę można położyć, albo podnieść siedziska (w stylu Magic Seats znanego z Hondy), co pomoże przewieźć większe przedmioty, których nie chcemy umieszczać na pace.

Pickup w wersji DoubleCab czyli z podwójną kabiną jest w stanie zabrać ze sobą 1065 kg. Paka ma wymiary 1571 mm długości oraz 1530 mm szerokości. Zabudowa paki została wykonana przez firmę Road Ranger, a jej koszt to 11 950 zł netto. Jakość wykonania zabudowy zasługuje na uznanie. Jest dobrze spasowana i wykonana z dobrych, solidnych materiałów. D-Max jest w stanie pociągnąć przyczepę bez hamulców o masie do 750 kg, a z hamulcami nawet 3500 kg.

Serce Isuzu D-Maxa pozostało bez zmian. Nadal mamy silnik Diesla o pojemności 1,9 litra. Moc maksymalna to 163 KM, a maksymalny moment obrotowy wynosi 360 Nm w zakresie 2000-2500 obr./min. Do dyspozycji mamy nadal 6-biegową skrzynię automatyczną, z tym że została zmieniona jej charakterystyka. Nie jest to auto, które cechuje się wysoką kulturą pracy. Skrzynia biegów czasem nie potrafi dobrać odpowiedniego biegu, chociaż zmiany biegów są płynne. Z drugiej strony silniki Isuzu cechują się bardzo wysoką niezawodnością, a obecna charakterystyka skrzyni biegów poprawiła zużycie paliwa. Na drodze krajowej przy spokojnej jeździe można uzyskać wynik nawet w okolicach 6 litrów, chociaż przeważnie zużycie paliwa oscyluje w granicach 7,3 litra. ▶





► Podczas jazdy ze stałą prędkością 120 km/h, zużycie paliwa wynosi średnio 9,4 litra, a przy 140 km/h wynik wynosi 11,6 litra. W mieście D-Max potrzebuje około 9-10 litrów na 100 km.

Osiągi nie są powalające, chociaż większość dostępnych na naszym rynku pickupów mają ten sam problem. Niestety brakuje w ofercie drugiej, większej jednostki, którą można dostać poza Europą, czyli 3 litrowego Diesla o mocy 190 KM i 450 Nm. Jednostka 1,9 nie jest najsłabszą z dostępnych na naszym rynku, ale nie jest też czymś imponującym. Na drogach publicznych czuć ociężałość. Co innego w terenie. Na bezdrożach D-Max czuje się o wiele lepiej.

Nowa generacja D-Maxa to w dużej mierze pozostawienie sprawdzonych właściwości terenowych przy jednoczesnej poprawie komfortu i to czuć. Przeprojektowane zostało zawieszenie, zmieniona została rama auta, a wygodę w prowadzeniu poprawia teraz

elektryczne wspomaganie kierownicy. Isuzu zapewnia też dobry komfort akustyczny. Auto jest bardzo dobrze wyciszone, a we wnętrzu jest cicho nawet przy 120 km/h, a przy 140 km/h jest odrobinę głośniejsze, ale dźwięki nie są irytujące.

Poza drogami utwardzonymi Isuzu D-Max czuje się najlepiej. Mamy tu klasyczny napęd 4x4 z reduktorem i seryjną blokadą tylnego mostu. Isuzu powinien poradzić sobie z praktycznie każdą trudniejszą drogą nieutwardzoną, a to co ogranicza pickupa od bardziej ekstremalnych przepraw to opony, które w bardzo trudnych warunkach mogą okazać się niewystarczające. Jednak do większości przepraw terenowych oraz przejazdów po grząskiej drodze Isuzu będzie w stanie wyjść z opresji bez szwanku. W warunkach zimowych radzi sobie równie dobrze. Zmiany w konstrukcji D-Maxa pozwoliły na zwiększenie głębokości brodzenia do 80 cm, czyli prawie tyle ile w Fordzie Rangerze Raptorze. Są też pewne minusy. Brak mechanizmu różnicowego nie pozwala na jazdę z napędem na 4 koła po suchym asfalcie,

natomiast z tyłu auta brakuje miejsca na przymocowanie liny.

Isuzu stawia ogromny nacisk na bezpieczeństwo. Nowy D-Max osiągnął notę 5 gwiazdek w testach zderzeniowych Euro NCAP, co w tej klasie aut jest nowością. Lista systemów bezpieczeństwa jest tak długa, że nie sposób wszystkiego wymienić. Przede wszystkim trzeba jednak wspomnieć o aktywnym tempomacie, z utrzymaniem pasa ruchu i utrzymaniem odstępu od poprzedzającego pojazdu. D-Max ma również system rozpoznający niezamierzoną zmianę pasa ruchu, oraz system wspomagający nagłe, nieoczekiwane hamowanie. Jest też system monitorowania martwego pola, który informuje nas, gdy pojazd znajduje się obok nas, oraz system monitorowania ruchu poprzecznego za pojazdem. A to tylko garstka z nich.

Isuzu D-Max chociaż może wydawać się autem przeznaczonym stricte do trudnych zadań, w rzeczywistości jest też autem, które bez problemu sprawdzi się na co dzień. Z jednej strony mamy pojemną pakę, twarde materiały w środku, wysoki prześwit, solidne zawieszenie i przede wszystkim świetny napęd na cztery koła. Z drugiej strony zawieszenie jest komfortowe, wyposażenie poprawiające zwłaszcza bezpieczeństwo jazdy porównywalne z autami osobowymi wyższych segmentów oraz systemy pomagające w codziennym użytkowaniu. D-Max jest też przestronny i wygodny. To co wyróżnia go wśród konkurencji to właśnie wysoki poziom bezpieczeństwa i niezawodne silniki. Oczywiście bogate wyposażenie ma swoje odzwierciedlenie w cenie końcowej, więc w porównaniu do poprzedniej generacji ceny poszły w górę. Koszt najdroższego D-Maxa w wersji LSE wynosi 138 950 zł netto. Nie jest to jednak cena wyższa od tej, którą oferuje konkurencja, a bogate wyposażenie i atrakcyjny wygląd może zwiększyć popularność tego modelu w naszym kraju. ■

Co sędzę o... wpływie rozwoju elektromobilności w Polsce na perspektywy stacji paliw

dr Szymon Araszkiewicz

Czy w przyszłości nastąpi spadek znaczenia pojazdów napędzanych paliwami wytwarzanymi na bazie ropy naftowej? Wiele wskazuje, że tak. Czy w najbliższych latach trzeba się zatem spodziewać w Polsce masowej fali zamknięć stacji paliw, bo miałyby się stawać bezużyteczne? Według mnie jeszcze nie. Wygląda na to, że zmiany są procesem długotrwałym, a nie gwałtownym.

Gdy kilka lat temu w Polsce, podobnie jak w wielu innych państwach, ogłaszano tworzenie ram mających wspomóc rozwój mobilności opartej o napędy inne niż tzw. tradycyjne (ropopochodne), padały hasła nawet miliona aut na prąd, jeżdżących po polskich drogach, w perspektywie dekady. Potem liczby te rewidowano. Prognozy wciąż mówią, w zależności od scenariusza, o poziomach od kilkuset tysięcy do ponad miliona. To wartości niewątpliwie znaczące i zauważalne. W ramach międzynarodowej polityki przeciwdziałania niebezpiecznym zmianom klimatycznym również sektor transportu ma się zmieniać, stąd presja na stosowanie technologii ograniczających emisję dwutlenku węgla. Pojawiają się więc głosy, że kończy się na naszych oczach pewna epoka i że w związku z tym stacje paliw w takim kształcie, w jakim obecnie działają, będą wkrótce zamykane.

Parafrazując popularny cytat, pogłoski o śmierci tego segmentu rynku wydają się być przesadzone. Wg danych Polskiego Stowarzyszenia Paliw Alternatywnych w styczniu 2021 r. w Polsce było ponad 20 tys. samochodów elektrycznych – z czego prawie połowę stanowiły hybrydy z możliwością zewnętrznego ładowania (nazywane też „plug-in”), o których nawet w motoryzacyjnych artykułach pisze się że to pojazdy „półelektryczne”. Pod względem przyrostu procentowego rozwój floty elektrycznej wygląda imponująco, jednak liczby bezwzględne są wciąż dość niskie. Do poziomu nawet pół miliona brakuje wciąż sporo. Znacznie popularniejsze w Polsce w ostatnich latach były klasyczne hybrydy, z punktu widzenia właścicieli stacji paliw to przecież też jednak nadal ich klienci. Porównajmy dane o samochodach elektrycznych z gromadzonymi przez GUS ogólnymi statystykami dotyczącymi aut osobowych w Polsce. Jest takich aut otóż ponad 24 mln, z czego ponad połowa to samochody na benzynę. Ponad 3 mln jeździ po naszych drogach samochodów z zamontowanym LPG, ponad 7,5 mln jest „diesli”. Na razie więc napędy tradycyjne dominują, a gdzieś je trzeba będzie w najbliższych latach tankować.

Jak podaje Polska Organizacja Przemysłu i Handlu Naftowego, w ciągu 2020 r.

przybyło w Polsce ponad 100 stacji paliw. Trudno oceniać, jak pandemia COVID19 przełoży się na stan liczbowy stacji i ile projektowanych inwestycji zostało w ubiegłym roku wstrzymanych, to pokażą najbliższe rok-dwa, na razie jak widać ich przybywa. Inwestorzy widzieli zatem wciąż jeszcze jakieś rynkowe nisze i lokalizacje z potencjałem. Oczywiście rośnie też liczba ładowarek dla samochodów elektrycznych, jest ich już ponad 1300. Nie jestem bynajmniej przeciwnikiem elektromobilności, widzę jednocześnie pewne czynniki, które mogą hamować rozwój tego akurat pomysłu, przynajmniej na razie w Polsce. Pierwszy to wydajność – ładowanie auta elektrycznego trwa dłużej niż typowa, szybka wizyta „po paliwo”. Ba, nawet taka wizyta na obłożonej stacji paliw potrafi wywołać frustrację niejednego kierowcy, który cierpi bo nie jest pierwszy pod dystrybutorem. Czytelniczy „Na Stacji Paliw” spotykali się pewnie nieraz w swojej pracy z wylewaniem emocji o to, że ktoś za długo płacił w kasie, za długo oglądał przekąskę, za długo oglądał ekspozycję towarów, itp. Spotkaliby się z liczniejszymi, podobnymi sytuacjami w kolejkach do ładowarek. W tym przypadku akurat z pomocą przyjdą mogą urządzenia do ładowania elektrosamochodów w domach i ich upowszechnienie, czy powszechniejsze pokrycie kraju „szybkimi” ładowarkami. ►

► Takie urządzenia oczywiście można też instalować na stacjach paliw, jest to już istniejąca sieć infrastruktury którą można wykorzystać do nowego przeznaczenia, ich właściciele muszą jednak odpowiedzieć sobie na pytanie o opłacalność takiej inwestycji i odpowiedni moment jej wykonania. Poza tym wiele modeli aut elektrycznych, już oczywiście naładowanych, nie imponuje swoimi zasięgami, punktów ładowania wciąż mało i mam wrażenie, że swoista pętla zamyka się. To wszystko wyzwania, które nie mam wątpliwości że z czasem będą rozwiązywane, ale właśnie – z czasem. Osobna kwestia to ekonomika całego przedsięwzięcia. W ostatnich latach można było w wielu punktach ładować auta za darmo, teraz coraz częściej trzeba za to płacić. Porównanie kosztów przejechania modelowych 100 km samochodem o napędzie tradycyjnym i elektroautem pokazuje, że oszczędność jest, ale relatywnie niewielka (analizy robiliśmy i sami, w Information Market, i robią je też media motoryzacyjne, wyniki mają zbliżony wydźwięk). Tymczasem zakup samochodu na prąd wymaga aktualnie wydatku większego niż w przypadku pojazdów z klasycznym sposobem zasilania.

Przez kolejne lata wiele może się wydarzyć w kwestii popularyzacji i przyspieszenia rozwoju elektromobilności. Konkretną zmianę mogą przynieść pozytywne zachęty w postaci dofinansowań publicznych, lub odwrotnie – rozwiązania prawne wymierzone w zmniejszenie floty samochodów tradycyjnych czy podnoszenie kosztów jeżdżenia nimi. Potencjalnym kłopotem może być długookresowo stabilność podaży aut elektrycznych, co też akurat miałoby zwykły wpływ na cenę. Może wszystkie czyn-

niki sprawią, że mobilność społeczna w perspektywie kolejnych dekad będzie ogólnie maleć, bo stanie się trudniejsza – bo droższa? Może paradoksalnie okaże się, że elektromobilność w takim wydaniu jak dziś ją obserwujemy nie rozwinie się, tylko okaże się

40). Jeśli nawet podobny przepis obowiązywać miałby w Polsce, to i tak jeszcze zanim wejdzie w życie, sporo aut na benzynę czy olej napędowy pojawi się na polskich drogach. Wycofywanie ogromnych ilości pojazdów z użycia to nie będzie moment, tylko proces.



że była pośrednim etapem – społeczeństwa mogą dostać do dyspozycji inną technologię alternatywną, która upowszechni się szybciej bo okaże po prostu w szerokim kontekście „przyjaźniejsza w użytkowaniu” (pojawia się w dyskursie publicznym choćby wątek aut zasilanych wodorem). Co najmniej kilkanaście państw, w Europie i poza nią, zakazuje już sprzedaży nowych aut spalinowych, podając konkretne daty w przyszłości jako ten moment zwrotny (przeważnie padają lata 2030-

Nie chodzi o to, by zawracać kijem Wisłę. Pewne procesy trwają, raczej się nie zatrzymają, lecz jeszcze potrwać muszą. Właściciele i pracownicy stacji paliw przez jakiś czas będą mieli wciąż co robić. Przez czas wystarczający, by spokojnie w razie potrzeby swoje biznesy przekształcić i dostosować do zmieniających realiów, czy zupełnie przebranżowić.

Poznaj siłę izolacji



Petroleo Diesel Management System sp. z o.o.
jesteśmy producentem Terminali Dostępu, Kontenerów AdBlue oraz
urządzeń rejestrujących stany paliwa.
Dostarczamy zintegrowane rozwiązania dla sektora rynku paliwowego.

Naszym celem było stworzenie od podstaw Kontenera AdBlue wykorzystując najnowsze technologie z dziedziny izolacji oraz zapewnienie inteligentnej komunikacji i zdalne (GSM) monitorowanie cieczy.

Nasza siła to jakość, ergonomia użytkowania efektywna izolacja, optymalizacja procesów ogrzewania, ochrona przed ciepłem, funkcjonalność, estetyka, własne innowacyjne rozwiązania.

DLACZEGO KONTENER PETROLEO?



ESTETYKA I JAKOŚĆ

Aż 70% zakupów dokonujemy pod wpływem chwili. Opakowanie musi więc wzbudzać zainteresowanie Klienta i zachęcić do zakupów AdBlue.

KONTENER, KTÓRY SATYSFAKCUJE

Stworzony by użytkowanie przez Klienta było wygodne, sprawne, użytkowe, ergonomiczne i trwałe.

SPEŁNIA FUNKCJĘ MARKETINGOWĄ

Dążymy aby kontener stał się Państwa wizytówką i budził zaufanie u potencjalnych klientów i przynosił profity ze sprzedaży.

KLIENT OCENIA WIZYTĘ NA STACJI PO JAKOŚCI OBSŁUGI

Pozwól aby kontener zapracował sam na siebie w sprzedaży AdBlue.

OPAKOWANIE – KONTENER ADBLUE TO ŹRÓDŁO INFORMACJI

Projekt opakowania powinien rzucać się w oczy na tle konkurencyjnych produktów.

BEZPIECZEŃSTWO MAGAZYNOWANIA

Tylko odpowiednie materiały uchronią przed kosztami awarii lub koniecznością dokonania przymusowej konserwacji.

ODPOWIEDZIALNOŚĆ I ZASADY MAGAZYNOWANIA

Należy chronić produkt przed ekstremalnymi temperaturami.

MINIMALIZUJ KOSZTY EKSPLOATACJI, ZAPEWNIJ BEZPIECZEŃSTWO

Skuteczną izolację termiczną zapewnia płyta warstwowa z pianką poliuretanową. Efektywne ogrzewanie i zdalne sterowanie procesami zmniejsza koszty eksploatacji.

MONITORUJ I ZADBAJ O BEZPIECZEŃSTWO

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



Łączymy
wiele fragmentów,
które występują
zazwyczaj osobno,
w jeden zbiór.

Działamy
w sposób kompleksowy
oferując wiedzę na temat
Twojego paliwa i AdBlue
(telemetria/GSM)



DOPASUJ KONTENER DO SWOICH POTRZEB

Wybierz wyposażenie pojemność, wymiary. Dobierz swój kolor, umieść logo, zachęć do zakupów AdBlue.

MINIMALIZUJ KOSZTY EKSPLOATACJI, ZAPEWNIJ BEZPIECZEŃSTWO

Skuteczną izolację termiczną zapewnią dobre materiały izolacyjne. Efektywne ogrzewanie i zdalne sterowanie procesami zmniejszą koszty eksploatacji.

KONTROLUJ, MONITORUJ, ZARZĄDZAJ

Dzięki technologii GSM możemy nie tylko odczytywać dane z kontenera takie jak poziom, temperatura czy przeciek. Moduł Smart One daje możliwość zdalnego sterowania ogrzewaniem lub wentylacją, analizując dane z poszczególnych czujników informuje o szczególnych przypadkach jak przełanie zbiornika lub spadek temperatury AdBlue.

KLASYCZNA FORMA ORAZ WYSOKA JAKOŚĆ UŻYTYCH MATERIAŁÓW

Czystość, funkcjonalność i estetyka na lata bez szczególnych zabiegów konserwacyjnych. Modułowa konstrukcja daje możliwość rozbudowy, modernizacji a także naprawy poszczególnych elementów kontenera.

DOŚWIADCZENIE, ŚWIADOMOŚĆ I ODPOWIEDZIALNOŚĆ

Rygorystyczne stosowanie się do norm AUS 32 i ISO 22241 oraz dobór odpowiednich materiałów zapewnia czystość, trwałość oraz utrzymanie odpowiedniego składu AdBlue.



generujemy **oszczędności**



Kontakt: telefon: +48 71 787 69 75; e-mail: redakcja@paliwarolnicze.pl

<http://petroleo.pl/oferta/zbiorniki-adblue/>