

Na Stacji Paliw

Nr 3/2021 (24) | lipiec-wrzesień 2021

Temat numeru:

Hot-dog. Niezbędny element stacyjnej gastronomii



Stacja przyjazna kamperom

**Pralko-suszarka na stacji paliw
z parkingiem TIR**

 **UNIMOT**

AVIA

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

Czy pandemia już się skończyła? Patrząc na to, co dzieje się na rynku paliwowym – można uznać, że jej skutki dla rynku są już niewidoczne. Skokowy wzrost cen wynikający z odbicia popytu może być zwiastunem poprawy sytuacji gospodarczej – przynajmniej tak wygląda to z perspektywy lata 2021, kiedy kolejna mutacja COVID-19 jeszcze nie uderzyła tak mocno, jak można się tego obawiać.

Biorąc pod uwagę fakt, że trudno już powiedzieć coś nowego i odkrywczego o pandemii i wynikających z niej problemach na polskim rynku, zdecydowaliśmy się niemal nie poruszać tego tematu w kolejnym numerze „NSP”. Poszliśmy w kierunku tematyki gastronomicznej czy innowacji ważnych dla stacji – także w ofercie pozapaliwowej

czy usługowej – i o tym jest znaczna część tekstów tej edycji magazynu.

Wiemy także, że poza paliwami także „jest życie” i dlatego jak w każdym numerze sięgamy do nowinek motoryzacyjnych, dotykamy tematyki lifestyle’owej, a także wyprawiamy się nad chorwacki Adriatyk. Wszystkie te treści dodatkowe będą zapewne cennym uzupełnieniem i okazją do wytchnienia w tej niewątpliwie niełatwej sytuacji, z jaką na rynku paliw będziemy mieć do czynienia w kolejnych miesiącach.

DR JAKUB BOGUCKI
REDAKTOR NACZELNY

Spis treści

WYDARZENIA Newsy z rynku	4
TEMAT NUMERU Hot-dog. Niezbędny element stacyjnej gastronomii	6
ARTYKUŁ SPONSOROWANY Rekordowe wzrosty sprzedaży, czyli pozytywny efekt Eat&Go na stacjach AVIA	9
TWOJA STACJA Stacja przyjazna kamperom	11
RYNEK PALIWOWY Będziemy dalej konsekwentnie realizowali swoją wizję sprzedaży paliw	14
ARTYKUŁ SPONSOROWANY Gigantycznie czy ekologicznie – co możemy dla Ciebie zrobić?	16
TWOJA STACJA Pralko-suszarka na stacji paliw z parkingiem TIR	18
ARTYKUŁ EKSPERCKI Stacje paliw – nowoczesne centra wielobranżowe	20
PRAWNIK RADZI Myjnia samochodowa a pozwolenie wodnoprawne na odprowadzanie ścieków, cz. 1	22
PRAWNIK RADZI Obowiązkowe nowe oznakowanie dystrybutorów paliw i pistoletów	23
ARTYKUŁ SPONSOROWANY Shell – zaufany partner biznesowy	24
LIFE STYLE Nakrycia głowy dla odważnych	27
PODRÓŻE Jelsa – turystyczny raj nad Adriatykiem, cz. 1	29
MOTORYZACJA Alpine A110S – nie dla każdego	32
FELIETON Garść statystyk z rynku paliw – podmiotów jest na rynku mniej, ale robią więcej	34

Na Stacji Paliw

MAGAZYN
BRANŻOWYCH
INSPIRACJI

Nr 3 (24) 2021

Wydawca:

Information Market S.A.
ul. Stacyjna 1/51
V piętro SQ Business Center
53-613 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



STO FRANCZYZ CIRCLE K

Do sieci należy blisko 380 stacji w całym kraju, a wśród nich już sto działa w modelu franczyzowym. W ostatnim roku finansowym dołączyło do sieci 15 stacji franczyzowych na terenie całego kraju. – Rok 2020, jak i początek bieżącego były pełne wyzwań, jednak mimo wielu przeciwności, udało nam się kontynuować strategię rozwoju Circle K. Liczne otwarcia stacji w modelu franczyzowym, ale także własnych oraz rozwój naszej oferty pozapaliwowej to tego najlepszy przykład. Polska postrzegana jest przez grupę Alimentation Couche-Tard, do której należy Circle K, jako atrakcyjny rynek i pragniemy się tu dalej rozwijać – mówi Michał Ciszek, prezes Circle K Polska.



JAK Z JAKOŚCIĄ PALIW?

Na zlecenie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w 2020 r. na stacjach i w hurtowniach zbadano 1491 próbek paliw ciekłych – 779 próbki benzyn i 712 próbek oleju napędowego. W ramach kontroli gazu LPG inspektorzy zakwestionowali 0,84 proc. zbadanych próbek. Nieprawidłowości dot. benzyny były rzadsze niż w przypadku diesla. Inspekcja Handlowa zakwestionowała 1,88 proc. skontrolowanych próbek paliw płynnych – minimalnie więcej niż w 2019 r., kiedy to norm nie spełniało 1,86 proc. próbek. W przypadku kontroli najwięcej nieprawidłowości wykryto w województwie opolskim (15,38 proc.), warmińsko-mazurskim (10,00 proc.) oraz pomorskim (9,09 proc.). Warto przypomnieć, że podczas pierwszej kontroli w 2003 r. odsetek próbek paliw ciekłych niespełniających wymogów jakościowych wyniósł 30 proc. W myśl przepisów za obrót paliwem złej jakości grozi grzywna w wysokości do 1 mln zł lub kara pozbawienia wolności od 3 miesięcy do 5 lat.



PIERWSZY ORLEN W RUCHU

Pierwszy obiekt Orlen w ruchu powstał w Warszawie przy ul. Grójeckiej. W planach koncernu jest 40 takich obiektów do końca bieżącego roku. Za 4,5 roku ma ich być 900. Oprócz oferty znanej ze stacji Orlenu będzie tu można kupić prasę oraz produkty spożywcze. Nowa sieć handlowa mogłaby stanowić konkurencję dla sklepów działających w tzw. segmencie convenience. Mają one być otwierane w Katowicach, Bydgoszczy i Wrocławiu, w obiektach o powierzchni od 20 do 70 mkw. Mogą one znaleźć się m.in. na lotniskach, dworcach autobusowych czy kolejowych.

MOYA MONTUJE FOTOWOLTAIKĘ NA STACJI

Dla sprawdzenia efektywności modułów fotowoltaicznych na stacji Moya w Sosnowcu zainstalowane zostały panele o łącznej mocy 49,5 kW. Poza Sosnowcem Anwim rozważa możliwość montażu modułów fotowoltaicznych na kolejnych 24 obiektach. – W sieci Moya testujemy efektywność modułów fotowoltaicznych, jako odnawialnych źródeł energii, w różnych lokalizacjach na terenie kraju. Jest to jedno z działań na rzecz klimatu i środowiska, które w ostatnim czasie rozpoczęliśmy. Mamy pełną świadomość, że branża paliwowa nie kojarzy się z działalnością ekologiczną. Zdajemy sobie jednak sprawę, że zmieniając w naszej codzienności to, co możemy zmienić: rezygnując z plastiku, wprowadzając rozwiązania niskoemisyjne, nowe technologie, współpracując z dostawcami towarów i usług, którzy nie boją się odważnie zmieniać swoimi produktami świata na lepsze, dodamy kolejne cegiełki dla naszego wspólnego dobra i planety, która dzięki temu posłuży wielu pokoleniom – mówi Filip Puchalski, dyrektor ds. operacyjnych Moya, członek zarządu Anwim S.A.





SIEĆ STACJI ORLENU W NIEMCZECH I NA UKRAINIE – PLANY ROZWOJU

- Nie możemy być obojętni na rynek kraju, który jest naszym sąsiadem, liczy 50 mln mieszkańców i ma ujemny bilans produkcji paliw, czyli taki, gdzie możemy skorzystać z premii geograficznej – zadeklarował prezes Daniel

Obajtek, mówiąc o ewentualnych inwestycjach na Ukrainie. Płocki koncern nie chce także puszczać dynamicznego rozwoju sieci pod własną marką w Niemczech. Spółka Orlen Deutschland prowadzi proces rebrandingu i do końca pierwszego kwartału 2022 r. pod marką Orlen na rynku niemieckim będzie działać 11 obiektów. Do 2030 roku wszystkie stacje w niemieckiej sieci płockiego koncernu mają już działać pod logo Orlen (w Niemczech obecnie obiektów grupy jest 586, większość działa w ramach co-brandingu pod szyldem Star).

PALIWOWE POTRZEBY POLAKÓW ROSNĄ

Jak wynika danych Polskiej Organizacji Przemysłu i Handlu Naftowego zużycie

trzech głównych gatunków paliw (benzyna, olej napędowy, LPG) po pierwszym półroczu 2021 r. wzrosło o 7 proc. rdr i wyniosło 15.558 tys. m sześć. Wobec I półrocza 2020 r. konsumpcja paliw płynnych w Polsce wzrosła o 10 proc. Konsumpcja benzyn silnikowych podskoczyła o 10 proc.

i jest to wzrost dynamiki w stosunku do I kwartału 2021 r. o 17 punktów procentowych. Sprzedano ponad 3 mln m sześć tego gatunku paliwa – o 288 tys. m sześć powyżej rezultatów z I półrocza 2020 r. W przypadku gazu LPG zapotrzebowanie było o 4 proc. większe niż przed rokiem i wyniosło 2,2 mln m sześć.



Paliwa z uśmiechem



JANUSZ WYMYŚLIŁ WŁASNY SPOSÓB, ABY CENY PALIW SPADEŁY...

Hot-dog. Niezbędny element stacyjnej gastronomii

dr Jakub Bogucki

Jeszcze kilkanaście lat temu kojarzył się z niezbyt zachęcającymi budkami w okolicach dworców kolejowych. Był poślednim przysmakiem w ofercie polskiego fast-foodu. Nie trzeba było jednak wiele czasu, aby za sprawą stacji benzynowych i sklepów convenience stał się niezbędnym elementem szybkiej gastronomii. Dzisiaj stacji bez tego produktu niemal nie można sobie wyobrazić. Proszę Państwa – król może być tylko jeden: hot-dog!



Wprawdzie wzrost popularności przekąski na stacjach w naszym kraju to kwestia ostatniej dekady, jednak na świecie historia „bułki z parówką” jest znacznie dłuższa. Na łamach Noizz.pl Daniel Arciszewski nazywa go wręcz legendą street-foodu. Twórcą hot-doga miał być Charles Feltman, który w latach 60-tych XIX wieku oferował parówki ze swej rodzinnej Hesji nowojorskim spacerowiczom. Wsadzenie „mięsnego komponentu” w bułkę miało stanowić odpowiedź na problem mycia sztućców – niełatwy przecież do rozwiązania w warunkach ówczesnego stanu sieci hydraulicznej. Gdy wczytać się w pokaźne hasła Wikipedii, poświęcone hot-dogowi, okaże się, że genealogia i charakter potrawy nie są wcale jednoznacznie określone. Nie ulega jednak wątpliwości, że kolejne dziesięciolecia to wzrost popularności

tego dania – chociażby z racji łatwości przyrządzenia zdobyło ono swoją pozycję na meczach sportowych czy w miejscach turystycznych. Dzisiaj ta ikoniczna dla kultury amerykańskiej potrawa ma swoje miejsce w kulturze (dość wspomnieć o nagrodzonym Pulitzerem „Sprzysiężeniu osłów” Toole’a) i funkcjonuje dzisiaj z równą popularnością po obu stronach Atlantyku.

Wśród przyczyn popularności tego produktu z pewnością na pierwszy plan wysuwa się jego łatwa dostępność i relatywnie niska cena tego ciepłego posiłku. Na pytanie o to Agnieszka Świstalnicka, zastępca dyr. operacyjnego MOYA ds. zakupów centralnych i sprzedaży, odpowiada wprost: *Hot-dog to danie sycące, szybkie w przygotowaniu i można go łatwo przygotować zgodnie ze swoimi prefe-*

rencjami smakowymi. Szerokie uznanie zawdzięcza prawdopodobnie swojej prostocie – dobra jakościowo bułka, parówka, kabanos lub kielbaska i ulubiony sos. Idealna przekąska, żeby zaspokoić głód i ruszyć w dalszą drogę. W podobnym duchu wypowiada się Karolina Górka z sieci Intermarké: Chyba największą przyczyną popularności tego typu produktów jest pośpiech i permanentny brak czasu u większości Polaków. Jesteśmy stale w biegu, więc jemy też w biegu. Hot-dog to taka przekąska, którą łatwo jest zjeść w aucie.

Z pewnością jest to potrawa stanowiąca magnes dla odbiorców, także tych niekoniecznie kupujących paliwo. – *W polskiej kulturze hot-dogi kojarzą się przede wszystkim ze stacjami paliw. Jest to przekąska, którą można łatwo zaspokoić głód nie tylko w podróży.*

Zwłaszcza na lokalnych stacjach często zdarza się, że ktoś wpada do nas na hot-doga, niekoniecznie przyjeżdżając samochodem – mówi Agnieszka Świ-stalnicka. Jeśli chodzi o popularność tego produktu na stacjach sieci MOYA, dodaje ona też, że – Poziom sprzedaż hot-dogów na stacjach paliw MOYA jest zadowalający, chociaż wolumen zależy od wielu czynników – przede wszystkim od tego, jak położona jest stacja i jaki ma charakter. Na stacjach tranzytowych, na których ruch klientów zatrzymujących się, by coś zjeść i odpocząć w trasie sprzedaż sięga kilkuset hot-dogów dziennie. Na stacjach bardziej skierowanych do klienta lokalnego, w mniejszych miejscowościach, czasem jest to tylko kilka sprzedanych hot-dogów. Teraz, w okresie wakacyjnym, kiedy dużo podróżujemy, widzimy duże wzrosty sprzedawanej na stacjach gastronomii.

Nie wydaje się, żeby w najbliższym czasie popularność hot doga mogła zostać wyparta przez inne produkty, ale

sieci trzymają rękę na pulsie gastronomicznych trendów. W sieci Intermarké można uznać, że jest to produkt nr 1, ale świeże kanapki tylko nieznacznie ustępują pola – informuje nas Karolina Górską. Z kolei w sieci MOYA: – Wprawdzie hot-dogi są najpopularniejszym produktem gastronomicznym na naszych stacjach, to należy zwrócić uwagę, że Caffé MOYA oferuje znacznie więcej niż dostępny na większości stacji paliw koncept kawiarniany. Przemysłane menu jest odpowiedzią na potrzeby każdego klienta – od najmłodszych, przez wegetarian i kierowców, którzy przed długą trasą potrzebują zjeść sycący posiłek. W ofercie gastronomicznej można znaleźć także m.in. burgery z wołowiną lub kurczakiem, pizzę w wielu wariantach smakowych, zapiekanki, świeże



kanapki, czy dania obiadowe – jak na przykład pierogi i zupy. Menu jest nieustannie udoskonalane poprzez dodawanie kolejnych pozycji: zestawy dla dzieci czy sałatki na wynos – tak, by jak najlepiej spełnić oczekiwania klientów.

Krzysztof Mazuchowski, Kierownik Kategorii Sprzedaży Pozapaliwowej sieci stacji AVIA, Grupa UNIMOT.

Hot-dog to od wielu lat podstawowy element oferty gastronomicznej stacji paliw, który na stałe wpisał się w menu podróżnych, chcących szybko się posilić, nie nadwyrażając portfela, jednocześnie stanowi jeden z podstawowych i najbardziej popularnych elementów rozwijanego przez AVIA od 2020 r. konceptu gastronomicznego Eat&Go.

Idealny dla kierowców, ale cieszący się nie mniejszym zainteresowaniem także wśród klientów niezmotywowanych – szczególnie w lokalizacjach z rozbudowanym ruchem pieszych, jak stacje miejskie przy osiedlach lub w mniejszych miejscowościach.

Z parówką tradycyjną, kabanosem, parówką z szynki czy parówką włoską z suszonymi pomidorami i ziołami, w wersji standardowej lub XXL, z bułką pszenną albo graham – paleta dostępnych opcji na stacjach AVIA jest szeroka, bieżyco aktualizowana, wzbogacana sezonowymi smakami i nowościami.

Podkreślić należy również, że pomimo licznych i aktywnych działań w kategorii gastronomicznej, m.in. wprowadzenia

świeżo przygotowywanych zapiekanek, kanapek i słodkich przekąsek, hot-dog – z uwagi na swoją uniwersalność, szybkość i łatwość przygotowania, wygodę w konsumpcji oraz cenę – nadal pozostaje numerem jeden w ofercie, deklasując konkurencję.

Obserwując sytuację na rynku gastronomicznym i dynamicznie zmieniające się oczekiwania klientów – w najbliższym czasie do oferty AVIA wprowadzone zostaną również hot-dogi wegetariańskie jako alternatywa dla parówki mięsnej, mleko bez laktozy dla klientów, którzy nie spożywają mleka tradycyjnego, oraz nowe smaki bagietek, serwowanych na ciepło – z szynką i serem oraz z kurczakiem.

Oferta gastronomiczna sieci AVIA zarządzanej przez Grupę Unimot cieszy się coraz większą popularnością, o czym świadczy fakt, że w ciągu zaledwie pół roku, czyli od stycznia do czerwca 2021 r., zaobserwowaliśmy wzrost sprzedaży hot-dogów na naszych stacjach paliw aż o 90%.

Źródło: <https://pl.depositphotos.com>.

Mikołaj Pawlak, starszy manager kategorii Shell Café, Shell Polska

Shell jako jedna z pierwszych sieci paliwowych wprowadziła na polski rynek hot dogi. Pierwszy hot dog został zaserwowany klientom Shell już w 2000 roku, czyli ponad 20 lat temu. W tym czasie udoskonaliłszy ofertę o nowe smaki, w związku z czym przyciągają one coraz większą liczbę klientów.

W ofercie mamy hot dogi z różnorodnymi kielbaskami i parówkami, zaczynając od klasycznej parówki i kabanośa po typowo polskie kielbaski kojarzone z grillem i ogniskiem, ale też smakowe – z dodatkiem bekonu i sera czy ostrej papryczki jalapeno. Klient ma zawsze możliwość wyboru porcji standardowej lub w wersji MAXI. Dla największych fanów mamy też specjalnego Long Doga z serem i warzywnymi dodatkami. Znaczenie mają też sosy – nie jest to już tylko ketchup i sos czosnkowy, ale również musztarda słoneczna, sos tysiąca wysp, amerykański, salsa meksykańska, duński remoulada czy majonez.

Hot dog jako produkt smaczny, szybki i wygodny w konsumpcji w drodze nie ma sobie równych i jest niekwestionowanym liderem w sprzedaży kategorii ciepłych przekąsek. Kupują go zarówno kierowcy, jak i osoby niezmotoryzowane. Klienci kupują go często w parze z kawą. Mała czarna jest również na pierwszym miejscu w swojej kategorii, dlatego niedawno wprowadziliśmy nowy koncept kawiarniano-gastronomiczny Shell Café. W jego ramach oferujemy dwie oryginalne mieszanki kaw premium o unikalnym smaku – najwyższej jakości bogate, korzenne espresso z Azji Południowo-Wschodniej i średnio palone lungo ze środkowej Ameryki Południowej. Zmianie uległo też wnętrze – jest jeszcze bardziej gościnne i kawiarniane.

Hot dogi są częścią standardowej oferty sklepu Shell i są dostępne na każdej stacji sieci z wyjątkiem lokalizacji, które nie prowadzą sprzedaży oferty gastronomicznej z powodu uwarunkowań technicznych lokalu. Co więcej, oferujemy je w sprzedaży również przez platformę Uber Eats, z którą współpracujemy od czerwca 2020 roku. Dzięki temu mieszkańcy ośmiu miast Polski, m.in. Warszawy, Krakowa, Gdańska czy Poznania, mogą zamówić je z dowozem. Jak wynika z naszych danych, jest to najczęściej zamawiany produkt, a na podium znajdują się też kawa i słodkie przekąski.

Aktualnie pracujemy nad nową linią hot dogów dla osób, które nie jedzą mięsa bądź chcą spróbować czegoś nowego. Jesteśmy już w fazie końcowej przygotowań i niedługo klienci będą mogli spróbować naprawdę dobrego hot dog'a VEGE. Ponadto w ofercie mamy inne przekąski bez mięsa, np. bagietkę z kremowym hummusem i grillowanymi warzywami lub jajkiem, panini z mozzarellą i pomidorem czy lunch vege. Wszystkie produkty wegetariańskie i wegańskie są oznaczone dodatkowym symbolem w menu, na etykiecie cenowej i opakowaniu (zielony listek – oferta wegetariańska, dwa zielone listki – oferta wegańska), dlatego klienci bez problemu odnajdą je w naszej ofercie.

Hot dogi jako bardzo już dojrzała kategoria gastronomiczna na stacjach Shell niewątpliwie ma swoje stałe miejsce w asortymencie. Jednak cały czas poszukujemy nowych smaków, aby oferta była atrakcyjna, zarówno dla naszych lojalnych jak i nowych klientów.

Rekordowe wzrosty sprzedaży, czyli pozytywny efekt Eat&Go na stacjach AVIA

Komentarz

Roberta Nowka,

dyrektora zarządzającego siecią AVIA w Polsce i na Ukrainie, Grupa Unimot

Grupa Unimot wprowadziła na polski rynek markę AVIA i rozwija ją od 2016 r., kiedy to przystąpiła do międzynarodowego stowarzyszenia AVIA International. Obecnie stowarzyszenie AVIA International zrzesza ponad 90 firm z 15 krajów Europy i zarządza siecią 3200 stacji paliw, tym samym zajmując siódmą pozycję pod względem liczby stacji paliw w Europie. Jako Grupa Unimot koncentrujemy się na rozwijaniu sieci w Polsce i na Ukrainie. W Polsce działa już ponad 70 stacji AVIA, a do końca 2021 r. chcemy posiadać około 100 obiektów. Zgodnie z przyjętą strategią rozwoju, do 2023 r. w Polsce powinno działać 200 stacji AVIA należących do Grupy Unimot. Rozwijamy także sieć AVIA na Ukrainie – wkrótce będzie tam działać 15 stacji franczyzowych, w tym większość w Kijowie. To bardzo dobre lokalizacje – zarówno biznesowo, jak i wizerunkowo.

W 2021 r. Grupa Unimot planuje zainwestować w rozwój sieci AVIA około 30 mln zł. Zgodnie z przyjętym planem, pod marką AVIA w tym roku powinno zostać uruchomionych około 30 nowych obiektów należących do Grupy Unimot, w tym kilka atrakcyjnych obiektów własnych, które Unimot planuje zakupić. Znaczna część kwoty przeznaczonej na inwestycje w sieć stacji paliw, zostanie zainwesto-

wana w dostosowanie ich do standardów AVIA i wdrożenie naszego autorskiego konceptu Eat&Go. Jest to kluczowe zadanie, ponieważ zmiany wizualne, które sukcesywnie wprowadzamy, w połączeniu z bardzo dobrą ofertą, przynoszą wymierne korzyści w postaci systematycznego zwiększania przychodów ze sprzedaży. Zależy nam również na tym, żeby budować wśród klientów w Polsce pozytywny wizerunek szwajcarskiej marki, która znana jest w całej Europie, dlatego w tym roku wystartowaliśmy z kolejną odsłoną naszej kampanii wizerunkowej pod hasłem „Wielki plus na Twojej drodze”.

Dla Grupy Unimot, która jest multiergetycznym koncernem notowanym na giełdzie i liderem wśród niezależnych importerów paliw ciekłych i gazowych, prowadzenie stacji jest tylko jednym z obszarów biznesowych, w których działa. Przy obecnie posiadanej liczbie stacji segment detaliczny generuje dodatni zysk operacyjny i pozytywnie wpływa na wyniki całej Grupy. Będzie on wzrastać wraz z dalszym rozwojem sieci AVIA. Bardzo ważnym elementem rozwoju jest dla nas obszar franczyzy, w którym dzięki bardzo elastycznej ofercie zwiększamy



rok do roku liczbę nowych obiektów. Nasze wsparcie na każdym etapie procesu wpływa również na zadowolenie naszych partnerów biznesowych. Kolejnym kluczowym elementem jest poszerzanie sieci w oparciu o własne stacje, które otwieramy od 2020 r. Dzięki naszemu zaangażowaniu, już dzisiaj 30 proc. stacji AVIA, działających w ramach Grupy Unimot, to stacje, którymi sami zarządzamy. Możliwość zarządzania obiektami własnymi pozwala na generowanie większych przychodów, dlatego Grupa Unimot chce w najbliższych latach kontynuować rozwój w tym kierunku, jednocześnie sukcesywnie rozwijając sieć franczyzową.

Nasze intensywne działania, polegające na sukcesywnym rozszerzaniu oferty sklepowej i gastronomicznej, ►



► mają odzwierciedlenie w liczbach. Od stycznia do czerwca 2021 r. odnotowaliśmy wzrost obrotu netto z oferty pozapaliwowej o ponad 120 proc. Na ten wzrost wpływ miały zarówno przyrost liczby stacji AVIA, jak i systematyczne wdrażanie naszego konceptu Eat&Go na prowadzonych przez nas stacjach. Staramy się, aby w miarę możliwości wszystkie stacje CODO, czyli te zarządzane bezpośrednio przez Grupę Unimot, posiadały już wystrój wnętrz zgodny z wytycznymi nowego konceptu, a także jak najszerszą ofertę gastronomiczną. Zachęcamy także naszych franczyzobiorców do wykorzystywania w swoich wnętrzach naszego konceptu, ponieważ jest on bardzo pozytywnie odbierany przez klientów i przekłada się na generowane przez stację zyski.

Naszą ofertę gastronomiczną rozszerzamy tak, by nieustannie wychodzić naprzeciw potrzebom klientów. Stawiamy nie tylko na hot-dogi i kawę,

ale także zróżnicowaną ofertę przekąsek świeżych ready-to-go, takich jak zapiekanki, kanapki czy wrapy, a także przekąski do kawy – m.in. muffiny, ciastka fit z ziarnami, czy produkty wegetariańskie. Cały czas rozwijamy także ofertę hot-dogów i proponujemy klientom nowe smaki, zarówno parówek, jak i sosów. Liczby wskazują, że cieszą się one coraz większą popularnością – w pierwszym półroczu 2021 r. zanotowaliśmy 90 proc. wzrost sprzedaży hot-dogów na naszych stacjach.

Warto podkreślić, że wzrosty notujemy nie tylko w obszarze oferty pozapaliwowej. W lipcu, piąty miesiąc z rzędu, odnotowaliśmy również rekordową sprzedaż paliw na naszych stacjach AVIA, osiągając wolumen 16,4 mln litrów sprzedanego paliwa. W związku z tym, że dynamicznie się rozwijamy i w każdym miesiącu otwieramy nowe stacje, do końca roku spodziewamy się kolejnych rekordowych wolumenów sprzedaży.

Obserwując ostatnie lata stwierdzić można, że w segmencie detalicznym w Polsce bardzo mocno rysuje się pozytywny trend, który wynika w dużej mierze ze stabilności marż paliwowych, a także dynamicznie rosnącego udziału sprzedaży w obszarze produktów sklepowych i gastronomii. Chcemy wykorzystywać ten trend i dalej dynamicznie rozwijać sieć AVIA, która funkcjonuje w oparciu o unikalny model biznesowy oraz nowoczesną kulturę organizacyjną. Swoją kompleksową ofertę franczyzową przygotowaliśmy w ten sposób, by wychodziła naprzeciw oczekiwaniom naszych partnerów biznesowych i wyróżniała się atrakcyjnymi warunkami współpracy, wysoką jakością produktów oraz pełnym wsparciem w procesie franczyzowym. Dzięki temu sukcesywnie pozyskujemy nowych franczyzobiorców i w każdym miesiącu otwieramy kolejne stacje pod marką AVIA.



Stacja przyjazna kamperom

Magdalena Robak

Jak wynika z informacji prezentowanych na stronie <https://www.motorhome.pl/rynek-kamperow-w-polsce/>, opracowanych na podstawie raportu Centralnej Ewidencji Pojazdów i Kierowców dotyczącego lat 2016-2020, rynek kamperów w Polsce rozwija się zauważalnie i w szybkim tempie. W roku 2018 zarejestrowano 518 samochodów kempingowych, co oznacza wzrost o ponad 50 proc. w porównaniu do roku 2017. W 2019 roku było ich 724, a w roku ubiegłym już 1040. O wzroście zainteresowania caravanningiem świadczą również dane dotyczące nowych lub prawie nowych kamperów, sprowadzonych do Polski w tym samym roku, w którym zostały zarejestrowane zagranicą pierwszy raz. W roku 2018 było ich 22 sztuki, w roku 2019 – 34, a w roku ubiegłym aż 92. Do ogólnej liczby nowych kamperów włączyć należy także pojazdy zarejestrowane początkowo jako ciężarowe, a następnie przebudowane na samochody specjalne kempingowe i jako takie ponownie zarejestrowane. Ich też systematycznie przybywa – 3 lata temu było ich 224, 2 lata temu – 238, a rok temu – 245. Popularność kamperów rośnie także w całej Europie, gdzie w roku 2020 zarejestrowano łącznie 159 082 sztuki nowych pojazdów, czyli o blisko 27 tys. więcej niż 2 lata temu. Największy procentowy wzrost rok do roku dotyczy Austrii i Danii, ale liderem pod względem liczby nowych zarejestrowanych samochodów kempingowych i tak pozostają Niemcy, które mogą się pochwalić doskonałą infrastrukturą prze-



znaczoną dla ich użytkowników. Dość wspomnieć, że na terenie państwa naszych sąsiadów istnieje 3600 parkingów przeznaczonych dla kamperów.

Pandemia i zagrożenia z nią związane spowodowały, że wiele osób doceniło fakt, że podróżowanie kamperem jest bardzo bezpieczne. Ma też wiele innych zalet, z których w powszechnej świadomości najważniejsza to poczucie wolności i niezależności. Ci, którzy podróż tym środkiem lokomocji odbyli, o czym można przeczytać np. na portalu <https://kampermaniak.pl/>, zauważają jednak, że o wspomnianą wolność trzeba prosić i że kończy się ona w bardzo prozaiczny sposób – wraz z wodą czystą, miejscem na wodę brudną oraz w miejscu w kasie wc. Podróżując „domem na kółkach” trzeba więc wiedzieć, gdzie można zapas wody uzupełnić oraz gdzie wy-

łać brudną i opróżnić toaletę. Wyzwaniem bywa również uzyskanie dostępu do prądu – jest on możliwy np. na kempingu, ale ten nie zawsze jest blisko. Choć Polacy coraz chętniej korzystają z caravanningu, niestety na europejskiej mapie kamperowej nasz kraj z bardzo małą liczbą obiektów, w których użytkownicy kamperów mogą zaspokoić swoje podstawowe potrzeby, nadal pozostaje białą plamą. Amatorom swobodnego podróżowania niespodziewanie naprzeciw wychodzą jednak stacje benzynowe, które dostosowują swoją infrastrukturę tak, aby była ona dla nich atrakcyjna. Tak jest np. na części stacji bp, które od ubiegłego roku oferują rozwiązania dedykowane kamperowcom. W wypowiedzi udzielonej redakcji „Na Stacji Paliw” dr Magdalena Kandefer – Kańtoch – rzecznik prasowy bp informuje: *Na stacjach bp położonych przy autostradach i drogach szybkiego ruchu, których w Polsce mamy już 29 (w tym głównie przy granicy zachodniej i południowej oraz na autostradach przecinających Polskę z południa na północ oraz z zachodu na wschód), a których z roku na rok przybywa, można wygodnie i bezpiecznie zastrzymać się na miejscach parkingowych przystosowanych do tego typu pojazdów. W razie potrzeby można uzupełnić wodę, skorzystać z punktu zrzutu ścieków, czasem podładować akumulatory. Ponadto kierowcy mają dostęp do prysznicznic, otwarty 24/7 sklep z szerokim asortymentem czy wybór posiłków w Wild Bean Cafe. Ze strony bp dowiadujemy się także, że użytkownicy kampe-* ▶

- ▶ rów mają możliwość przenocowania w wyznaczonym obszarze stacji.

Na potrzeby tej szczególnej grupy klientów zareagował również w tym roku koncern Circle – Renata Ti-mościk, Director Market Development w Circle K Polska wyjaśnia: *Kluczowym czynnikiem stojącym za tą decyzją była chęć odpowiedzenia na potrzeby klientów, którzy w okresie pandemii coraz chętniej korzystają z form wypoczynku dających im niezależność i pozwalających na uniknięcie zatłoczonych destynacji wakacyjnych. Na początek zdecydowaliśmy się na uruchomienie kilku punktów, które traktujemy jak projekt pilotażowy, który jesteśmy gotowi rozwijać, jeśli faza testowa się powiedzie. Oczywiście nie bez znaczenia dla naszej decyzji były trendy, które obserwujemy zagranicą. Rozwiązania tego typu są popularne np. w krajach skandynawskich, gdzie podróże w przyczepach kempingowych są powszechne. Na wybranych stacjach Circle K – MOP Lubień i MOP Machnacz przy autostradzie A1, stacjach w Jędrzychowicach, przy granicy z Niemcami oraz w Nowym Targu – we współpracy z firmą Camper System zamontowano profesjonalne stanowiska serwisowe dla kamperów. Umożliwiają one uzupełnienie wody w zbiornikach i zrzut nieczystości oraz*

plukanie zbiornika kampera i przy-czepy. W punktach zlokalizowanych przy MOP, które są stacjami własnymi koncernu, korzystanie z instalacji jest bezpłatne, natomiast na stacjach franczyzowych właściciel zdecydował się na pobieranie opłat. Miłośnicy jazdy kamperem mogą skorzystać również z infrastruktury dostępnej na stacjach typu MOP Lotosu. Mikołaj Szlagowski z Działu Komunikacji Zewnętrznej koncernu zaznacza, że Lotos posiada rozwiniętą – liczącą 26 obiektów sieć stacji tego typu, na wszystkich autostradach i wielu drogach ekspresowych, na których można skorzystać z dużych parkingów, punktu do zrzutu nieczystości, możliwości napełnienia zbiornika z wodą, węzła sanitarnego w postaci pryszniców, możliwości weryfikacji ciśnienia w oponach czy posprzątania kampera odkurzaczem.

Na większości stacji wszystkich barw – nie tylko tych z udogodnieniami dedykowanymi dla kamperowców – dostępne są też podstawowe akcesoria motoryzacyjne pomocne w uzupełnieniu wyposażenia pojazdu i przydatne w przypadku konieczności jego drobnej naprawy. W ich ofercie kierowcy znajdą ponadto ośmiokilogramowe butle gazowe, które mogą być wykorzystywane także w kamperach

– na stacjach Circle K można też skorzystać z instrukcji ich wymiany.

Właściciel stacji zainteresowany rozbudową jej infrastruktury o rozwiązania odpowiadające potrzebom użytkowników kamperów powinien przygotować się na wydatki. Bogusz Trepka z firmy Camper System, której urządzenia można spotkać na stacjach sieci Circle K, Lotos, Shell, BP oraz na stacji BlueberryOilw Opatówku i na stacji CEL koło Poznania, informuje, że zakup najtańszej kolumny serwisowej (urządzenia służącego do poboru prądu i wody oraz opróżniania nieczystości płynnych z wc) lub stacji zlewnej to wydatek rzędu 6 tys. zł netto. Koszt ten może jednak wzrosnąć nawet do 30 tys. zł netto i zależy od stopnia automatyzacji urządzenia oraz liczby jego funkcji.

Aby umieścić na stacji kolumnę serwisową potrzeba wygospodarować na nią minimum 60 metrów kwadratowych, ale optymalna powierzchnia pod jej montaż wynosi 100 metrów. Wszystkie prace budowlane, czyli doprowadzenie przyłączy (prąd, woda, kanalizacja) oraz wylanie betonowej płyty zlewnej, trwają około 2 tygodnie. Montaż urządzenia i uruchomienie kolumny zajmuje 1 dzień, a czas przygotowania poprzedzającej te działania dokumentacji projektowej to okres wynoszący od 2 do 6 miesięcy. Potencjalny klient z pewnością zadaje sobie także pytanie, czy kiedy inwestycja w urządzenia do obsługi kamperów mu się zwróci. Zapytany o to Bogusz Trepka odpowiada, że zależy to od lokalizacji stacji – im jest ona lepsza – położona przy miejscowościach turystycznych – tym zwrot z inwestycji będzie szybszy. *Ograniczona ilość punktów serwisowych dla kamperów w naszym kraju (stanowisk zlewnych z punktem poboru wody) sprawia że każde miejsce które oferuje profesjonalną infrastrukturę automatycznie zyskuje nowych klientów, którzy przy okazji za-tankują lub umyją kampera, kupią kawę lub inne produkty z oferty stacji.*





Zostań

franczyzobiorcą

AMIC Energy

Sprawdź szczegóły na:
www.amicenergy.pl/pl/franczyza

AMIC POLSKA Sp. z o.o.

ul. Ogrodowa 58, 00-876 Warszawa

Telefon: 22 428 48 00

E-mail: franczyza@amicenergy.pl

Będziemy dalej konsekwentnie realizowali swoją wizję sprzedaży paliw

O TYM CZYM SĄ MIKROSTACJE I JAKIE SĄ PERSPEKTYWY ROZWOJU TEJ TECHNOLOGII

REDAKCJA „NA STACJI PALIW” ZAPYTAŁA

p. Andrzeja Piecucha, Prezesa Zarządu Ekopol Górnośląski Holding SA.

Czym są mikrostacje – dlaczego jest to nowatorskie rozwiązanie na polskim rynku paliw?

Nowatorstwo naszego rozwiązania podkreśla przede wszystkim to, iż jest to system, który integruje wszystkie elementy w procesie zarządzania nie tylko gospodarką paliwową, ale również wspomaga w zarządzaniu całym przedsiębiorstwem. Zapewnia on pełną kontrolę nad raportowaniem pojazdów oraz godzin pracy pracowników. Obecnie klienci mogą korzystać z systemu zarówno wykorzystując nasze autorskie produkty, jak i te, które już posiadają. Mikrostacje.pl są całkowicie adaptowalne do potrzeb klienta.

Aby to zobrazować, przedstawię prosto jak wygląda przykładowy dzień w przedsiębiorstwie, gdzie zastosowanie znajduje nasza technologia.

Rano pracownicy przychodzą do pracy i tutaj już nasze urządzenie TimeBOX weryfikuje punktualność pracowników oraz godziny wejścia/wyjścia do obiektu w którym się znajdują. Następnie część pracowników udaje się do biur, a inna część do pracy w terenie np. kierowcy przewożącego towar. W biurach każdy z pracowników posiada dostęp do udostępnionego por-

tału internetowego, gdzie wg. przydzielonych uprawnień posiada dostęp do rejestrowanych w czasie rzeczywistym zdarzeń, jak i wszystkich raportów, analiz i statystyk. Kierowca od momentu rozpoczęcia pracy, czyli od uruchomienia silnika w pojeździe jest monitorowany za pomocą urządzeń BlackBOX, dzięki którym otrzymujemy bieżącą pozycję pojazdu, prędkość czy informację o stanie zasilania, ale również pełną analizę wybranych przez siebie trybów pracy (np. uruchomienie pompy czy wykonywanie pracy pojazdu HDS).

Po przyjeździe na bazę kierowca gdzie zatankować pojazd do zbiornika wyposażonego w terminal MS PRIME, czyli element tworzący ze zbiornika „mikrostację” – kierowca samodzielnie pobiera paliwo do pojazdu, a system weryfikuje czy nie ma jakichkolwiek nadużyć (np. czy nie jest podstawiony inny pojazd niż powinien być tankowany, czy kierowca podał prawidłowy stan licznika kilometrów lub motogodzin, czy też paliwo nie jest tankowane to kanistrów lub innych baniek). Jeżeli system tylko stwierdzi, że coś odbiega od normy to natychmiast powiadomi o tym przełożonego. Osoby zarządzające natychmiast po zakończeniu tankowania mają pełną informację dotyczącą normy paliwowej, ilości przejechanych kilometrów czy wykonanych motogodzin, a sam przebieg

tankowania mogą zweryfikować na monitoringu, który zapisał całe zdarzenie. Oczywiście nasza technologia posiada dodatkowe funkcjonalności, system pamięta za nas kiedy należy zrobić następny przegląd, wymienić olej lub kiedy kończy się UDT. To samo dotyczy pracowników, gdzie otrzymujemy przypomnienia do kiedy dany pracownik ma ważne badania lekarskie czy kiedy kończą się mu specjalistyczne uprawnienia.

Kolejną ważną sprawą jest sposób dostawy paliwa do naszych klientów, gdyż każdy z nich sam decyduje czy chce indywidualnie kontrolować stan paliwa i je samodzielnie zamawiać, czy też chce ten obowiązek przenieść na naszą technologię. Nasza firma gwarantuje, że bez konieczności zamawiania paliwa dostawy będą tak realizowane w taki sposób, iż przedsiębiorcy nigdy nie zabraknie paliwa w zbiorniku. Z tej wygodnej funkcjonalności korzysta prawie 80% naszych klientów, gdyż zapewne każdemu z nich zdarzyło się w przeszłości zapomnieć zamówić paliwo. System mikrostacji jest połączony bezpośrednio z naszym modułem logistyki, który na bieżąco nie tylko analizuje bieżący stan paliwa, ale również aproksymuje przyszłe zużycie paliwa na zbiorniku, dzięki czemu można z wyprzedzeniem przewidzieć konieczność realizacji dostawy do klienta. Oczywiście dostawy

klientom planowane są automatycznie i awizowane w momencie ich zaplanowania, a sam proces dostawy paliwa klient może oglądać na żywo, gdyż zostaje mu udostępniona mapa z bieżącą pozycją cysterny, dystansem dzielący cysternę od miejsca rozładunku, jak i dokładną godzinę dostawy. Sam rozładunek jest weryfikowany za pomocą sond rzeczywistych, by nie doszło do jakichkolwiek nieprawidłowości, a z każdej dostawy klient otrzymuje nałanę w jego obecności próbkę rozjemczą gwarantującą mu najwyższą jakość dostarczonych paliw.

Na koniec miesiąca system sam generuje listy obecności pracowników rozliczając ich z punktualności, przepracowanych godzin, dni wolnych od pracy (np. urlopy, L4, rozliczenie nadgodzin), dodatkowo w pojazdach oprócz raportów zużycia paliwa czy norm paliwowych generowane są automatyczne karty drogowe. Wszystkie te dane klient może sprawdzić z dowolnego miejsca na świecie za pomocą dowolnego urządzenia mobilnego (komputer, tablet, telefon), jak również może zintegrować go z własnym systemem zarządzania lub systemem księgowym.

Reasumując, nowatorstwo polega na tym, że nie tylko oferujemy do sprzedaży poszczególne produkty, ale łączymy wszystko w jedną całość odciążając przedsiębiorców od wykonania pracy, którą wykona za nich nasz system, a dzięki temu mogą ten czas poświęcić na świadczeniu swoich usług z których mają dochody.

Jak wyglądają Państwa aktywność jako dostawcy paliw – co zmienia się na tym rynku w ostatnich latach?

Sprzedaż paliw w Ekopolu prowadzona jest zarówno do klientów końcowych, wykorzystując autocysterny, jak i do klientów odbierających samo-

dzielnie paliwo na terminalach paliw. Na podstawie podpisanych umów potrafimy dostarczyć paliwo w każde miejsce w kraju, gwarantując dostawy najwyższej jakości paliw, natomiast hurtowniom paliw umożliwiamy odbiór paliwa z wszystkich baz obsługiwanych przez PERN, grupę ORLEN czy LOTOS.

Mini-elektrownie PV – czy ta technologia może być odpowiedzią na mniejsze zapotrzebowanie na diesel ze strony motoryzacji w kolejnych latach (patrząc na politykę ekologiczną UE)?

Nasza spółka od samego początku starała się przewidywać trendy, które nastąpią w przyszłości. Kiedy wprowadzaliśmy na rynek MikroStacje to większość firm rozliczała swoje pojazdy ręcznie, a do wydawania paliwa zatrudniała dodatkowych pracowników. My już wtedy wiedzieliśmy, że ten cały proces musi zostać zautomatyzowany, dlatego teraz podjęliśmy również decyzję aby rozpocząć prace nad systemem do zarządzania energią wyprodukowaną z paneli fotowoltaicznych. Bez wątplenia nasz nowy produkt MikroSunBOX, czyli parkingowe zadaszenie fotowoltaiczne, przyjął się bardzo dobrze, już jesteśmy w trakcie pierwszych realizacji. Dzięki niemu klient nie ma konieczności montażu paneli na dachu, a produkując energię elektryczną wykorzystujemy nowoczesne i ekologiczne zadaszone miejsca parkingowe. Oczywiście wszystkie informacje są przetwarzane przez naszą technologię, tak by klient ciągle w tej samej udostępnionej przez nas aplikacji miał do dyspozycji kolejne raporty związane z generowaniem i wykorzystaniem energii elektrycznej.

Jak z Państwa perspektywy wyglądała kondycja polskiego

rynku paliw w czasie pandemii i jak wygląda obecnie?

Ze względu na fakt, że nasi klienci są bardzo zróżnicowani pod kątem prowadzonych działalności, Ekopol Górnośląski Holding w czasie pandemii nie odczuł znaczącego spadku popytu na paliwa czy inne usługi. Oczywiście, klienci z uwagi na sytuację odbierali mniej paliwa, jednak ciągle przybywający nowi odbiorcy (nawet w czasie pandemii) powodowali, że sprzedaż paliw ciągle rosła. Od początku tego roku, gdy gospodarka wraca do normalności, odnotowujemy stabilny wzrost zarówno w sprzedaży paliw do klienta końcowego, jak i hurtowni odbierających towar własnymi autocysternami. Jest to jasno widoczne w rekordowych wynikach spółki z pierwszego półrocza 2021 r. Zauważyliśmy, że ze względu na rosnące koszty pracy dużym zainteresowaniem cieszy się nasza technologia, gdyż przedsiębiorcy chcą coraz bardziej inwestować w firmie w automatyzację i informatyzację. To pozwala im bardziej efektywnie zagospodarować pracę swoich pracowników i zoptymalizować powtarzające się procesy.

Jakie plany mają Państwo na najbliższe lata w działalności na rynku paliwowym?

Na pewno będziemy dalej konsekwentnie realizowali swoją wizję sprzedaży paliw wykorzystując technologię mikrostacje.pl.

Zdajemy sobie sprawę z faktu, że klienci są coraz bardziej wymagający i oczekują od nas najwyższych standardów, dlatego też ciągle rozbudowujemy nasze urządzenia, stale podnosząc poziom obsługi naszych klientów. Na pewno będziemy na bieżąco informować rynek o najbliższych nowościach z Ekopolu.

GIGANTYCZNIE czy EKOLOGICZNIE – co możemy dla Ciebie zrobić?

WIELKI MAŁY PROJEKT OD GIGANTA DO EKO

REKLAMA Z NOGAMI DO NIEBA

Jeśli chcesz, by Twoja stacja była widoczna z daleka możesz potrzebować wysoką konstrukcję z logo Twojej marki. Słupy reklamowe to idealne rozwiązanie, gdy chcesz by Twoja firma była widoczna z daleka i przyciągała wszystkie spojrzenia. Konstrukcje reklamowe z logo są silnym lokalizatorem, który sprawia, że turyści, inwestorzy, osoby w delegacji stają się Twoimi klientami, bo zawsze znajdują właściwą drogę na autostradach, drogach krajowych, czy w środku miast. Wysokie konstrukcje reklamowe to idealna forma oznakowania restauracji drive thru, centrów handlowych, supermarketów, zakładów produkcyjnych, hal, hoteli i przede wszystkim stacji paliw.

CO MOŻEMY DLA CIEBIE ZROBIĆ W ZAKRESIE PYLONÓW, WITACZY, SŁUPÓW I KONSTRUKCJI REKLAMOWYCH?

WSZYSTKO! Sami wykonujemy audyt i próbę balonową, opracowujemy dokumentację techniczną i budowlaną, przygotowujemy projekt plastyczny i wizualizację, produkujemy, fundamentujemy, montujemy, a na końcu dostarczamy dokumentację powykonawczą oraz certyfikaty, aprobaty i atesty. Wszystko załatwiamy jednym zleceniem i oddajesz w doświadczone ręce. Można? Można!



Aleksandra Krawczyk
Manager ds. Marketingu
GRAFFICO.pl

Sięgaj nieba
z Graffico



Zobacz film
z montażu pylonu



GRAFFICO - REKLAMY DO NIEBA
www.graffico.pl

+48 693 032 503

A MOŻE GRASZ W ZIELONE?

EKO myślenie, EKO działania, EKO wizerunek – przyczyn może być wiele, ale faktem jest, że firmy obecnie są coraz bardziej EKO. Ograniczamy wydruki, segregujemy śmieci, zbieramy nakrętki, korzystamy z eko-kubków.

Stacje paliw również zmieniają się, bo zmienia się rzeczywistość, zmieniają się klienci. Czasy, gdy na CPN przyjeżdżaliśmy tylko po paliwo i choinki zapachowe już dawno minęły. Obecnie stacja paliw pełni wiele funkcji i odzwierciedla również aktualne trendy. Jednym z nich jest postawa „eko”.

Firma Graffico wspomaga ten trend przez produkcję trwałych, atrakcyjnie wizualnych i bardzo funkcjonalnych pojemników do segregacji śmieci. Mają je już stacje paliw, galerie handlowe, firmy i biurowce.

U podstaw projektowania koszy do segregacji odpadów, stoi przekonanie Graffico, że dobrze zaprojektowane przedmioty należą się każdemu. Dlatego kosze mają przede wszystkim ładny design, który występuje w dwóch modelach i dwóch rozmiarach. Pojemniki są przyjazne dla klienta, czytelnie oznakowane, wyposażone są także w bardzo intuicyjny mechanizm wymiany worków oraz szczelne rozwiązanie, które zabezpie-

cza wnętrze pojemnika przed zabrudzeniem.

Jakość wykończenia, parametry wykorzystanych materiałów wpływają na trwałość i długowieczność koszy. Dodatkowo pojemniki można ustawiać w różnych konfiguracjach modułowo, co pozwala na optymalne zagospodarowanie przestrzeni na stacji paliw. Dużym atutem koszy jest również możliwość personalizacji, która współgra z marką lub z otoczeniem.

A Twoja stacja gra w zielone?

Jeśli tak, firma GRAFFICO zaprasza do współpracy:)

NAKRĘĆ SIĘ NA EKO
kosze do segregacji



www.graffico.pl

 GRAFFICO - REKLAMY DO NIEBA

 +48 693 032 503

Pralko-suszarka na stacji paliw z parkingiem TIR

Gabriela Kozan

WIELE PARKINGÓW CZY STACJI PALIW UMOŻLIWIA ZATRZYMANIE SIĘ PRZEZ KIEROWCÓW AUT CIĘŻAROWYCH I UDOSTĘPNIĄ TAM SKORZYSTANIE Z PRYSZNICÓW, TOALET, BARÓW I RESTAURACJI, A NAWET CZASEM OFERUJE USŁUGĘ HOTELOWĄ. TERAZ W MIEJSCACH, GDZIE JEST MOŻLIWE BĘDĄ MOĞY POWSTAWAĆ PRALKI AUTOMATYCZNE Z SUSZARKAMI.

Państwowa Inspekcja Pracy wymaga, aby pracodawca zapewnił pracownikom czystą odzież roboczą. W przypadku kierowców samochodów ciężarowych, których specyfika pracy często uniemożliwia utrzymanie ubrań w czystości, nie jest to zadanie łatwe. Kierowcy jednak zatrzymując się na postój na parkingach czy stacjach paliw mogą skorzystać z usługi pralko-suszarek, a pracodawca może im taką usługę finansować, podobnie jak działają karty z benefitami na posiłki czy kluby sportowe.

Fundusz Assay już dwa lata temu zapowiadał, że do 2024 r. zainstaluje 100 pralko-suszarek pod marką Break&Wash. Pierwszy automat powstał w miejscowości Promna-Kolonia, a w ostatnim czasie zaczęło ich przybywać.

Z pralko-suszarki na stacjach korzysta się w taki sam sposób jak z każdego innego automatu vendingowego. Za usługę można dokonać płatności gotówką, kartą płatniczą, kartą przedpłaconą przez pracodawcę lub kartą przedpłaconą przez osobę prywatną i wybrać jeden z trzech programów prania. Usługa prania kosztuje 15 zł, su-

szczenia 8 zł. Obok pralko-suszarek zlokalizowane są automaty sprzedażowe ze środkami piorącymi za 1 zł. Pranie, w zależności od wybranego programu, trwa od 20 do 45 minut i można wybrać 3 temperatury prania w zależności od potrzeb. Suszenie zajmuje 20 minut. Użytkownik może korzystać z urządzeń 24h na dobę. Włożenie ubrań do pralki i wybranie odpowiedniego programu spowoduje aktywację pralki, po upraniu odzież należy przełożyć do suszarki i aktywować suszenie, które trwa 20 minut. Taki dobór programów oznacza, że pranie wraz z suszeniem odzieży można zrealizować w krócej niż godzinę. W tym czasie kierowca może odpocząć, zatankować i zjeść posiłek w barze czy restauracji.

Właściciele stacji paliw, którzy mają możliwość zagospodarowania dodatkowego miejsca w sąsiedztwie stacji mogą rozważyć zainwestowanie w bezpieczny parking. Komisja Europejska zabezpieczyła 60 mln euro na budowę bezpiecznych parkingów i strzeżonych parkingów (SSTPA). Kwota 20 mln euro pochodzi z funduszy CEF, natomiast 40 mln z programu Po-



lityki Spójności UE. KE udostępni także 1,4 mld euro na wsparcie europejskiej infrastruktury transportowej.

Bezpieczne i strzeżone parkingi mają być zlokalizowane wzdłuż głównych dróg, co około 100 km. W Europie obecnie jest ok. 300 tys. miejsc parkingowych, ale potrzeba o jedną trzecią więcej, dodatkowo zaledwie 7 tys. miejsc z istniejących jest certyfikowanych i oznakowanych jako bezpieczne.

Rozwiązanie pralko-suszarek kierowane jest przede wszystkim do kierowców zawodowych i wszystkich osób w dłuższej podróży, np. na campin-gach. Pomysłodawcom biznesu spółce Break&Washchodzi o podniesienie komfortu podróżnych, a taki cel poniekąd wpisuje się w globalny trend ekonomii współdzielenia i wykorzystywania określonych dóbr i zasobów. Na tym modelu opiera się m.in. system



wypożyczania rowerów, hulajnóg, samochodów, biur coworkingowych, akcji wymiany ubrań, carpoolingu czy crowdfundingu. Wśród korzyści wynikających z rozwijania ekonomii współdzielenia wymienia się między innymi ograniczenie zużycia zasobów, oszczędności czy budowanie zaufania między ludźmi. Spółka Break&Wash rozwija sieć w Polsce, a w przyszłym roku planuje ekspansję na rynki europejskie.

JAK SIĘ NA TYM ZARABIA?

Pralniomat – połączenie pralki i suszarki, które jest intuicyjne i łatwe w obsłudze. Posiada 3 programy prania oraz 2 programy suszenia. Za usługę można zapłacić za pomocą monet, kart płatniczych, żetonów oraz kart pre-paid. Urządzenie ma wersję, która może być zainstalowana wewnątrz budynku np. w części sanitarnej przeznaczanej dla kierowców oraz opcję zewnętrzną.

Marka Break&Wash jest otwarta na różne formy współpracy z właścicielami stacji paliw i wspiera ich zarówno na etapie wyboru najbardziej optymalnej formy współpracy, jak również później, oferując wsparcie techniczne. Dla stacji usługa jest realizowana kompleksowo tj. operator dostarcza urządzenia, dostosowuje istniejące pomieszczenie, a także jeżeli jest taka potrzeba wprowadza media na zewnątrz pod naszą zabudowę zewnętrzną. Podłączenia wody i odpływu są technologicznie zabezpieczone przed zamarzaniem –

zabudowa zewnętrzna także posiada swój system ogrzewania co pozwala utrzymywać odpowiednią temperaturę potrzebną do poprawnego działania urządzeń na zewnątrz.

Urządzenie można nabyć na zasadach typowej franczyzy lub podjąć współpracę Break&Wash na zasadach „biznes partner” – w tej opcji współpracy nie ma kosztu wejścia i wpłaty udziału za urządzenie, bowiem maszyna jest własnością, a partner musi jedynie zagwarantować przyłącza do wody, odpływu, energii elektrycznej oraz udostępnić media. Firma Break&Wash umożliwia też zakup maszyny na własność. Warto wspomnieć, że koszty zużycia mediów są na poziomie 10 proc. wartości obrotu. Bez względu na wybrany rodzaj współpracy Break&Wash oferuje wsparcie techniczne, serwis maszyn czy kwestie marketingowe. W przyszłości operator udostępni użytkownikom aplikację, umożliwiającą sprawdzenie dostępności automatów w czasie rzeczywistym.

Na razie pralniomaty Break&Wash dostępne są na 6 stacjach, ale firma Break&Wash chce mieć ich jeszcze w tym roku 40 na stacjach paliw w całym kraju. Drogą do wzrostu liczby dostępnych urządzeń jest zgoda Generalnej Dyrekcji Dróg Krajowych i Autostrad, która umożliwia umieszczenie maszyn na pierwszych stacjach MOP-ach, czyli w Miejscach Obsługi Podróżnych przy autostradach. Docelowo pralniomaty mogłyby pojawić się na

Nasz pomysł ma zastosowanie wszędzie tam, gdzie ludzie przebywają co najmniej kilka dni poza miejscem zamieszkania. Kierowcy, którzy są w trasie przez tydzień lub dłużej nie mają wyboru. Mogą wyprać ubrania pod prysznicem, w misce albo w naszej maszynie. Dlatego nie musimy kierowców zawodowych do tego rozwiązania przekonywać. Gdy montujemy nasze pralnie na stacjach, to najczęściej za plecami mamy już kierowców, którzy dopytują, kiedy będą mogli z nich skorzystać. Nasze automaty są rozwiązaniem dla tych, którzy są w podróży.

**Krzysztof Lubiszewski,
Break&Wash**

wszystkich MOP-ach w Polsce oraz stacjach a także na stacjach z dużymi parkingami, gdzie wydzielone są miejsca dla kierowców TIR-ów.

Branża paliwowa – jak mówi pomysłodawca marki Krzysztof Lubiszewski – cały czas szuka nowych pomysłów na przyciągnięcie klientów. Jego zdaniem potrzeba usług zwiększających konkurencyjność jest tam dość duża.

Pomysł pralniomatów spodobał się już sieci stacji Shell na tyle, że wspólnie z Break&Wash urządzenia zostaną zainstalowane na wszystkich nowopowstałych stacjach tej marki. Natomiast na stacjach już istniejących pojawiają się jako urządzenia zewnętrzne.

Zwiększająca się popularność automatów do prania odzieży wygodą, jaką dają kierowcom zawodowym w podróży sprawi, że za jakiś czas rozwiązania takie staną się standardem i miejsca, które nie oferują takich udogodnień na parkingach dla TIR-ów stracą na atrakcyjności. ■

Stacje paliw – nowoczesne centra wielobranżowe

Autor: Rafał Pietrasina, prezes zarządu Anwim S.A.

Nowoczesne stacje paliw to miejsca, w których można zatankować paliwo, zjeść smaczny posiłek, zrobić zakupy i skorzystać z ciągle rosnącego portfolio usług. Oferta pozapaliwowa jest coraz ważniejszym obszarem funkcjonowania w sektorze. Strategie biznesowe wielu sieci stacji paliw dążą do zrównania struktury przychodów obszaru paliwowego z tzw. „non-fuel”. W tym celu asortyment sklepowy jest stale poszerzany, a menu gastronomiczne coraz bogatsze i dostosowane do zróżnicowanych preferencji konsumentów. Wszystko po to, by skłonić klientów do zatrzymania się na stacji paliw na dłużej i spędzenia na niej czasu w przystacym bistro przy kawie i przekąsce.

HOT-DOGI I NIE TYLKO

Niemal każda stacja paliw, czy to zlokalizowana w dużym mieście, czy przy lokalnej drodze w niewielkiej miejscowości, oferuje rozbudowaną ofertę gastronomiczną. W rozwoju konceptów gastronomicznych kluczowy jest dobór asortymentu, który jest nie tylko zgodny z oczekiwaniami konsumenta, ale także oferuje nowe, atrakcyjne produkty.

W koncepcie gastronomicznym sieci MOYA w dalszym ciągu najchętniej kupowanym produktem jest kawa. Jeżeli zaś chodzi o przekąski – tutaj niezmiennie dominują hot-dogi. Caffè MOYA oferuje jez parówkami tradycyjnymi, parówkami z szynki, kabanosami, kielbasą polską i kielbasą białą. Wszystkie występują w wariantach standardowych, jak i „XXL”. Smak może wzbogacić wybór sosów – od klasycznych: ketchup, musztardę czy czosnkowy, po bardziej wyrafinowane, jak tysiąca wysp, duńską Remoulade czy sałkę Mexicana. We wrześniu br. do sprzedaży wprowadziliśmy nowość: bekon dogą z parówką o smaku bekonu.

Jednak, nie samymi hot-dogami Caffè MOYA stoi. Popularne są tu także zapiekanki, świeże kanapki oraz pizze, które wkomponowały się na stałe w menu.

Warto przy tej okazji wspomnieć także o nowościach, które pojawiły się na przestrzeni ostatniego roku. Są to m.in. burgery w wersji zarówno z wołowiną, jak i panierowanym kurczakiem czy nowe warianty zapiekanek (m.in. wegetariańska caprese), które notują bardzo dobre wyniki sprzedaży. Oprócz tego pojawiły się nowości na słodko, jak np. gofry. Wszystkie pozycje, które znajdują się w menu Caffè MOYA są wynikiem naszych wewnętrznych analiz oraz badań rynkowych, dzięki którym jesteśmy w stanie bezbłędnie ocenić aktualne potrzeby konsumentów. Dzięki temu nie tylko odpowiadamy na panujące w branży trendy, ale również sami je kreujemy.

CAFFÈ MOYA A PANDEMIA

W wyniku pandemii COVID-19, rynek uległ pewnemu przeobrażeniu. Zauważyliśmy, że konsumenci szczególnie uwagę przykładają do dbania o siebie i swoje zdrowie. Zwiększyła się zatem potrzeba wprowadzenia do oferty stacji paliw produktów świeżych, takich jak np. sałatki, zupy, kanapki robione na miejscu ze świeżych składników czy wypiekane na miejscu zapiekanki i pizze. Dlatego też rozszerzamy nasze menu właśnie pod tym kątem. Coraz bardziej popularne są

także produkty wegańskie. Wkrótce w naszym portfolio pojawią się nowości w tym obszarze.

Przed wszystkim jednak w koncepcie Caffè MOYA stawiamy na jakość, oryginalność i szeroki wachlarz wyboru. Dziś możemy śmiało powiedzieć, że w dziedzinie gastronomii staliśmy się rynkowymi liderami i mamy knowhow do tego, by nadal się rozwijać. Chcemy oferować klientom po prostu to, co lubią i w ten sposób spełniać ich oczekiwania.

ZAKUPY NA DROGĘ I DO DOMU

W wyniku pandemii istotnej zmianie uległy również zwyczaje zakupowe wśród konsumentów. Chcą oni kupować częściej, ale w małych ilościach i co istotne, blisko domu. Chcemy się wpasować w ten trend. Uznaliśmy w związku z tym, że konkurencją dla nas są nie tylko inne stacje paliw, lecz również sklepy małoformatowe. Z tego powodu obecnie nasza oferta jest bardzo szeroka i wciąż staramy się ją rozbudowywać. Dawniej na półkach sklepu przy stacji paliw wystarczyło umieścić 300 produktów. Dzisiaj trzeba mieć ich nawet półtora tysiąca. Mocno stawiamy na rozwój produktów marki własnej. Naszą ambicją jest





marzę pozapaliwową. W tych lokalizacjach zależy nam na podtrzymaniu samoobsługowego charakteru przejmowanych stacji, ponieważ klienci tej sieci są do tego przyzwyczajeni. Rozwiązaniem, które już wkrótce pojawi się na niektórych obiektach MOYA express jest vending. Chodzi o to, by na klienci oprócz paliwa mogli zaopatrzyć się także w dobrej jakości kawę. Innym produktem dostępnym z automatu będzie płyn do spryskiwaczy. Rozwiązanie to jest nie tylko pragmatyczne, ale także ekologiczne.

WIELOBRANŻOWA CENTRA USŁUG

Pomimo wielu zmian na rynku, stacje rzecz jasna nie rezygnują z przydatnych kierowcom rozwiązań, jak np. kompresory, odkurzacze czy myjnie bezdotykowe. Co więcej, na wielu obiektach dostępne są także usługi, takie jak np. Paczkomaty czy punkty odbioru przesyłek DHL, bankomaty, wpłatomaty, a także punkty szybkiego ładowania aut elektrycznych. Stacje powoli ewoluują w kompleksowe centra handlowo-usługowe i ten trend będziemy podtrzymywać.

Podsumowując, oferta pozapaliwowa zawsze stanowiła istotną rolę w rozwoju stacji paliw. Wyniki w tym obszarze rosną z roku na rok w dynamicznym tempie. Struktura kategorii

się zmienia, bo trendy konsumenckie i nawyki żywieniowe również się zmieniają. Niezmienne jest to, że chcemy oferować klientowi wiele nowości. Chcemy ich zaskakiwać i dawać szeroki wybór. W ciągu ostatniej dekady stabilnie rósł także udział marek własnych. Dziś konsument chętniej sięga po produkty z tego obszaru, nie tylko z uwagi na cenę, ale również ich jakość. Ten kierunek jest rozwojowy i na pewno będziemy mocno w niego inwestować.

Należy spodziewać się zmian w zachowaniu konsumentów, którzy są zmęczeni pandemią i szukają normalności. Niezmiennie istotną rolę odegra bliskość klienta, zapewnienie mu wygody, bezpieczeństwa, dostępności oferty i wysokie standardy. Wszystkie trendy weryfikują klienci, a potencjał drzemie w zrozumieniu jego potrzeb.

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 dystrybutor zapewniający 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.

uzyskanie poziomu powyżej 30 proc. udziału „privatelabel” w poszczególnych kategoriach produktowych i 20 proc. w obrocie całego sklepu. Przy obecnej dynamice wzrostu sieci MOYA i zmieniających się preferencjach klientów, którzy są bardziej skłonni do zakupów produktów właśnie z tego segmentu, szacujemy, że poziom ten osiągniemy w ciągu najbliższych kilku lat. Na przestrzeni ostatniego roku pojawiło się sporo nowości produktów marki MOYA, m.in. soki owocowe, żelki, zawieszki zapachowe i zapalniczki w nowej odsłonie, płyn wirusobójczy i inne.

KAWA? RÓWNIEŻ NA MOYA EXPRESS

Ofertę produktów pozapaliwowych rozwijamy także na stacjach samoobsługowych. W kilku lokalizacjach planujemy postawić sklepy. Tam, gdzie nie będziemy mogli tego zrobić, chcemy testować inne rozwiązania, które pozwolą nam generować dodatkową

KONTAKT:



Dział Komunikacji Anwim S.A.
pr@anwim.pl
 tel. +48 506 494 881

Myjnia samochodowa a pozwolenie wodnoprawne na odprowadzanie ścieków

część pierwsza

Prowadzenie myjni samochodowej w ramach stacji paliw wiąże się z powstawaniem ścieków zawierających substancje szczególnie szkodliwe dla środowiska wodnego, co pociąga za sobą obowiązek uzyskania pozwolenia wodnoprawnego na podstawie ustawy z dnia 20 lipca 2017 r. Prawo wodne (PW).

Zgodnie z art. 389 pkt 1 i 2 PW pozwolenie wodnoprawne jest wymagane na usługi wodne i szczególne korzystanie z wód.

Jednym z przypadków szczególnego korzystania z wód jest „wprowadzanie do urządzeń kanalizacyjnych będących własnością innych podmiotów ścieków przemysłowych zawierających substancje szczególnie szkodliwe dla środowiska wodnego określone w przepisach wydanych na podstawie art. 100 ust. 1” (art. 34 pkt 3 PW). Definicja ścieków przemysłowych przywołana w powyższym przepisie zawarta jest w art. 16 pkt 64 PW i stanowi ona, iż „rozumie się przez to ścieki niebędące ściekami bytowymi albo wodami opadowymi lub roztopowymi, powstałe w związku z prowadzoną przez zakład działalnością handlową, przemysłową, składową, transportową lub usługową, a także będące ich mieszaniną ze ściekami innego podmiotu, odprowadzane urządzeniami kanalizacyjnymi tego zakładu”.

Niewątpliwie ścieki powstające w trakcie pracy myjni samochodowej są ściekami przemysłowymi, powstają bowiem w związku z działalnością usługową prowadzącego myjnię i nie są ściekami bytowymi ani wodami opadowymi

lub roztopowymi. Jak jednak wynika z art. 34 pkt 3 PW, jedynie wprowadzanie ścieków przemysłowych do urządzeń kanalizacyjnych będących własnością innych podmiotów (pierwszy warunek) a ponadto ścieków przemysłowych zawierających substancje szczególnie szkodliwe dla środowiska wodnego określone w przepisach wydanych na podstawie art. 100 ust. 1 PW (drugi warunek) wymaga uzyskania pozwolenia wodnoprawnego.

W praktyce zakładać należy, że pierwszy warunek spełniony jest zawsze, albowiem ścieki przemysłowe powstające w trakcie pracy myjni wprowadzane

są do urządzeń kanalizacyjnych będących własnością innych podmiotów.

Praktyka pokazuje również, że w działalności myjni samochodowych spełniony jest również warunek drugi. Wydane na podstawie art. 100 ust. 1 PW rozporządzenie Ministra Gospodarki Morskiej i Żeglugi Śródlądowej z dnia 28 czerwca 2019 r. w sprawie substancji szczególnie szkodliwych dla środowiska wodnego, których wprowadzanie w ściekach przemysłowych do urządzeń kanalizacyjnych wymaga uzyskania pozwolenia wodnoprawnego wśród substancji szkodliwych dla środowiska wśród substancji szczególnie szkodliwych dla środowiska wodnego wymienia m. in. fosfor i związki fosforu oznaczone jako fosfor ogólny oraz węglowodory ropopochodne.

Są to substancje, które w ściekach przemysłowych powstałych w trakcie pracy myjni występują (fosfor z uwagi za zastosowane środki czyszczące) bądź z których obecnością należy się liczyć (paliwo, oleje i smary które mogą wyciekać z pojazdów).

ciąg dalszy w następnym numerze

Piotr Folgier – radca prawny
Kancelaria Ostrowski i Wspólnicy
Sp.k.
krajpodatkowy.ostrowski.legal
ostrowski.legal



Wchodzi w życie 1 stycznia 2022 r.

Obowiązkowe nowe oznakowanie dystrybutorów paliw i pistoletów

Gabriela Kozan

W Dzienniku Ustaw Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 23 września 2021 r. pod pozycją 1738 opublikowano Rozporządzenie Ministra Klimatu i Środowiska z dnia 31 sierpnia 2021 r. w sprawie sposobu informowania o rodzaju paliwa ciekłego wykorzystywanego do napędu pojazdu samochodowego oraz oznakowania miejsc tankowania pojazdu samochodowego takim paliwem. Obok znanych nam dziś skrótów ON i przekreślonego Pb już od stycznia obowiązkowo pojawią się nowe. Dzięki nim kierowcy mają uniknąć pomyłek polegających na zatankowaniu niewłaściwego paliwa.

Rozporządzenie dotyczy ustawy z dnia 25 sierpnia 2006 r. o systemie monitorowania i kontrolowania jakości paliw i określa szczegółowy sposób oznakowania pistoletów wydawczych i dystrybutorów, wskazujący na rodzaj wydawanego paliwa ciekłego oraz formułowania i udostępniania informacji o rodzaju paliwa ciekłego wykorzystywanego do napędu pojazdu samochodowego. Informacje te muszą być umieszczane w instrukcji obsługi tego pojazdu, na korku lub klapce wlewu paliwa ciekłego lub w pobliżu tego korka lub tej klapki, na terenie placówki handlowej prowadzącej sprzedaż pojazdów silnikowych.

Do oznakowania dystrybutorów i pistoletów wydawczych używanych do paliw ciekłych oraz formułowania i udostępniania informacji o rodzaju paliwa ciekłego wykorzystywanego do napędu pojazdu samochodowego stosuje się co najmniej umieszczony



w widocznym miejscu identyfikator, w środku którego zamieszcza się symbol w kolorze czarnym na białym albo srebrnym tle wewnętrznym.

Dla benzyny – E5, E10 i E85. Oznaczenia będą przedstawione w kółku. Informacje wewnątrz znaku odnośnie zawartości biokomponentów wynoszą „Exx”, z czego „E” oznacza etanol a „xx” maksymalną ilość etanolu, jaką można stosować w pojeździe.

Dla oleju napędowego – B7, B10 i XTL. Oznaczenia będą przedstawiane w kwadracie. „B” oznacza biodiesel, liczba obok litery to maksymalna ilość biodiesla dopuszczalna w danym pojeździe. XTL to nierafinowany olej napędowy.

Dla paliw gazowych – H2, CNG, LPG i LNG. Oznaczenia będą przedstawiane w rombie. H2 to wodór, CNG to sprężony gaz ziemny, LNG to skroplony gaz ziemny a LPG to gaz płynny.

Etykieta to po prostu narzędzie wizualne, które pomaga konsumentom zweryfikować, czy wybierają paliwo odpowiednie dla ich pojazdów. Należy jedynie dopasować naklejkę na swoim samochodzie do odpowiadającej jej etykiety na dystrybutorze paliwa.

Rozporządzenie wchodzi w życie z dniem 1 stycznia 2022 r.

Z treścią rozporządzenia można się zapoznać na stronie <https://dziennikustaw.gov.pl/D2021000173801.pdf> ■

Shell – zaufany partner biznesowy



Łukasz Orzechowski,
dyrektor ds. rozwoju sieci stacji
w Shell Polska



Jak wygląda przyrost stacji franczyzowych Shell na tle całej sieci w ostatnich miesiącach i latach?

Aktualnie nasza sieć w Polsce liczy 430 stacji, z czego 53 to stacje partnerskie. Przed 2019 rokiem otwieraliśmy średnio po 3-4 stacje franczyzowe, ale w ciągu ostatnich dwóch lat znacząco przyspieszyliśmy. W 2020 roku, mimo pandemii, otworzyliśmy 12 stacji, w tym roku planujemy, aby było ich

Jakie kryteria musi spełnić stacja, aby stać się stacją partnerską Shell?

Wszystko zaczyna się od kryterium lokalizacji. Chcemy być obecni przy najważniejszych drogach – krajowych, szybkiego ruchu i autostradach, aby klient mógł do nas z łatwością dotrzeć. Staramy się unikać też zjawiska tzw. kanibalizacji punktów, czyli tworzenia ich w małej odległości od siebie. Jednak czasami paradoksalnie otwie-

ranie stacji w bliskim sąsiedztwie już istniejących punktów też ma sens, jeśli docieramy z ofertą do różnych typów odbiorców. Ze względu na to, że czasem część kosztów inwestycji jako Shell bierzemy na siebie, tj. całe obramowanie stacji, musimy być pewni, że docelowo osiągniemy minimalne założone wskaźniki ekonomiczne. Kwestie finansowe nie są jednak dla nas najważniejsze – kluczowy jest wizerunek naszego brandu. Partnerzy, z którymi będziemy współpracować, muszą spełnić wszystkie normy bezpieczeństwa obiektu, inaczej nie mogą otworzyć się pod naszym szyldem. Z doświadczenia wiem, że partnerzy dbają o swoje stacje i nie było jeszcze takiej sytuacji, jednak musimy mieć to zawsze na uwadze. Dobro, zadowolenie i bezpieczeństwo klientów i pracowników naszych partnerów jest dla nas kluczowe.

Ile trwa proces dołączenia do sieci i z jakim czasem prac prawnych i ewentualnie budowlanych się wiąże?

Nie ma jednej dobrej odpowiedzi na to pytanie. Wszystko jest zależne od stanu zaawansowania budowy obiektu. Najczęściej spotykamy się z trzema procesami.

Pierwszy to przejęcie istniejącego punktu, w którym wystarczy zrobić rebranding. Unikamy w ten sposób prowadzenia znaczących i czasochłonnych prac budowlanych, dlatego możliwe jest otwarcie stacji nawet do trzech miesięcy od rozpoczęcia działań.





ARTYKUŁ SPONSOROWANY

Podobnie jest w sytuacji, gdy partner buduje swoją pierwszą stację, ale dopiero w ostatnim momencie podejmuje decyzję, pod jakimi barwami chce prowadzić biznes, decydując się na współpracę z nami.

Trzecia, najdłuższa droga pojawia się wtedy, gdy partner dopiero kupił działkę i planuje zbudować na niej stację partnerską. Wówczas mamy do czynienia z perspektywą 2-5 lat. Często należy zmienić Plan Zagospodarowania Przestrzennego, jeśli nie zawiera on możliwości budowy stacji paliw i uzyskać wszystkie pozwolenia. Instalacje związane z paliwem są powiązane z konkretnymi urzędami, w których wszystko musi zostać zaakceptowane. I bardzo słusznie – musimy zapewnić bezpieczną obsługę. Partner też musi zaprojektować stację i porozumieć się z wieloma firmami, które mu w tym pomogą. Tutaj zawsze służymy pomocą w analizie potrzeb, potencjalnych zagrożeń, ale i sprawdzonych rozwiązań. Chętnie również wskazujemy sprawdzone firmy na prośbę partnera.

Jakie są wymierne korzyści przynależności do sieci?

Korzyści ze współpracy jest naprawdę dużo. Jesteśmy globalną marką znaną na całym świecie i to przyciąga wielu

partnerów chcących współpracować pod tak znanym brandem. Mamy najlepsze paliwa, które zawierają unikatową technologię DYNAFLEX pomagającą czyścić silnik i zwiększać osiągi. Ich jakość jest regularnie weryfikowana w niezależnych badaniach prowadzonych przez UOKiK. W tym roku 4. raz z rzędu nasze paliwa premium dostały Złoty Laur Klienta. Aż 40 proc. głosujących uznało nasze produkty za najlepsze, co czyni nas liderem w tej kategorii.

Wielu dilerów samochodowych poleca nasze oleje, które są testowane na torach Formuły 1. I tutaj przechodzimy do motorsportu. Siłą marki jest skojarzenie z torami wyścigowymi i naszymi wieloletnimi partnerami – Scuderia Ferrari, BMW M czy Ducati. Jako Shell regularnie organizujemy promocje związane z gromadzeniem kolekcji samochodów wyścigowych, które przyciągają reszcie klientów. Nasi partnerzy zawsze mogą brać udział we wszystkich organizowanych przez nas promocjach, a my aktywnie promujemy je marketingowo. Świetnym przykładem jest akcja „Wtorki i czwartki z Shell V-Power”, w ramach której klienci mogą tankować w te dni tygodnia paliwa premium w cenie paliw

podstawowych: we wtorki Shell V-Power 95, a w czwartki Shell V-Power Diesel. Na ten moment niemal wszystkie nasze stacje franczyzowe biorą udział w tej promocji. Mamy również świetną ofertę rabatową co czyni nas konkurencyjnymi. Zawsze słuchamy naszych partnerów i dostosowujemy się pod potrzeby ich klientów.

Kawa i przekąski to dla wielu kierowców obowiązkowy element podróży, dlatego wprowadziliśmy ostatnio nowy koncept kawiarniano-gastronomiczny Shell Café. W ramach współpracy z partnerami oferujemy eleganckie, wygodne wyposażenie kawiarni, przeszkolenie pracowników z obsługi baristycznej i ziarna pozyskiwane ze zrównoważonych źródeł.

Jesteśmy też firmą, która silnie wspiera zrównoważony rozwój i jest to widoczne na naszych stacjach. Doradzamy naszym partnerom inwestowanie w energooszczędne oświetlenie LED, zamykane lodówki czy drobniejsze rzeczy jak odpowiednia farba do sufitu. Dzięki tej ostatniej skutecznie zmniejszamy wymianę ciepła w bu- ▶

► dynku, czyli mniej wychładzamy zimą i mniej nagrzewamy latem. Natomiast wspomniane zamykane lodówki pozwalają utrzymać odpowiednią temperaturę, co wpływa na zmniejszenie zużycia CO₂ – rocznie o 2 tys. ton mniej. Nasi partnerzy wprowadzają też własne rozwiązania. Przykładowo stacja w Kątach Wrocławskich wyłożyła przed stacją kostkę brukową, która utlenia szkodliwe tlenki azotu zawarte w spalinach.

Jak wygląda swoboda decydowania w poszczególnych aspektach biznesu franczyzobiorcę związanego umową?

W ramach współpracy pozostawiamy dosyć dużą swobodę działania naszym partnerom. Nasza oferta licznych akcji promocyjnych, produktów gastronomicznych nowej marki Shell Café czy innych aktywności mają zachęcać, ale nie obliżować. Pozwalamy partnerom

Pozwalamy partnerom na rozwój ich własnego biznesu, ale cały czas pozostajemy do dyspozycji jako zaufani doradcy. Z chęcią dzielimy się naszymi dobrymi praktykami z zakresu jakości obsługi, a nasi partnerzy chętnie je wdrażają.

na rozwój ich własnego biznesu, ale cały czas pozostajemy do dyspozycji jako zaufani doradcy. Z chęcią dzielimy się naszymi dobrymi praktykami z zakresu jakości obsługi, a nasi partnerzy chętnie je wdrażają. Chcemy, aby nasi klienci czuli się tak samo na stacji włas-

nej, jak i partnerskiej Shell. Dążymy do tego, aby widzieli jednolity standard. Jedynie w przypadku obrotów paliwem nie ma dowolności, ponieważ chodzi o bezpieczeństwo.

Czy prowadzą państwo choćby ogólną statystykę przejść z innych sieci franczyzowych do Shell? Jakże są tutaj motywacje franczyzobiorców?

Jako jeden ze światowych liderów rynku paliwowego naszą dużą siłą jest rozpoznawalność naszego logo. W Polsce mamy mniej stacji niż niektóre konkurencyjne firmy, ale dzięki temu zmniejsza się ryzyko „kanibalizmu” naszych stacji, o którym wspominałem wcześniej. Naszymi głównymi zaletami jest silne wsparcie i dzielenie się naszym know-how. Partnerzy cenią sobie swobodę w prowadzeniu biznesów, którą im dajemy. I podkreślę jeszcze raz – mamy naprawdę konkurencyjne rabaty.

Na ile zawierane są umowy franczyzowe z operatorami stacji?

Zgodnie z prawem maksymalny okres, na który możemy zawierać umowy franczyzowe, wynosi 5 lat. Chcielibyśmy na dłużej, ale nie jest to możliwe z przyczyn prawnych. Co do zasady partnerzy przedłużają współpracę z nami na kolejne lata.



Nakrycia głowy dla odważnych

dr Jakub Bogucki

Ten tekst powstał wskutek pewnej przypadkowej iskry inspiracji, która pojawiła się po lekturze wywiadu ze Stefanem Chwinem, który mówił o aktualnej modzie Polaków: *Wszyscy mają kurtki. Cały naród w kurtkach! Kobiety i mężczyźni. Znaleźć kogoś w płaszczu i kapeluszu to prawdziwy wyczyn. Nasz naród kapeluszników raczej mocno nie lubi*¹⁾. Dyskomfort pisarza jest zrozumiały dla każdego, kto przyjrzy się ewolucji estetyki ubioru w ostatnich dziesięcioleciach. W obliczu zatracania się ścisłego podziału na formalne i nieformalne stroje człowiek ubierający się klasycznie wygląda niczym przebieraniec. Nie chcemy jednak na tych łamach gderać i narzekać, że tak wiele osób woli wyglądać „nowocześnie”. Pojmijmy natomiast – dla tych, którzy sprawę wyglądu nie traktują z obojętnością (bądź co gorsza – z infantylnym „buntownictwem”) – sprawę obrony zapomnianych w Polsce nakryć głowy, które jak najściślej wpisują się w kanon męskiej elegancji.

KOWBOJ CZY INDIANA JONES?

Kapelusz jest chyba najbardziej poniechanym z klasycznych elementów męskiej garderoby ostatnich lat. Budzi dziesiątki skojarzeń, które mogą zaseregować jego użytkownika w oczach otoczenia. Idiotyczne pytania typu „gdzie masz rewolwery, kowboju?” albo skojarzenia z muszkietierem/In-

dianą Jonesem/Amiszem/rabinem/Meksykaninem/detektywem – to chleb powszedni wszystkich, którzy spróbowali kiedyś wdziać na głowę to nakrycie. Tymczasem kapelusz w stylizacjach klasycznych bynajmniej nie jest kowbojski ani meksykański. Do tego wykonany często ze szlachetnych materiałów, przez dobrych rzemieślników i kosztuje tyle, że większość bejsbolówek może się schować...

Przedmiotem zasługującym na osobny materiał jest kapelusz letni – który w ostatnich latach wraca do łask głównie w wersji słomianej bądź imitującej naturalne tworzywo. Tutaj więc nie skupimy się na panamach czy trilby, które w rozmaitych krojach można

kupić nawet w popularnych sieciówkach. Ich formalność jest jednak niska – mimo niewątpliwego uroku nie nadają się do łączenia z ubraniem w konwencji formalnej. Cowboy hat także może uchodzić za nieodpowiedni ze względu na nadmierną dekoracyjność i specyficzny „frywolny” sznyt, jaki nadaje całemu strojowi.

Inaczej ma się rzecz z klasycznym modelem fedora czy homburg. To modele, które przez lata stanowiły fundament estetyczny męskiej elegancji i dziś stanowią również fenomenalne uzupełnienie stylistyczne. Muszą jednak korespondować kolorystycznie z całością stroju i być wykonane z dobrych włókien czy włosów. Fedora to ►



1) <http://prestiztrojmiasto.pl/magazyn/63/kultura/stefan-chwin-nigdy-nie-czulem-sie-wolnym-czlowiekiem>

- ▶ kapelusz o szerokim rondzie, z wklęsłą fałdą, która jest dodatkowo ściśnięta w bocznej części kapelusza. Kto chciałby przykładu? Polecam filmy „Casa blanca” Michaela Curtiza czy „Samuraj” Jean-Pierre’a Melville’a.

Jeszcze bardziej klasyczny – choć dzisiaj wyglądający staroświecko – może być homburg, spopularyzowany przez Edwarda VII w początkach stulecia i stanowiący w swojej epoce alternatywę dla cylindra. Dzisiaj widać go zdecydowanie rzadziej nawet w ofercie specjalistycznych sklepów, ale warto o nim wspomnieć, jako o spełniającym wszelkie kryteria elegancji i formalności. Niestety w polskiej rzeczywistości kojarzyć się może nieszczerze – wszak homburg nosił Stanisław Anioł, „gospodarz domu” przy ul. Alternatywy 4 w serialu Stanisława Barei, co raczej nie będzie zachętą dla tych, którzy widzieli arcykreację Romana Wilhelmięgo.

W przypadku najklasyczniejszych nakryć głowy – cylindra czy melonika – zauważyć trzeba, że są one dzisiaj wyjątkowo rzadkie i jako takie uznać je należy za trudne do codziennego zastosowania. Pielęgnować się je głównie w szczególnych, ceremonialnych okolicznościach wśród elit brytyjskich, ale próba ich noszenia w rodzimych warunkach musi być wyważona i adekwatna do podniesłego charakteru uroczystości. Inaczej sprawią one wrażenie określane po angielsku jako „being overdressed” – a stąd już tylko krok od wyłupu.

BYĆ JAK PEAKY BLINDERS

Fenomen popularności brytyjskiego serialu może chyba przyczynić się do częściowego zdmuchnięcia kurzu z męskiego kaszkietu, który w polskich warunkach nie miał dobrej pra-

sy. Kojarzony choćby z pomnikowym Leninem czy z wiejskim fornałem, stał się raczej przejawem „małomiatieczkowego gustu” w okresie PRL, co było chyba nie do końca sprawiedliwe, podobnie zresztą jak los baskijskiego beretu w tym samym czasie. Tymczasem noszenie kaszkietu jest elementem konwencjonalnej męskiej stylizacji – mniej „widocznym” i skromniejszym niż kapelusz, a przecież dającym się dobrze skompletować z płaszczem czy klasyczną kurtką. Wprawdzie niektórzy „ortodoksi” męskiego stylu twierdzą, że już w dawnych czasach kapelusz był atrybutem człowieka wolnego, a czapka z daszkiem nadawała się do łatwego i szybkiego zdjęcia w kornym ukłonie przed pryncypałem, ale chyba jest to przesąd, który dzisiaj nie zasługuje na kulturowanie.

Kaszkiety można dziś napotkać w przeróżnych krojach, nierzadko

wykonane ze szlachetnych wełen czy tweedów. Są jednolite, kraciaste, wzorzyste, a więc dobranie ich do konkretnego ubrania jest łatwe – nie pasują one jednak do sytuacji w której nie nosimy wierzchniego nakrycia. No chyba, że mamy casualowy strój myśliwski, ale to także temat na osobną debatę.

Zarówno kapelusz, jak i kaszkiety wymagają dzisiaj w noszeniu pewnej odwagi i nonszalancji, aby stać się wiarygodnym elementem męskiego stroju. Inaczej będą dodatkiem „jak po dziadku”. Łączenie ich z casuałem może skończyć się wizerunkowym nieporozumieniem. Noszenie ich jednak w zgodzie z kanonem elegancji – z pewnością przysłuży się naszemu wizerunkowi. Nawet mimo głupawych „kowbojskich” docinków od t-shirtowych buntowników.



Jelsa – turystyczny raj nad Adriatykiem

Tekst i zdjęcia Arkadiusz Godlewski

Jednym z ulubionych kierunków wakacyjnych Polaków stała się w ostatnich latach Chorwacja. Zawsze można powiedzieć: „cudze chwalicie, swego nie znacie”, ale nie ma sensu przekonywać, a tym bardziej nikogo namawiać, gdzie spędzić swoje wymarzone wakacje. Wszystko zależy od tego, co jest dla nas w danym momencie najważniejsze mając na uwadze odpoczynek, co lubimy, jakie mamy marzenia do spełnienia oraz jakie aktywności cieszą nas najbardziej. Aby od samego początku wszystko było jasne – Polska, to piękny kraj, który warto poznawać kawałek po kawałku – jest jednak jeszcze wiele miejsc, które warto zobaczyć na własne oczy, aby nacieszyć duszę i ciało (o czym w dalszej części będzie okazja przeczytać), a przede wszystkim naładować baterie na kolejny rok w pracy. Warto spojrzeć na Chorwację, jako jeden z możliwych kierunków, który oferuje niebywale wiele różnych możliwości, różnorodność widoków, flory, ale również i klimatu, w którym przyjdzie się nam znaleźć. Każdy z regionów ma swoją własną specyfikę, przyrodę, atrakcje warte zobaczenia, lokalną kuchnię, historię i ludzi, którzy zawsze są otwarci na turystów – bez względu na kierunek, z którego przybyli. Istnieje wiele sposobów na idealne wakacje. Podróżowanie i zwiedzanie różnych miejsc i atrakcji turystycznych, wypoczynek stacjonarny w wybranym miej-



NAJWAŻNIEJSZY JEST DOBRY PLAN

Spontaniczność jest fajna, ale w związkach lub dla ludzi bez zobowiązań, jednak gdy w grę wchodzi rodzinny urlop, warto go zaplanować z wyprzedzeniem.

Po pierwsze musimy wiedzieć, gdzie chcemy wyjechać, z dokładnością do regionu. W tym miejscu jest jeszcze łatwo, bo do dyspozycji mamy kilkanaście regionów zróżnicowanych pod względem klimatu i plaż, do których będziemy mieli dostęp. Generalnie najwyższych temperatur należy się spodziewać na przełomie lipca i sierpnia oraz w pierwszej połowie sierpnia. W moim ulubionym regionie, którym jest Dalmacja Południowa, średnie temperatury w ciągu dnia przekraczają 32-34 st. Celsjusza. W tym okresie jest to miejsce dla osób, na których ewidentnie wysokie temperatury nie robią większego wrażenia. Na chłodniejsze dni, deszcz lub wietrzne dni nie ma specjalnie co liczyć. Kremy z wysokim filtrem ma poziomie 30-50 to po prostu konieczność, jeśli nie chcemy spędzać czasu w zamknięciu na leczeniu ran. Słońce potrafi być tu naprawdę ostre i męczące.

Po drugie, miejsce pobytu warto zarezerwować z kilkumiesięcznym wy-

scu, gdzie decydujemy się na leżenie na plaży i nic więcej, poza opalenizną nie jest dla nas ważne lub też poznawanie świata z zupełnie innej perspektywy, czyli żeglowanie po lazurowych wodach Adriatyku. Wszystko to jest możliwe. Natomiast chcę podzielić się z czytelnikami, własnymi wrażeniami z miejsca, które odwiedziłem z rodziną w 2021 roku – Jelsa na wyspie Hvar. Nie są to pierwsze wakacje w Chorwacji na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat, które planowaliśmy w tym pięknym kraju. Gdybym jednak miał powiedzieć, że był to jeden z kierunków, które znajdowały się zawsze na szczycie listy miejsc do odwiedzenia, bez wątpienia odpowiedź byłaby twierdząca. Ostatecznie udało się w tym roku.

► przedzeniem. Nie ma znaczenia, czy decydujemy się na ofertę kilku-gwiazdkowych hoteli, oferty agencji turystycznych, czy też bardzo szeroką ofertę kwater prywatnych. W przypadku wakacyjnych wyjazdów poszukiwania najlepiej rozpocząć jeszcze w karnawale. Dzięki temu, łatwiej będzie dopasować miejsce pobytu do naszych oczekiwań finansowych i unikniemy – w przypadku kwater prywatnych – sprawdzania dostępności kwatery w interesującym nas terminie wyjazdu. W internecie dostępne jest kilka wyszukiwarek kwater w Chorwacji. Wybieramy termin, ilość osób oraz region, w który chcielibyśmy się wybrać i otrzymujemy kilkadziesiąt, jeśli nie kilkaset obiektów do wyboru. Dość by na zawężeniu wyników spędzić kilka godzin w długie zimowe wieczory. Z pewnością warto przyłożyć się na tym etapie planowania wyjazdu, aby mieć spokojną głowę przez kilka kolejnych miesięcy i zająć się wyłącznie odliczaniem do wyjazdu.

PLANOWANIE PODRÓŻY

Z Polski do Chorwacji zasadniczo można dotrzeć na 2 sposoby: samolotem lub samochodem. Dwa najważniejsze lotniska, które obsługują polskich turystów w Dalmacji Południowej to Split oraz Dubrownik. Dają one możliwość dotarcia do najpopularniejszych ośrodków turystycznych oraz największych wysp tego regionu z wykorzystaniem promów i katamaranów Jadrolinii, kursujących z bardzo dużą regularnością pomiędzy głównymi portami i wyspami Adriatyku. Lotnisko w Splicie może zaoferować swoim pasażerom transfer do przeprawy promowej również drogą morską z wykorzystaniem taksówek wodnych, które mają swoją przystań bezpośrednio przy terminalu lotniczym.



Decydując się na podróż do Chorwacji samochodem trzeba liczyć się z kilkunastoma godzinami spędzonymi w podróży, aby bezpiecznie dotrzeć na miejsce lub do przeprawy promowej. Port w Splicie oddalony jest od południowej granicy Polski o prawie 1100 km. Po doliczeniu trasy jaką trzeba pokonać, w zależności od tego, czy jedziemy z zachodu, północy czy też wschodu naszego kraju – podróż wydłuży nam się o kolejne kilkaset kilometrów. Dlatego też najbezpieczniej będzie podzielić sobie trasę na dwa dni i to w obu kierunkach, a tym samym konieczne jest dołożenie dodatkowych dwóch dni urlopu, które spędzimy za kierownicą. Możemy za to zaplanować na naszej trasie poznanie nowych miejsc, które chcielibyśmy zobaczyć, ale wyłącznie przy okazji. Możliwości jest mnóstwo i z pewnością każdy może znaleźć takie miejsce na terenie Austrii, Słowenii czy też już po wjeździe na teren Chorwacji.

JAK DOJECHAĆ

Najszybszą trasą, którą podpowiadają mapy Google prowadzi przez przejście graniczne na Śląskim odcinku



autostrady A1 w kierunku czeskiej Ostrawy, następnie Brno. Granicę czesko-austriacką przekraczamy w miejscowości Mikulov i kierujemy się w kierunku Wiednia, potem Grazu i kolejnej granicy ze Słowenią. Mijamy Maribor i kierujemy się w kierunku chorwackiej stolicy – Zagrzebia, a stamtąd w kierunku Splitu lub dalej do Dubrownika. Niemalże prawie całą tą trasę jesteśmy w stanie przejechać siecią europejskich autostrad. Wiąże się to oczywi-



ście z dodatkowymi kosztami, jednak mając na uwadze odległość jaką mamy do pokonania, czas który zaoszczędzimy jest niewspółmiernie cenniejszy niż wartość winet i opłat autostradowych. Korzystanie z dróg szybkiego ruchu i autostrad w Czechach wiąże się z wydatkiem 440 CZK (około 70 PLN) za 30-dniową winetę. Od stycznia 2020 r. istnieje możliwość zakupu przez stronę internetową edalnice.cz, nawet w przeddzień wyjazdu. Wpisujemy kraj rejestracji pojazdu, numer rejestracyjny, datę wjazdu na teren Czech, adres e-mail lub numer telefonu, opłacamy pojazd zostaje wprowadzony do systemu, bez konieczności zakupu i przyklejania na szybie dodatkowych naklejek. Koszt 10-dniowej winety autostradowej na Austrię to 10 EUR (oko-

ło 45 zł). Pamiętajmy, że w przypadku, gdy nasz urlop jest dłuższy niż 10 dni, w drodze powrotnej konieczne będzie wykupienie kolejnej winety na powrót do Polski. Naklejkę można zakupić na dowolnej stacji benzynowej po wjeździe na teren Austrii, w specjalnych punktach i przygranicznych barach dla kierowców. Również w Słowenii możliwy jest zakup winety na Austrię, cena jest identyczna i niezależna od miejsca zakupu. Najwięcej za przejazd 1 km autostradą zapłacimy na terenie Słowenii. Do przejechania mamy około 60 km za cenę 15 EUR w przypadku winety 7-dniowej lub 30 EUR dla 30-dniowej. Jeśli decydujemy się na przejazd słoweńską autostradą, korzystniej jest zainwestować jednorazowo 30 EUR i nie zatrzymywać się już w drodze powrotnej na przejściu granicznym z Austrią.

Chorwacja objęta jest opłatami za autostrady podobnie jak w Polsce, czyli płacimy za długość przejechanego

odcinka na bramkach wyjazdowych. Poruszając się na południe na bramkach do opłacenia zatrzymamy się dwa razy. W Zagrzebiu, gdzie zmienimy autostradę A2 na A1 oraz na zjeździe Dugopolje na przedmieściach Splitu. Za przejazd 450 km chorwackimi autostradami zapłacimy w sumie $48+181=229$ HRK (ok 140 zł z jedną stroną). Naszym celem jest przeprawa promowa w porcie Split, gdzie – aby dostać się na wyspę Hvar – wybieramy pirs, z którego startują promy chorwackiej Jadrolinii do miejscowości Stari Grad. Harmonogram kursowania promów dostępny jest m.in. na stronach internetowych przewoźnika. Aby optymalnie zaplanować podróż drogą morską, która zajmie nam kolejne 2 godziny, należy uwzględnić, że w kolejce do załadunku, trzeba się ustawić co najmniej godzinę przed planowaną godziną startu promu. Taka ilość czasu w zasadzie będzie wystarczająca, aby kupić bilety. Opłata obejmuje pojazd oraz ilość pasażerów. Koszt za przeprawę w jednym kierunku samochodu osobowego wraz z 3 osobami to 440 HRK (około 270 zł). Załadunek i rozładunek przebiega bardzo sprawnie. Nie ma znaczenia, że jednorazowo na prom może wjechać ponad 100 pojazdów. Proces trwa maksymalnie 20 minut i prom odbija od brzegu o czasie. W tym miejscu wypada wspomnieć, że aby dostać się ze Splitu na wyspę Hvar własnym samochodem jedyną możliwością jest wybranie linii Split-Stari Grad. Osoby, które dotarły do Splitu drogą lotniczą mają możliwość skorzystania z dodatkowych promów pasażerskich – katamaranów – tym samym nieco szybszego dotarcia do innych miejscowości na wyspie: Hvaru na Hvarze (stolica wyspy) i Jelsy. Nasza podróż odbywała się samochodem. Po dotarciu do miejscowości Stari Grad, do celu pozostaje jedynie kilkanaście kilometrów. Jednak kiedy już dotrze się na miejsce, to co zaoferuje nam Jelsa, potrafi wynagrodzić nam zawiązką wszystko to, co musimy poświęcić, aby tu dotrzeć.



Alpine A110S – nie dla każdego

Piotr Majka (Test Auto)

ALPINE A110 TO NIE TYLKO POWRÓT LEGENDARNEGO MODELU WE WSPÓŁCZESNEJ FORMIE, ALE RÓWNIEŻ WSKRZESZENIE MARKI. MARKI, KTÓRA POWSTAŁA Z PASJI FRANCUSKIEGO DEALERA MARKI RENAULT – JEAN RÉDÉLÉ. MODEL A110 TO UDANA REAKTYWACJA MODELU, KTÓRA MIAŁA SWOJĄ PREMIERĘ W 2017 ROKU, A SAM SAMOCHÓD CZERPIE ZE SWOJEGO PIERWOWZORU NAJLEPSZE CECHY.

Wygląd Alpine A110, a dokładniej testowanej A110S, czyli nieco podrasowanego modelu, mocno nawiązuje do egzemplarza o tej samej nazwie z lat 60-tych. Chociaż nowa Alpine jest od klasycznego modelu znacznie większa, to nadal nie należy do aut dużych, nawet w swojej kategorii. Sportowe Coupe zachowało swoje proporcje, jest bardzo niskie, szerokie, a przy tym krótkie. Główną, charakterystyczną cechą, są piękne, podwójne klosze reflektorów, a z tyłu wąskie światła i smukło opadająca sylwetka. Alpine A110S na pewno nie można odmówić uroku, a ze względu na swoją niszowość dużo bardziej wyróżnia się z tłumu od konkurencyjnego Porsche Caymana czy Toyoty Supry.

Wewnątrz Alpine to już zupełnie inny świat, bez większych nawiązań do klasyki. Projektanci postawili jednak na minimalizm, bez przepychu, a swoje trzy grosze z pewnością miało odchudzenie wagi modelu. Jest tu dość spartańsko, a klasyczną dźwignię skrzyni biegów zastąpiono przyciskami. Na tunelu środkowym znalazł się spory starter w kolorze czerwonym, natomiast na kierownicy dedykowany przycisk do zmiany trybów jazdy. Brakuje tu klasycznego drążka hamulca ręcznego, ale ze względu na ograniczoną ilość miejsca we wnętrzu jest to nawet zrozumiałe, zamiast niego mamy elektryczny hamulec postojowy. Większość materiałów, których użyto we wnętrzu jest dobrej jakości,

a wykończenie elementów wykonano z aluminium i włókna węglowego. Zdarzyło się jednak kilka faux pas, jak wykorzystanie panelu klimatyzacji i przycisku sterowania multimediami z modeli Renault sprzed dwóch generacji. Największą bolączką jest jednak system multimedialny, który po prostu jest, ale jego funkcjonalność, intuicyjność i prędkość działania pozostawia wiele do życzenia. Brakuje niestety Apple CarPlay razem z Android Auto, co w dzisiejszych czasach mogłoby zastąpić nawet najbardziej toporny system. Nie są to rażące minusy, ale sama świadomość jednak trochę boli.

W kabinie Alpine jest niezwykle ciasno, samochód jest na tyle mały, na



ile można było sobie tylko pozwolić. Bardzo głębokie fotele kubelkowe i ogromne progi drzwi nie pomagają przy wsiadaniu. Kiedy już uda się zająć miejsce, można poczuć się mocno otulony przez wygodne fotele pokryte skórą i Alcantarą. Siedzi się tu bardzo nisko, a zakres regulacji fotela wzdłuż nie jest zbyt duży. Mimo to da się usiąść komfortowo. Regulacji wysokości fotela tu nie znajdziemy, tak samo jak jakiegokolwiek schowka. Tak jest, jedynym miejscem gdzie możemy coś odłożyć jest tunel środkowy, lub po prostu rzucić wszystko za niewielką szparę za fotelami. Alpine A110S nie jest autem do codziennej jazdy, a raczej do delectowania się jazdą, lub do zabawy na torze. Tydzień z Alpine A110S dał się we znaki, zwłaszcza dodatkowo przez skromne kufrы na bagaże. Jeden z przodu pomieści średniej wielkości walizkę (ma 96 litrów), oraz dodatkowy bagażnik z tyłu o pojemności 100 litrów.

To jednak koniec narzekań, pozostaje tylko frajda z jazdy. Niech Was nie zwiedzie niewielki, 4 cylindrowy silnik o pojemności 1,8 litra. Oryginalna Alpine również dysponowała 4-cylindrową jednostką jednak w przypadku nowego modelu mamy tu do dyspozycji aż 292 KM oraz 320 Nm momentu obrotowego. No dobra, może te wartości we współczesnym świecie motoryzacyjnym nie powalają. Ale w przypadku Alpine A110S liczy się coś jeszcze. Waży ona zaledwie 1080 kg, co sprawia, że współczynnik masy do mocy wynosi 3,8 kg/KM. Mało tego, silnik został umieszczony centralnie, zaraz za naszymi plecami, a napęd jest przenoszony na tylną oś. To czyni z Alpine rewelacyjną zabawkę.

Producent podaje, że przyspieszenie Alpine A110S do setki wynosi 4,4 sekundy i jest zaledwie o 0,1 sekundy szybszy od podstawowej A110. Mi testowanym egzemplarzem z – S w nazwie udało się uzyskać wynik 4,68 sekundy, jednak to co czyni model A110S tak dobrym to „fun” z jazdy. Zastosowano tu 7-stopniową skrzynię

biegów GETRAG z podwójnym mokrym sprzęgłem. Jest to jedno z niewielu aut, które nawet na normalnych drogach daje radość z ręcznej zmiany biegów łopatkami przy kierownicy. A110S swoje najlepsze parametry osiąga w przedziale od 5000 do 7000 obr./min., a zmiana biegów po przeciągnięciu wskazówki do granicy obrotomierza wieńczy się rewelacyjnymi dla ucha strzałami z wydechu.

A110S w stosunku do podstawowej odmiany A110 zostało obniżone o 4 mm, oraz znacznie odchudzone. To na wadze auta projektanci skupili się najbardziej. Aluminiowa konstrukcja auta zapewnia niezwykle lekkość. Fotele ważą zaledwie 13,1 kilograma każdy. A w opcji możemy wybrać np. dach z włókna węglowego, który odchudzi auto o dodatkowe 1,9 kilograma. Alpine A110S jest też niezwykle sztywny. To sprawia, że w zakrętach czuć rewelacyjną precyzję, bez jakichkolwiek przechyłów nadwozia. W trybie Track, francuskie Coupe potrafi nawet w kontrolowany sposób zarzucić swoim kuprem. Całkowicie płaskie podwozie oraz dyfuzor mają za zadanie zwiększyć docisk auta i dobrze, bo mimo to przy wysokich prędkościach czuć jak auto delikatnie poddaje się siłom wiatru.

Alpine A110S nie jest samochodem dla każdego. Nie każdy będzie cieszył się z auta, które jest okrojony z gadżetów, i zapewnia raczej podstawowe funkcje potrzebne do jazdy w dzisiejszych czasach. Jest to samochód przeznaczony dla specyficznej grupy odbiorców, którzy są pasjonatami motoryzacji, lubią jeździć na tor lub po prostu są kolekcjonerami. Osobiście jestem szczęśliwy z powrotu marki, a sam samochód powodował uśmiech na twarzy, gdy tylko miałem okazję przejechać nim kolejny odcinek drogi. Precyzja w prowadzeniu i radość z pokonywanych zakrętów oraz symfonia dźwięków wydobywająca się zza pleców sprawia, że Alpine A110S mnie urzekło.



Garść statystyk z rynku paliw – podmiotów jest na rynku mniej, ale robią więcej

dr Szymon Araszkiewicz

W Polsce w momencie pisania tego artykułu jest ponad 5 700 ważnych koncesji na obrót paliwami. Liczba tych pozwoleń sukcesywnie maleje w ostatnich latach i pewnie nadal tak będzie, w związku z procesami przekształceń na rynku. Z kolei wyniki rynkowe poprawiły się znacznie w porównaniu z wielomiesięcznym spowolnieniem, obserwowanym od wiosny 2020 r. Warunkiem utrzymania tego trendu jest uniknięcie wyraźnego pogorszenia sytuacji epidemicznej.

Do końca roku jest bliżej, niż do jego początku. Wakacje stają się wspomnieniem, w szkołach nauka nabiera tempa, wokół widać pierwsze oznaki jesieni. To dobry czas na zerknięcie zbiorczo, jak wyglądał dotąd mijający rok i zastanowienie się, co może wydarzyć się na „ostatniej prostej”.

Pandemia COVID19 odbiła się negatywnie na popycie na paliwa – przede wszystkim na benzynę i autogaz, w mniejszym stopniu na olej napędowy. Paliwa „prywatnych aut” – benzyna i autogaz – ucierpiały mocniej niż olej napędowy – paliwo „gospodarki” – przede wszystkim dlatego, że część nałożonych na społeczeństwo restrykcji nie dotknęła transportu realizowanego w celach handlowych czy przemysłowych. Zapotrzebowanie na paliwa w 2020 r. spadło, w porównaniu do 2019, a pierwsze miesiące 2021 r. też jeszcze nie przynosiły odbicia. Przełom nastąpił wraz z nadejściem wiosny. Stopniowe zdejmowanie większości restrykcji w przemieszczaniu się ludności i korzystaniu z rozmaitych

obszarów aktywności spowodował ogromny wzrost sprzedaży paliw.

Jest kilka źródeł informacji o statystykach paliwowych dla polskiego rynku i różnią się one nieco między sobą jeśli chodzi o dokładnie podawane ilości zużytych w Polsce paliw. Są jednak zgodne co do ogólnego obrazu rynku i tendencji na nim. Pierwsze półrocze 2021 r. przynosi zatem wzrost popytu na benzynę o 9-10 proc. w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Popyt na olej napędowy wzrósł o 4-6 proc. Wniosek ogólny z czasów pandemii – olej reaguje generalnie słabiej na wahania koniunktury, niezależnie od ich kierunku. Autogazu w pierwszym półroczu 2021 r. sprzedano w Polsce też o około 5 proc. więcej niż w analogicznym czasie roku poprzedniego.

Wszyscy liczymy, że sprzedaż paliw będzie nadal rosła, a przynajmniej utrzyma opisywane poziomy. Nie ma jeszcze statystyk z miesięcy wakacyjnych, ale informacje o ruchu pojazdów po

drogach krajowych, podawane przez urzędników, pozwalają przyjmować, że (jak podpowiadała intuicja) w wakacje Polacy tym chętniej jeździli, więc i tankowali.

Sprzedaż paliw rośnie, a maleje liczba firm które się nią zajmują. Proces ten trwa już od pewnego czasu. W momencie pisania niniejszego opracowania, wg rejestrów Urzędu Regulacji Energetyki (URE) obecnie są w Polsce 5752 ważne koncesje na obrót paliwami. Na koniec roku 2020 URE wykazywał 5799 takich koncesji, a jeszcze na koniec 2019 było ich prawie 6000. Ubywa więc więcej niż przybywa. Sam Urząd podkreśla też, że wydawane nowe koncesje często tak naprawdę nie oznaczają pojawienia się rzeczywiście nowych graczy – część przedsiębiorców nie dostało przedłużenia posiadanych wcześniej pozwoleń, bo np. za późno złożyli wnioski, więc musieli starać się o kolejną koncesję.

Potwierdza to obserwacje z rynku – rzadko pojawiają się zupełnie nowi gracze. Zainteresowaniu rynkiem paliwowym, choćby w zakresie budowania stacji, nie sprzyjała też z punktu widzenia potencjalnych inwestorów sytuacja gospodarcza w 2020 i 2021 r. – pandemia, spowolnienie, ograniczenia w funkcjonowaniu różnych sfer życia. Wygląda na to, że na rynku trzymają się ci gracze, którzy potrafiли sobie poradzić w rzeczywistości ostatnich kilkunastu lat i zbudowali wystarczająco mocną pozycję. ■

DOŁĄCZ DO NAS. SPRAWDŹ NASZĄ OFERTĘ FRANCZYZOWĄ

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

@ SPOLSKA-stacje-partnerskie@shell.com

+48 800 080 020

www  shell.pl/franczyza



GO WELL



Jest wiele kluczy do sukcesu Twojej stacji.
MAMY JEDEN Z NICH.



**ZAJRZYJ DO NASZEGO ŚWIATA.
ŚWIATA REKLAM NIEPRZECIĘTNYCH.**



GRAFFICO REKLAMY DO NIEBA
www.graffico.pl, tel. 693 032 503