

Na Stacji Paliw

Nr 4/2022 (29) | październik-grudzień 2022

Temat numeru:

**Jak wojna zmieniła
handel paliwem
na Ukrainie?**

Lojalność kluczem do sukcesu
każdego biznesu

Perspektywy rynku
po wstrzymaniu przywozu diesla z Rosji



Rozwiń swój biznes z Programem

Paliwa BAQ



Dołącz do Programu
Paliwa BAQ i zyskaj nowych
klientów dla swojej stacji

Dowiedz się więcej: www.paliwabaq.pl

Organizatorem Programu Paliwa BAQ jest ORLEN Paliwa Sp. z o.o.

Od redaktora

W końcu roku zwykle trzeba robić podsumowania tego, co za nami – i niestety trzeba stwierdzić, że rok 2022 nie oszczędzał nas jeśli chodzi o dynamikę zdarzeń. Od kilku miesięcy żyjemy wszyscy wiadomościami o pełnoskalowej wojnie tuż za naszą wschodnią granicą, a jej echa dotyczą także naszej polityki i gospodarki. Dlatego właśnie jako temat numeru chcielibyśmy zaproponować tekst bezpośrednio relacjonujący funkcjonowanie ukraińskiej branży paliwowej w tym strasznym czasie – jest to świadectwo „z pierwszej ręki”, które na pewno stanowi cenny przyczynek do zrozumienia losu naszych wschodnich sąsiadów.

W kolejnych tekstach staramy się także sięgnąć do aktualnych spraw istotnych dla rynku stacyjnego – podejmujemy zarówno sprawy prawne, jak i problematykę lojalnościową, która w ostatnich latach rozwija się dynamicznie, a nowe narzędzia techniczne pozwalają coraz precyzyjniej wykorzystywać ją w działaniach promocyjnych.

Nie zabraknie w tym numerze także naszych zwyczajowych „odskoczni” od tematów branżowych – zapraszamy do ich lektury podczas ostatnich dni tego roku i jednocześnie życzymy – sobie i Państwu – aby kolejny rok stał się dla nas łaskawszy, a tegoroczne Boże Narodzenie stało się źródłem spokoju, bliskości i celebracji tradycji, które pozwolą nam docenić bogactwo naszej codzienności, często tracone z oczu w zawodowym i prywatnym pędzie.

DR JAKUB BOGUCKI
REDAKTOR NACZELNY

Spis treści

WYDARZENIA Newsy z rynku	4
TEMAT NUMERU Jak wojna zmieniła handel paliwem na Ukrainie	6
TWOJA STACJA Lojalność kluczem do sukcesu każdego biznesu	10
TWOJA STACJA Jak cię widzą, tak cię piszą – rzecz o odzieży firmowej	13
ARTYKUŁ SPONSOROWANY Plany rozwojowe GreenWay: 1,5 tys. punktów ładowania w 4 lata	16
PRAWNIK RADZI Zamrożenie cen prądu dla sektora MŚP – jakich obowiązków trzeba dopełnić, aby skorzystać?	18
PRAWNIK RADZI Nowe przepisy dotyczące unijnych norm ubytków	19
PRAWNIK RADZI Jak zmieni się rynek paliw ciekłych po wprowadzeniu Platformy Paliwowej?	20
ARTYKUŁ SPONSOROWANY Samoobsługowe stacje paliw – alternatywa nie tylko dla oszczędnych	22
LIFESTYLE O spodniach słów kilka	24
PODRÓŻE Sri Lanka – Perła Oceanu Indyjskiego	27
MOTORYZACJA Renault Megane E-Tech Elektryczny	31
CO SĄDZĘ? Co sądzę o... perspektywach dla rynku po wstrzymaniu przywozu oleju napędowego z Rosji do Unii Europejskiej	33

Na Stacji Paliw

MAGAZYN
BRANŻOWYCH
INSPIRACJI

Nr 4 (29) 2022

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

MOL CHCE BYĆ WICELIDEREM



Węgierski koncern, który przejął sieć stacji Lotos, zamierza zdobyć pozycję wicelidera paliwowego detalu w Polsce. Pierwsza stacja ma zacząć działać w połowie stycznia przyszłego roku – według zapowiedzi będzie to obiekt, który jest w trakcie budowy, rozpoczętej jeszcze przez Grupę Lotos. W myśl zapowiedzi wiceprezesa wykonawczego MOL ds. usług konsumenckich Pétera Ratatics większość prac związanych z rebrandingiem ma zakończyć się przed końcem 2024 r. Ratatics ocenia, że sieć MOL powinna się ona powiększyć o około 100 obiektów, a firma nie wyklucza dalszych akwizycji.

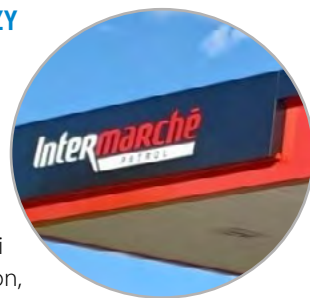
FOTOWOLTAIKA NA STACJACH ORLENU

PKN Orlen rozpisal postępowanie dotyczące budowy 30 mikroinstalacji fotowoltaicznych. Chodzi o jednostki o mocy od ok. 20 do 50 kWp. Instalacje mają znaleźć się na dachach i wiatkach stacji paliw koncernu. Postępowanie zakupowe obejmuje realizację zadania w formule EPC, czyli zaprojektowanie mikroinstalacji, przygotowanie dokumentacji wykonawczej i powykonawczej, dostawy materiałów i urządzeń, montaż, uruchomienie, przekazanie do eksploatacji oraz dozór techniczny w okresie gwarancyjnym. Planowane instalacje fotowoltaiczne, zlokalizowane mają być w trzech regionach Polski: cztery w zachodniej, 10 w południowej oraz 16 w centralnej części kraju.



MUSZKIETEROWIE CHCĄ STACJI PRZY KAŻDYM SKLEPIE

Przymarketowa sieć stacji paliw chce przyspieszyć rozwój i powiększyć się nawet trzykrotnie – takie deklaracje padły ze strony Marca Dhermenta, dyrektora generalnego Grupy Muszkieterów. W wywiadzie udzielonym portalowi wiadomoscihandlowe.pl zasugerował on, że na rynku stacji paliw będą zawiązywane różne sojusze. Jego zdaniem liczba stacji w sieci musi wzrosnąć, aby osiągnąć pułap pozwalający uzyskać efekty synergii zakupowej i kosztowej. Dherment szacuje, iż docelowo sieć może potroić liczbę stacji przy sklepach oferując ich właścicielom rozpoznawalny szyld, dobrą ofertę cenową i produktową przy zachowaniu pełnej swobody decyzyjnej.



ANWIM MÓWI O PRZYSPIESZENIU

Operator sieci Moya spodziewa się ponownego przyspieszenia w przyszłym roku i planuje jej powiększenie o 50 placówek. Na koniec tego roku sieć Moya będzie liczyła 401 stacji – to o 33 więcej niż rok wcześniej. Wcześniej w wywiadzie z ISBnews członek zarządu Anwimu Paweł Grzywaczewski potwierdził, że do końca 2024 roku chce mieć w swoich barwach 500 stacji Moya. Anwim chce też uruchomić na stacjach własnych ok. 70 ładowarek do samochodów elektrycznych do końca 2025 roku, wśród nich ok. 50 szybkich urządzeń o mocy 120 i 180 kW. W I kwartale przyszłego roku Anwim chce również uruchomić projekt wsparcia dla franczyzobiorców w zakresie elektromobilności.



AMIC PROPONUJE SUBSKRYPCJE

Sieć stacji paliw Amic uczestnikom programu lojalnościowego sugeruje usługi subskrypcji myjni automatycznej i hot dogów. To pierwsza tego typu oferta na rynku polskich stacji paliw. Koszt 30-dniowej subskrypcji wynosi 69 zł – jest to równowartość 6900 punktów w programie Amic Club. Klient może dokonać wymiany zebranych dotychczas punktów lub zarejestrować zakup bezpośrednio na stacji Amic Energy. W ramach usługi subskrypcji myjni automatycznej Klient może skorzystać z wybranego programu myjni w każdym tygodniu jeden raz. W ramach wykupionej subskrypcji na hot dogi, codziennie można odebrać przekąskę w cenie 2,30 zł – pozwala to zaoszczędzić nawet 70 proc. ceny regularnej.



DUŻA PROMOCJA CIRCLE K

Z okazji zbliżających się Świąt Circle K zrealizowała promocję na paliwo. W czwartek, 15 grudnia w godzinach od 14:00 do 17:00 ceny wszystkich paliw miles oraz miles PLUS zostały obniżone o złotówkę. Zaktualizowane ceny z uwzględnieniem rabatu były wyświetlane na pylonach cenowych stacji w trakcie promocji. Oferta obowiązywała na wybranych, 370 stacjach Circle K, położonych w dogodnych lokalizacjach w różnych regionach Polski. - *Przed nami wyjątkowy okres świąteczny, pełen radości i wspólnego czasu spędzonego z najbliższymi. W dobie wysokiej inflacji i rosnących kosztów, chcielibyśmy podarować naszym klientom dodatkowe oszczędności w postaci zniżki na paliwo.*



Obniżamy ich ceny o złotówkę, co oznacza, że tankując np. 50 litrów, kierowcy będą mogli zaoszczędzić 50 zł podczas jednej wizyty na stacji. To dodatkowe kilometry, które można poświęcić na świąteczne podróże. Mamy nadzieję, że jeszcze większe oszczędności podczas tankowania odciążą naszych klientów w tym trudnym czasie i pozwolą im zrealizować grudniowe plany wyjazdowe do najbliższych. To także ukłon i podziękowanie, że są z nami i wracają na stacje Circle K – mówi Michał Cizek, prezes Circle K

Polska. Ponadto sieć podała, że uczestnicy programu lojalnościowego EXTRA, którzy zakupią paliwo w dniu promocji, otrzymają 20 grudnia dodatkowy kupon zniżkowy o wartości 30 gr/l do wykorzystania przy kolejnej wizycie na tankowanie dowolnego typu paliwa.

Paliwa z uśmiechem



Jak wojna zmieniła handel paliwem na Ukrainie

W ciągu 9 miesięcy pełnej rosyjskiej agresji w Ukrainie pod ostrzałem znalazło się około 30 baz naftowych, setki stacji benzynowych zostało zniszczonych lub uszkodzonych, część z nich nadal pozostaje na okupowanym terytorium.

Mimo to biznes paliwowy okazał się jedną z najbardziej stabilnych gałęzi gospodarki. Szybko się przegrupował, pokonał deficyt produktów i obecnie jako jeden z nielicznych skutecznie działa.

-25 proc.

W 2021 roku na krajowym rynku ukraińskim sprzedano 12,2 mln ton paliw. To absolutny rekord konsumpcji na przestrzeni ostatnich 10 lat. Ponad 70 proc. tych wolumenów zostało sprzedanych za pośrednictwem sieci stacji paliw. Prawie 8 mln ton w ukraińskim bilansie konsumpcji stanowił olej napędowy. Po około 2 mln ton – benzyny i gaz płynny. W Ukrainie działało 9 sieci, które obejmowały ponad 100 stacji benzynowych. Ogólnie rzecz biorąc, statystyki państwowe odnotowały ponad 6000 stacji benzynowych na drogach kraju. Od końca 2022 roku obraz ten znacząco się zmienił.

*- Według naszych obliczeń pojemność rynku spadła o 25 proc. Na koniec roku spodziewamy się całkowitego zużycia na poziomie 8 mln ton. Może trochę wyżej. Wojna cofnęła popyt o prawie 10 lat. Wynika to zarówno z braku paliwa w pierwszych miesiącach inwazji na pełną skalę, jak i ze spadku aktywności gospodarczej, zniszczenia infrastruktury i utraty części terytoriów. Liczymy jednak na umiarkowane ożywienie popytu w 2023 roku i szybkie ożywienie w okresie odbudowy, po zakończeniu wojny – skomentował **Wasył Dmytriw**, dyrektor marketingu ukraińskiej sieci stacji benzynowych OKKO.*

W ciągu 2022 roku nastąpiła pewna redystrybucja udziałów rynkowych



Wasyl Dmytriw, dyrektor marketingu ukraińskiej sieci stacji benzynowych OKKO





wśród sieci paliwowych. Bywały okresy, kiedy ze wspomnianych 6000 stacji benzynowych faktycznie funkcjonowało nieco ponad tysiąc. Cała reszta nie mogła zapewnić sobie zasobów. W rezultacie doprowadziło to do wyeliminowania pewnej części drobnych graczy. Jednocześnie kilka innych dużych sieci było w stanie umocnić swoją pozycję rynkową nawet w tych warunkach.

W najbliższym czasie rola państwa w ukraińskim handlu paliwem może potencjalnie wzrosnąć. Ponieważ szereg stacji benzynowych podłączonych do rosyjskich właścicieli przeszło w tym roku decyzją rządu na własność państwa. Należy zauważyć, że do tej pory sektor państwowy był w minimalnym stopniu reprezentowany w handlu detalicznym paliwami na Ukrainie. Jak również globalne marki paliw. Wśród tych ostatnich w Ukrainie działają tylko Shell i Socar. Kluczowymi graczami na rynku pozostają spółki z prywatnym kapitałem ukraińskim.

Nowa logistyka

W 2021 roku, podobnie jak wiele lat wcześniej, prawie 80 proc. paliw na potrzeby Ukrainy pochodziło z importu, głównie z Białorusi czy Rosji lub tranzytem przez te kraje. Jednak po 24 lutego wszelkie kontakty biznesowe z tymi państwami ustały. Jednocześnie w związku z blokadą Morza Czarnego przez Rosjan wszystkie ukraińskie porty stały się niedostępne dla importu produktów naftowych. Jediną otwartą trasą stała się zachodnia granica kraju. O ile w poprzednich latach tylko 5-10 proc. importowanego paliwa pochodziło z tego kierunku, to teraz stanowi on ponad 90 proc. Głównymi punktami wejścia są Polska i Rumunia.

Dlatego w okresie marzec-maj 2022 r. Ukraina musiała zbudować zupełnie nowy schemat logistyki paliwowej. W całej Europie poszukiwano wolnych partii paliw. Zdarzyło się, że kilku ukraińskich handlarzy wspólnie kupiło

tankowiec z towarem gdzieś w Rotterdamie i podzieliło się zasobem między sobą. Ponieważ jeden kupujący po prostu nie miał wystarczających środków na zakup, powiedzmy, 30 000 ton oleju napędowego na raz.

Poważnym problemem stała się przepustowość kolei: po pierwsze, różna szerokość torów w Ukrainie i w UE, po drugie, duży napływ towarów przez zachodnią granicę. Wcześniej byliśmy przyzwyczajeni do tego, że zakupiony produkt (na przykład w rafinerii Mozyrz na Białorusi) płynął od producenta do klienta w ciągu 5-7 dni. Teraz może to potrwać kilka tygodni. Łańcuch logistyczny stał się znacznie dłuższy, a przez to droższy. Ale przynajmniej nie brakuje już paliwa na stacjach benzynowych w Ukrainie.

- Musieliśmy też zmienić podejście do magazynowania paliw. Jedną z alternatywnych metod dostaw stało się masowe wykorzystywanie cystern paliwowych do eksportu produktów naftowych z regio- ▶



► *nów przygranicznych. Flota tych pojazdów wzrosła w Ukrainie prawie 3-krotnie w ciągu roku. W tym roku sama nasza firma dodatkowo zamówiła 70 nowych nacze *i 90 ciągników siodłowych – komentuje dyrektor ds. marketingu sieci OKKO Wasyl Dmytriw. - Nie było łatwo dostosować się do nowych realiów, ale doświadczenie współpracy z zachodnimi producentami paliw nam pomogło. W szczególności chodzi o największego ukraińskiego partnera koncernu PKN Orlen. Policzyliśmy, że w okresie od 2010 do 2021 roku do Ukrainy sprowadzono około 2 mln ton produktów naftowych Orlenu, z czego ponad połowa (1,16 mln ton) została zaimportowana przez naszą spółkę OKKO.**

A co z finansami?

W porównaniu z cenami przedwojennymi paliwo na ukraińskich stacjach podrożało o prawie 70 proc. Powodem jest nie tylko logistyka. Dewaluacja hrywny, która od początku roku wynosiła 25 proc. oraz wzrost światowych cen energii wywierają presję na ceny.

Ceny krajowe w Ukrainie byłyby jeszcze wyższe, gdyby rząd nie zniósł czasowo ogólnej akcyzy na produkty ropopochodne i nie obniżył stawki VAT z 20 proc. do 7 proc.

Dewaluacja waluty narodowej stworzyła kolejny problem: wzrost kosztów towarów pozapaliwowych, z których wiele Ukraina importuje. Chodzi tu o papierosy, słodycze, przekąski itp. Cena ich zakupu jest bezpośrednio skorelowana z kursem walutowym. Dla przykładu dla OKKO to znaczny wzrost wydatków, bo sprzedaż pozapaliwowa generuje obecnie nawet 25 proc. zysku detalicznego.

Wreszcie trzeba mówić o bezpośrednich stratach przemysłu w wyniku działań wojennych. Według przybliżonych obliczeń sieci paliwowe Ukrainy poniosły już straty w wysokości ponad 200 mln USD. Jeśli, na przykład, mówimy o naszej firmie, to w samych obwodach kijowskiej, czernihowskiej i charkowskiej musieliśmy naprawić i odnowić ponad 30 stacji benzynowych. Teraz sieć OKKO wróciła do pracy w deokupowanym Chersoniu, gdzie też trzeba inwestować w obiekty, które zostały uszkodzone lub splą-



drowane, a kilka stacji benzynowych zostało doszczętnie zniszczonych. Wszystko to dodatkowo obciąża rentowność detalicznej sprzedaży paliw. A jednocześnie jest to jeden z nielicznych sektorów ukraińskiej gospodarki, który w obecnych warunkach działa pozytywnie i zasila budżet kraju. Na przykład OKKO zapłaciło ponad 4 miliardy hrywien podatków w ciągu 9 miesięcy 2022 roku. To około 100 milionów USD.

Wyspy cywilizacji

W sytuacji, gdy wojna codziennie niszczy infrastrukturę kraju, stacje benzynowe często przejmują funkcje supermarketów, bankomatów, urzędów pocztowych itp. Na niektórych obszarach stają się dla ludności wyspami cywilizacji. Na przykład wiosną sięć

OKKO jako pierwsza spośród wszystkich ukraińskich sieci handlowych dostarczyła nowy towar do Charkowa, po wyparciu wojsk rosyjskich od miasta. Teraz jako pierwsi wśród sieci stacji benzynowych Ukrainy wznowili pracę w Chersoniu po deokupacji.

Już trzeci miesiąc w Ukrainie trwają awaryjne lub planowe przerwy w dostawie prądu, ponieważ krajowy system energetyczny został poważnie uszkodzony w wyniku rosyjskich ataków rakietowych. I w tej sytuacji stacje benzynowe są często jedynym miejscem oświetlonym, gdzie można kupić gorące jedzenie, skorzystać z internetu, naładować gadżet czy wypłacić gotówkę w kasie. Obecnie w sieci OKKO działa 401 stacji benzynowych, na 270 z nich zamontowano już agregaty prądotwórcze, kolejnych 105 jest w trakcie dostawy i montażu. Ponadto sieć zainstalowała już 30 systemów Starlink, 100 jest w trakcie zakupu. Te autonomiczne punkty dostępu do

Internetu są szczególnie istotne w rejonach frontowych, gdzie występują największe problemy komunikacyjne.

Teraz czas na podsumowanie roku. Najważniejsze jest to, że biznes przetrwał, okazał się nawet silniejszy niż oczekiwano. Jak zauważa Wasyl Dmytriw: - *W styczniu 2022 r. kalkulowaliśmy różne warianty rozwoju wydarzeń, w tym najgorszy – atak Rosji. Ale gdyby ktoś zobrazował nam wszystkie wyzwania, z jakimi będziemy musieli się zmierzyć po 24 lutego, a następnie udowodniał, że można zaspokoić niemal 100 proc. zapotrzebowania rynku na paliwa i generować zysk, wszyscy powiedzieliby jednym głosem: to nierealne. Ale okazało się, że wszystko jest możliwe.*

Materiał został przygotowany przy wsparciu działu komunikacji ukraińskiej sieci stacji benzynowych OKKO

Lojalność kluczem do sukcesu każdego biznesu

Gabriela Kozan

Programy lojalnościowe jeszcze kilka lat temu kojarzyły się z papierowymi katalogami ze stacji paliw, teraz o wiele częściej to dość wszechstronne aplikacje, nie powinno to dziwić, bowiem działania marketingowe podążają za zmieniającym się otoczeniem gospodarczym. Czy zatem lojalność klienta można budować lepiej z użyciem aplikacji, niż plastikowej karty w portfelu?

Na rynku jest wiele różnych rodzajów programów – obejmują one punkty, zwrot gotówki czy rabaty. Marki spędziły ostatnie dwie dekady, budując różne kombinacje rodzajów nagród – wiele z nich odniosło wielki sukces, wiążąc swoje nagrody z wartościami marki oraz najpopularniejszymi i ulubionymi produktami. W okresie wysokich cen paliw wydaje się, że najłatwiej przyciągnąć klienta rabatem na paliwo. Dowodem na to była choćby popularność oferty kuponów paliwowych na Orlenie, w ślad za którym poszły inne liczące się sieci paliwowe, u niektórych oferta była ograniczona co do ilości tankowanego paliwa, inni w ogóle jej nie limitowali, a jeszcze

inne sieci wiązały możliwość uzyskania rabatu z ofertą pozapaliwową w przystajacym sklepie. Co zatem łączyło te akcje? Konieczność przystąpienia przez klienta do programu lojalnościowego, bardzo często związanego z zainstalowaniem aplikacji w smartfonie. Co prawda niektórzy klienci nadal mogą preferować kartę w postaci kawałka plastiku, jednak już od kilku lat tendencja jest taka, aby kupujących przekonywać do wirtualnej „karty stałego klienta” w telefonie. W smartfonie jednak łatwo zmieścimy dziesiątki wirtualnych kart lub aplikacji i o żadnej nie zapomnimy, wybierając się na zakupy, o ile będziemy pamiętać o telefonie. Co prawda cza-

sy, każda aplikacja stanowiła atrakcję minęły bezpowrotnie, dlatego takie aspekty jak sprawy jak estetyka takiej aplikacji, płynność jej działania i funkcjonalność to po prostu obecnie standard i należy mieć świadomość, że w budowaniu przywiązania klienta do Twojej marki w roku 2023 to może być za mało.

Wielu polskich klientów wciąż mając na myśli uczestniczenie w programie lojalnościowym cały czas wiąże go z nagrodami. Warto w tym miejscu zaznaczyć, że sama nagroda niekoniecznie tworzy lojalność. W rzeczywistości nagroda często przyciąga klienta tylko po jedną transakcję. Marki uczą się,

System standardów drogą do lojalności klienta

Czy wiesz, jakie są oczekiwania Twoich klientów? Znajomość ich oczekiwań jest kluczem do dostarczania – i to w nadmiarze – niezmiennie pozytywnych wrażeń. Jeśli możesz poproś klientów o opinie na temat spójności Twojej usługi oraz jej jakości. Czy Twoi klienci mogą na Tobie polegać, jeśli chodzi o zapewnienie pozytywnych doświadczeń za każdym razem? Jeśli nie, dlaczego nie? Jeśli nie, napraw to szybko! Czy masz zestaw standardów jakości? Czy są one oparte na kryteriach klientów? Normy jakości muszą być określone, aby klienci wiedzieli, czego mogą się spodziewać. Oto wskazówka: zadбай o spójność swojej podstawowej usługi w działalności, a następnie

otocz ją tym, co polubią klienci. Kierowcy muszą tankować, ale czy muszą na twojej stacji. Zadбай swoją ofertą i standard obsługi tak, aby chcieli to robić za każdym razem. Upewnij się, że osoby, które tymczasowo zastępują twój stały personel były przeszkolone w taki sposób, aby klienci nie odczuli pogorszenia obsługi.

Jeśli jesteś właścicielem stacji paliw lub wiążesz przyszłość swojego biznesu z detalicznym handlem paliwami i potrzebujesz wsparcia w zakresie obsługi klienta możesz skorzystać ze szkoleń lub jednorazowej usługi doradczej np. w postaci badania Tajemniczy Klient na Stacji Paliw.

Zobacz: <https://consulting.informationmarket.pl/pl/nasze-projekty#tajemniczy-klient>



że istnieje różnica między lojalnością a nagrodami: jedna tworzy trwałą, długoterminowy sukces firmy zakorzeniony w relacji z dopasowanymi zachętami, a druga jedynie przedłuża linię życia marki do zysków w następnym kwartale. Lojalność bowiem oznacza przywiązanie do marki, którą się wybiera. Oznacza świadomość podjętej decyzji o zakupie produktu lub wyboru usługi tej czy innej marki. W rezultacie dotarcie do położonego dalej sklepu, stacji benzynowej lub restauracji, na której najbardziej zależy klientowi, nie stanowi żadnej przeszkody.

Dobre programy lojalnościowe w formie aplikacji to jednak świetny sposób, aby Twoi klienci wracali po więcej. Co prawda na początku mogą pojawić się trudności wdrożeniowe, ale to drobna przeszkoda i przy jej rozwiązaniu można przecież liczyć na wsparcie ze strony technicznej.

Czym jest aplikacja programu lojalnościowego?

Jak mówią, na lojalność trzeba zasłużyć, niezależnie od tego, czy jest to Twoja ulubiona osoba, czy marka.

Podobnie, aby zbudować bazę lojalnych klientów, małe firmy powinny zaprzyjaźnić się z programami lojalnościowymi dla klientów. Program lojalnościowy to strategia marketingowa mająca na celu zachęcenie klientów do powrotu w zamian za rabaty, gratisy, karty podarunkowe lub punkty lojalnościowe. To może być cokolwiek – bezpłatna kawa przy co piątym tankowaniu za określoną kwotę. Niektóre firmy czy sieci stacji stosują cyfrowy system punktów, w którym zdobywa się punkty lojalnościowe przy każdym zakupie, a po zebraniu pewnej liczby punktów lojalnościowych można wymienić je na rabat na paliwo, coś z oferty sklepowej lub restauracyjnej. Skąd jednak klient ma wiedzieć ile ma punktów i już może zamienić je na rabat czy bonus? W tym momencie wkracza aplikacja programu lojalnościowego. Jest to nowa wersja kart lojalnościowych. Mobilne aplikacje lojalnościowe pozwalają klientom kontrolowanie liczby punktów i przechowywać informacje o transakcjach, a także mogą pokazywać np. okres ważności punktów cyfrowych ostrzegając przed ich wygaśnięciem. Trudno jest śledzić tak wiele informacji za pomocą karty lojalnościowej, ponieważ jest ona odczytywana tylko przez system punktu sprzedaży w sklepie.

Zbudowanie paliwowego systemu lojalnościowego to coś, o czym myśli niemal każda sieć stacji benzynowych. Jak mówił w jednym z wywiadów Paweł Dziadkowiec, ekspert ds. marketingu i lojalności z ponad 20-letnim doświadczeniem, który wcześniej był Loyalty Managerem w BP, a obecnie jest Head of Loyalty Strategy w Open Loyalty, kierowcy są często przyzwyczajeni i generalnie są lojalni wobec jednej sieci. Właściciele sieci stacji są tego świadome i wiedzą, że przyzwyczajenie i przywiązanie klientów do marki może być silną obroną przed utratą klientów w realiach mocnej konkurencji czy wysokich cen paliw. Sięgając pamięcią choćby o jedną dekadę można przypomnieć sobie jak wyglądała sprzedaż paliw na stacjach. Tankowanie, co prawda, sprowadza się do wciąż tego samego, ale sklepy przy stacjach przeszły poważne przemiany. Jeszcze parę lat temu przy płaceniu za paliwo można było kupić batonika czy papierosa, a obecnie sieci paliwowe rywalizują o klienta tworząc atrakcyjną atmosferę na swoich stacjach, kusząc aromatem kawy, ofertą gastronomiczną, komfortem zaaranżowania conceptów kawiarnianych, ładowarkami na stołach czy szeroką ofertą na sklepowych półkach, dostępnych w każdą niedzielę, a nierzadko całą dobę 7 dni ►

► w tygodniu. Właściciele mniejszych sieci stacji czy też pojedynczych obiektów, jeśli nie chcą zostać w tyle za konkurencją również muszą oferować podobny standard usług i podobnie jak duże sieci powinni rozważyć zaangażowanie klientów i zaoferowanie im dostępu do aplikacji lojalnościowych.

Dobrze zaprojektowany program lojalnościowy – co podkreśla Paweł Dziadkowiec – może być potężnym narzędziem, które pomaga utrzymać klientów, ale także może zwiększyć sprzedaż.

Czy mnie na to stać?

Rynek aplikacji mobilnych prężnie się rozwija, a doskonałym tego dowodem jest ilość programów dostępnych na platformach dedykowanych ich sprzedaży tj. Google Play, AppStore

czy HuaweiAppGallery. Okazuje się, że obecnie są na rynku aplikacje, które po dostosowaniu i wyborze odpowiednich modułów będą nie tylko wizytówką stacji w smartfonie klienta, ale swoim wyglądem będą przypominały aplikacje dużych, liczących się sieci w Polsce. Aplikacje do obsługi programów lojalnościowych są tworzone tak, aby mogły być używane zarówno przez firmy, które są na rynku długo, ale także te, które dopiero chcą zacząć komunikację z klientem i działania marketingowo-lojalnościowe przy użyciu aplikacji w smartfonie.

Rzeczywiście, stworzenie własnej aplikacji od podstaw może okazać się bardzo kosztowne, a dla małych przedsiębiorstw wręcz nieopłacalne, tym bardziej, że wszelkie aktualizacje czy zmiany wyglądu mogą wiązać się z dodatkowymi kosztami, dlatego warto rozważyć skorzystanie z rozwiązań

aplikacji uniwersalnej, którą wystarczy dopasować modułami do konkretnego biznesu, branży, typu klienta czy potrzeb, oraz ustalić na początku, jaką rolę ma ona spełniać w naszej działalności. Coraz więcej firm dostępnych na polskim rynku nie pobiera opłat za uruchomienie aplikacji, a miesięczny koszt utrzymania aplikacji może wynieść zaledwie 100 zł, na jego wysokość mają wpływ sposób i metody integracji z posiadanymi przez nas systemami kasowymi czy możliwości rozbudowania o dodatkowe moduły w trakcie trwania aktywnego abonamentu. Koszt miesięcznej opłaty daje nam też gwarancję, że mamy zawsze dostęp do najnowszych aktualizacji i nie musimy się martwić o techniczne aspekty działania aplikacji. Wydaje się zatem, że obecnie posiadanie aplikacji wspierającej system lojalnościowy nawet na pojedynczej stacji paliw jest w zasięgu każdego przedsiębiorcy. ■



Jak cię widzą, tak cię piszą – rzecz o odzieży firmowej

Magdalena Robak

O ważnych, nowatorskich i oryginalnych dla funkcjonowania stacji paliw rozwiązaniach czy udogodnieniach na łamach niniejszego kwartalnika pisaliśmy już niejedną raz. Być może więc czytelnik tego artykułu, przeczytawszy jego tytuł, dojdzie do wniosku, że temat odzieży firmowej do istotnych nie należy. Postaram się jednak dowiedzieć, że jak mówi wspomniane powyżej przysłowie, z wielu powodów ważne jest, jaki ubiór pracownicy mają na sobie i warto inwestować w jego jakość oraz estetykę.

Katarzyna Aleksandra Danowska – ekspert w zakresie opracowania i wdrażania dresscode'u biznesowego – na łamach portalu www.dresscode.pl pisze, że przepisy prawne nie określają ani pojęcia stroju firmowego, ani pojęcia umundurowania. W oparciu o istniejące w praktyce interpretacje można jednak stwierdzić, że strojem firmowym będzie ubiór, którego noszenie przy świadczeniu pracy jest obowiązkiem pracownika. Dalej Katarzyna Danowska podkreśla, że strój firmowy powinien się wyróżniać poprzez określoną barwę, krój czy logo pracodawcy, bo te elementy będą powodować, że niemożliwe czy też nieuzasadnione będzie używanie go przez pracownika w prywatnych potrzebach. Co więcej powinien być on wykorzystywany wyłącznie do celów związanych z wypełnianiem obowiązków powierzonych w ramach stosunku pracy. Zdaniem eksperta istotne jest także, aby ustalony wzór ubioru służbowego był dostosowany do rodzaju zadań wykonywanych na danym stanowisku, warunków na nim panujących, a także, by

odzież nie naruszała jego godności lub innych dóbr osobistych.

Obowiązek nieodpłatnego zapewnienia pracownikom środków ochrony indywidualnej oraz odzieży i obuwia roboczego, spełniających wymagania określone w Polskich Normach, nakładają na pracodawcę przepisy Kodeksu pracy, w sytuacji gdy odzież własna pracownika może ulec zniszczeniu lub znacznemu zabrudzeniu oraz ze względu na wymagania technologiczne, sanitarne lub bezpieczeństwa i higieny pracy. Ponadto pracodawca ma obowiązek zapewnić, aby stosowane środki ochrony indywidualnej, odzież i obuwie robocze posiadały właściwości ochronne i użytkowe oraz były odpowiednio prane, konserwowane, naprawiane, odpylane i odkażane. Jeżeli pracodawca nie jest w stanie zapewnić prania odzieży roboczej, czynności te mogą być wykonywane przez pracownika, pod warunkiem wypłacania przez pracodawcę ekwiwalentu pieniężnego w wysokości kosztów poniesionych przez pracownika.

Ponieważ obowiązek noszenia ubioru służbowego wynika bezpośrednio z przepisów prawa pracy, wydatki pracodawcy na zakup ubrań roboczych i ochronnych mogą stanowić koszt uzyskania przychodu. Zatem wspomniany powyżej obowiązek zapewnienia odzieży, a także jej prania i konserwacji bądź wypłaty ekwiwalentu dotyczy wyłącznie odzieży roboczej, a ubiór używany przez pracowników np. działu handlowego i administracji, strój firmowy/odzież służbowa w pojęciu odzieży roboczej mieścić się nie będą. Na stronie dresscode.pl czytamy również, że obowiązek noszenia określonego przez pracodawcę stroju nie zawsze wynika z przepisów BHP. Często wyposaża on np. pracowników mających bezpośredni kontakt z klientem – np. pracowników sklepu na stacji paliw – w jednolite stroje firmowe i wówczas mogą one pełnić dwie funkcje: identyfikującą oraz reklamową. Aby zakup stroju firmowego można było potraktować jako koszt uzyskania przychodu (wydatki na reklamę), muszą zaistnieć następujące przesłanki:

a) Pomiędzy wydatkiem na zakup a osiągnięciem przychodu musi zachodzić związek przyczynowo-skutkowy, czyli poniesiony wydatek musi mieć wpływ na uzyskanie przychodu lub funkcjonowanie firmy. Podatnik musi umieć wykazać, że wydatek związany ze strojem firmowym może mieć wpływ na rozpoznawalność firmy, co pozwoli na pozyskanie nowych klientów i może wpłynąć na wzrost sprzedaży. ►

- b) Obowiązek posiadania stroju firmowego wynika np. z regulaminu firmy, na rzecz której wykonywana jest praca lub innych zasad jej działalności.
- c) Strojem firmowym może być tylko ubiór, który posiada trwałe cechy charakterystyczne dla określonej firmy takie jak logo, krój, barwa. Trwałe oznaczenie powinno być widoczne, aby mogło pełnić funkcję reklamową i jednoznacznie identyfikować konkretną firmę.
- d) Pracownik noszący strój firmowy ma bezpośredni kontakt z klientem.
- e) Strój firmowy z założenia musi utracić charakter odzieży osobistej.

Dr Joanna Szlęzak-Matusiewicz – doradca podatkowy zauważa, że z dniem 1 stycznia 2007 r. zmieniono brzmienie art. 16 ust. 1 pkt. 28 ustawy o podatku dochodowym od osób prawnych (oraz art. 23 ust. 1 pkt 23 ustawy o podatku dochodowym od osób fizycznych). Zgodnie z jego nową treścią nie stanowią kosztów uzyskania przychodu koszty reprezentacji w szczególności poniesione na usługi gastronomiczne, zakup żywności i napojów, w tym alkoholowych. Choć od dnia 1 stycznia 2007 r. konsekwencje podatkowe powiązano z rozróżnieniem pomiędzy reklamą a reprezentacją, przyjmując założenie, iż pierwsza z nich w całości będzie kosztem, natomiast wydatki z drugiej grupy nie będą uwzględniane jako koszt podatkowy, ustawodawca również nie doprecyzował tych pojęć. W świetle obecnie obowiązujących przepisów zakup strojów firmowych dla pracowników stanowi koszt uzyskania przychodu jako wydatek na reklamę, bez żadnych ograniczeń co do wysokości kosztów, ale przy spełnieniu przesłanek opisanych powyżej.

Odzież robocza nie jest tożsama z odzieżą ochronną i jak czytamy na portalu biznews.com.pl, można podzielić ją na trzy kategorie:

I – obejmuje odzież roboczą, czyli chroniącą pracownika przed niewielkim za-

grożeniem – np. fartuchy czy mundurki pracowników służby zdrowia, odzież reklamową lub kurtki chroniące przed chłodem.

II – obejmuje odzież ochronną, która zabezpiecza przed czynnikami stanowiącymi średnie zagrożenie dla pracownika, na przykład przed poparzeniami. Taka odzież podlega certyfikacji przez jednostkę zewnętrzną zgodnie z normami BHP.

III – obejmuje odzież chroniącą pracownika przed zagrożeniami, które mogłyby spowodować ciężkie uszczerbek na jego zdrowiu lub nawet zagrożić jego życiu. Ten rodzaj odzieży również musi posiadać certyfikat, odnawiany nie rzadziej niż co 5 lat.

Odzieżą roboczą są zatem koszulki, spodnie, bluzy, fartuchy, kombinezony, kurtki, płaszcze i nakrycia głowy. W tej kategorii mieścić się będzie też ponadto wszelkiego rodzaju odzież jednorazowa oraz zawodowa – właściwa przedstawicielom konkretnych profesji. Aby móc chronić ciało pracownika przed wpływem czynników atmosferycznych i jego odzież prywatną przed zabrudzeniem czy zniszczeniem, powinna mieć ona określone cechy. Bardzo istotne jest to, z jakiego rodzaju materiału została uszyta. Istotne jest, aby był on wytrzymały i wygodny w użytkowaniu, zapewniał właściwą cyrkulację powietrza, wchłaniał pot i utrzymywał lub przepuszczał ciepło. Najczęściej wykorzystywanymi obecnie tkaninami, z których wykonuje się odzież roboczą są: bawełna, polar, płótno, flanela i mieszanki bawełny z poliestrem bądź poliamidem. Odzież z dobrej jakościowo bawełny jest łatwa w utrzymaniu w czystości i w prasowaniu. Ponieważ jest przyjemna w dotyku, przewiewna i dobrze wchłania pot, często stosuje się ją jako materiał na koszulki, koszule, spodnie, fartuchy oraz kombinezony. Dobre właściwości użytkowe posiadają też flanela i polar. Są ciepłe i miękkie, więc szyje się z nich te części garderoby, które mają bezpośredni kontakt ze skórą człowieka. Flanela jest idealna na koszule,

a izolujący od zimna polar stanowi doskonałą podszewkę do kurtek i płaszczy, spodni oraz kombinezonów. Do uszycia nakryć głowy pracowników, np. gastronomi, bardzo dobrze będzie nadawać się płótno, które wchłania pot i jest odporne na zabrudzenia oraz zniszczenie. Podwyższoną wytrzymałością na zabrudzenie i zniszczenie, łatwością w prasowaniu oraz przewiewnością charakteryzują się też materiały nowej generacji – mieszanki bawełny z włóknami poliestrowymi lub poliamidowymi. Wybierając tkaninę na odzież roboczą, warto zwrócić też uwagę na jej gramaturę, tj. ciężar jednego metra kwadratowego tkaniny wyrażany w gramach, ponieważ ma to duży wpływ na jej wytrzymałość oraz właściwości termoizolacyjne.

Do uszycia odzieży noszonej w ogrzewanych pomieszczeniach oraz w okresie wiosenno-letnim będą najlepsze tkaniny o niższej gramaturze, czyli 120-150 g/m². Pracowników wykonujących swoje obowiązki na zewnątrz w okresie jesienno-zimowym lepiej wyposażyć w odzież z materiału o wyższej gramaturze. Nie mniej istotne jest także, aby ubrania robocze były



wygodne i praktyczne, odzwierciedlające specyfikę pracy w danej branży – choćby posiadające dużo kieszeni i schowków. Pracownicy powinni być też wyposażeni w kilka sztuk danego elementu odzieży, aby mogli stosować je na zmianę.

To, jaką odzież będzie mieć na sobie obsługa stacji paliw, zależy od stanowiska i pełnionej funkcji. Inny ubiór przewidziany jest dla pracowników podjazdu czy opróżniających cysterny a inny dla sprzedawców w stacyjnym sklepie. Jak wynika, np. z dokumentu „Standardy bezpieczeństwa wykonywania prac w stacjach paliw”, przygotowanego przez Biuro bezpieczeństwa i higieny pracy PKN Orlen, wszystkie osoby wykonujące prace eksploatacyjne, remontowe, budowlane i modernizacyjne mają obowiązek stosować odzież i obuwie ochronne, środki ochrony indywidualnej zgodnie z wymaganiami oceny ryzyka zawodowego przeprowadzonej przez pracodawcę dla poszczególnych rodzajów prac oraz wymaganiami kart charakterystyki stosowanych substancji niebezpiecznych. Odzież ochronna jest wymagana zwłaszcza, gdy pracownicy

są narażeni na działanie benzyny, oleju napędowego i LPG, zmienne warunki atmosferyczne, kontakt z przedmiotami ostrymi i/lub szorstkimi, w trakcie wykonywania prac na wewnętrznych drogach stacji paliw oraz podczas wykonywania prac uznanych za niebezpieczne. Odzież robocza i ochronna musi składać się z kurtki z długim rękawem oraz długich spodni. Pracownicy stacji przeprowadzający prace związane z eksploatacją, naprawą i remontami instalacji paliwowych, LPG oraz urządzeń kanalizacyjnych ze względu na możliwość wystąpienia w miejscu pracy atmosfer wybuchowych zobowiązani są do stosowania odzieży ochronnej i obuwia ochronnego w wykonaniu antyelektrostatycznym. W trakcie prowadzenia prac na zewnątrz pomieszczeń stacji paliw, szczególnie na drogach, parkingach, stanowiskach przy odmierzaczach paliw pracownicy muszą stosować kamizelki odbłaskowe w jaskrawym kolorze, a w przypadku prac w strefie zagrożonej wybuchem dodatkowo w wykonaniu antyelektrostatycznym. W zależności od zagrożeń zidentyfikowanych w ocenie ryzyka zawodowego w trakcie wykonywania prac każdy pracownik musi być wyposażony w wymagane indywidualnie środki ochronne. Podczas prac na zewnątrz a także wewnątrz pomieszczeń, jeżeli są w nich prowadzone prace budowlano-montażowe, bez względu na rodzaj przeprowadzanych prac, pracownicy mają obowiązek stosowania hełmów ochronnych, okularów przeciwodpryskowych oraz kamizelek odbłaskowych.

Innego rodzaju odzieżą jest natomiast ta, którą noszą pracownicy sklepów zlokalizowanych na stacjach, mający bezpośredni kontakt z klientami (mogą to być np. koszule, koszulki polo, polary). Wpływa ona na postrzeganie, rozpoznawalność marki i zaufanie do niej. Taka odzież bywa też skutecznym narzędziem promocji – specjaliści od wizerunku twierdzą, że może ona przyczynić się nawet do

wzrostu sprzedaży, więc odpowiednio dobrana, właściwie oznakowana i spójna ze stylistyką danej firmy to w zdecydowanej większości przypadków długoterminowa i opłacalna inwestycja. Na stronie producenta polskiej odzieży roboczej, reklamowej i akcesoriów – RascalIndustry – czytamy, że ubrania firmowe powinny być nośnikiem wartości i idei głoszonych przez przedsiębiorstwo. Jeśli zostały wyprodukowane z proekologicznym systemem wartości, będą stanowić niezaprzeczalny walor marketingowy. Ponadto odzież robocza nie może być nudna czy brzydka. Powinna wpasowywać się w aktualne trendy – być po prostu modna. Dobrze zaprojektowana odzież firmowa z odpowiedniej wielkości logo, umieszczonym w odpowiednim miejscu i naniesionym właściwą metodą, w dobrze dobranej kolorystyce, starannie uszyta z dbałością o wykończenie stanowi dowód na profesjonalizm marki i zachęca do tego, by być wobec niej lojalnym. Noszenie ujednoliconej odzieży firmowej ma też duże znaczenie dla powstania ducha gry zespołowej. Na portalu szkolaprzedsiębiorczosci.com.pl czytamy, że teza ta ma poparcie w badaniach, które wykazały, że pracownicy noszący uniformy rozwijają mocniejsze poczucie wspólnoty, co skutkuje efektywniejszą pracą w grupach i lepszą wydajnością całego zespołu. Jednakowe koszulki z nadrukiem osłabiają też poczucie hierarchii, ponieważ żaden z pracowników nie wyróżnia się na tle innych. Dobrze dobrana odzież firmowa wpływa również na ich zadowolenie i poprawia ich morale. Właściciele stacji powinni zatem pamiętać o tym, że to właśnie ich pracownicy stanowią główną wizytówkę firmy, a ich strój nie świadczy jedynie o nich, ale również o miejscu pracy. Właściwie dobrana odzież – zarówno ochronna, jak i reklamowa pozwala zapewnić ład, porządek i jasny przekaz – warunki niezbędne do tego, by, klienci chętnie podejmowali decyzje zakupowe.



Plany rozwojowe GreenWay: 1,5 tys. punktów ładowania w 4 lata

GreenWay Polska zainwestuje w rozwój sieci ładowania 330 milionów złotych do 2026 roku. Dla kierowców elektryków oznacza to półtora tysiąca nowych punktów ładowania, które pojawią się na mapie Polski w niecałe cztery lata. Jeszcze do końca tego roku GreenWay Polska włączy do sieci 120 punktów ładowania oraz wymieni 60 stacji na mocniejsze.

W lutym 2022 roku GreenWay ogłosił otrzymanie wsparcia finansowego w wysokości 85 milionów Euro od nowych i obecnych inwestorów. Efektem tej najwyższej w regionie Europy Środkowo-Wschodniej rundy inwestycyjnej są nowe, opiewające na 330 milionów złotych plany GreenWay Polska dotyczące rozwoju sieci ładowania samochodów elektrycznych na kolejne lata.

– mówi Rafał Czyżewski, Prezes GreenWay Polska. – *Nauczeni dotychczasowymi doświadczeniami w zakresie potrzeb kierowców, w naszych planach rozwojowych uwzględniliśmy także huby ładowania, czyli miejsca, w których elektromobilni będą mieli do swojej dyspozycji co najmniej kilka punktów ładowania. Kilka tego typu obiektów mamy już uruchomionych, w przygotowaniu jest kilkadziesiąt kolejnych.*

150 kW „w standardzie”

Do 2026 roku GreenWay Polska wybuduje 825 stacji ładowania dysponujących 1,5 tys. punktami ładowania samochodów, z czego 70 stacji (120 punktów) powstanie jeszcze w tym roku. Plany te obejmują wyłącznie stacje własne, czyli te wybudowane i należące do spółki. GreenWay Polska szacuje, że równolegle podłączy do sieci kolejnych kilkaset stacji partnerskich.

Również w tym roku, GreenWay Polska wymieni 60 stacji ładowania o mocy 50 kW na urządzenia o znacznie większej mocy. Większość nowych stacji instalowanych w publicznej sieci GreenWay będzie dysponowała mocą 150 kW, a tam, gdzie będą takie możliwości, mocą 200 kW. Jedynym wyjątkiem mogą być lokalizacje, gdzie nie ma możliwości instalowania ładowarek o takiej mocy ze względu na infrastrukturę energetyczną.

– *Stacje ładowania o mocy 150 kW są obecnie naszym standardem dla nowych inwestycji, choć przewidujemy także instalowanie stacji o mocy 200 kW w wybranych lokalizacjach.*

Pierwszy wybór dla biznesu

Równolegle do rozbudowy publicznej sieci ładowania, GreenWay rozwija usługi dla biznesu z zakresu elektromobilności. Oferta obejmuje zarówno dostawę stacji ładowania, jak również usługi w zakresie projektowania i instalacji tego typu infrastruktury. Ważnym jej elementem są opracowane przez specjalistów GreenWay rozwiązania w zakresie zarządzania energią stosowane w tych lokalizacjach, gdzie występują niewystarczające moce przyłączeniowe

– *Rynek rośnie i dojrzeje, a polskie firmy coraz częściej decydują się na elektryfikację floty. Oznacza to zupełnie nowe potrzeby biznesu – komentuje Rafał Czyżewski. – Rozwiniemy swą działalność usługową w obszarze elektromobilności, zapewniając firmom kompleksowe wsparcie w tej transformacji. Pośilkujemy się w tym zakresie doświadczeniami zdobytymi przy budowie naszej sieci. Obecnie jest to najszybciej rozwijająca się część naszego biznesu.*



Wysoki poziom obsługi klienta

Od momentu rozpoczęcia działalności GreenWay mocno rozwijał procedury i systemy obsługi klienta. Dzięki temu spółka jest bardzo wysoko oceniana przez klientów, co znajduje potwierdzenie w badaniach satysfakcji. Jest to efektem pracy ponad 17 osobowego zespołu Call Center.

Zadowolenie klientów to także odpowiednie narzędzia informatyczne. Własny zespół informatyków w GreenWay, liczący prawie 20 osób, stale rozwija te systemy. W ostatnim czasie spółka uruchomiła nową, własną aplikację mobilną, która istotnie poprawiła funkcjonalności związane z obsługą ładowarek przez klientów.

Rozwój potencjału w zakresie serwisu stacji

Obok kompleksowego wsparcia dla firm przy inwestycji i budowie w infrastrukturę ładowania, kolejnym szybko rosnącym obszarem działalności GreenWay jest serwis stacji, czyli usługi świadczone firmom, które taką infrastrukturę

posiadają lub są jej producentami. W związku z tym GreenWay intensywnie rozwija własne struktury serwisu, które obecnie zlokalizowane są w Gdyni, Warszawie, Łodzi i Sosnowcu. Łącznie zespół ten liczy już 20 osób i ma być istotnie rozbudowany w 2023 roku.

- Dzięki naszym własnym służbom serwisowym jesteśmy nie tylko w stanie zapewnić efektywną i szybką realizację projektów dla naszych klientów biznesowych, ale także podejmować szybkie działania w sytuacji awarii w naszej własnej sieci ładowania – konkluduje Rafał Czyżewski.

Lider usług ładowania w Polsce

W sieci GreenWay zarejestrowanych jest aktualnie blisko 50 tys. kierowców, którzy pobierają miesięcznie już ponad 850 tys. kWh energii. Sieć spółki w Polsce liczy 910 punktów ładowania zainstalowanych w 460 stacjach, z czego 450 punktów pozwala na szybkie ładowanie prądem DC. Łącznie ze stacjami na Słowacji sieć spółki to razem 1.250 punktów. Dzięki tak rozbudowanej infrastrukturze, kierowcy samochodów elektrycznych mogą swobodnie przemieszczać się po kraju, a partnerzy biznesowi spółki efektywnie ładować floty pojazdów elektrycznych. ■

Zamrożenie cen prądu dla sektora MŚP – jakich obowiązków trzeba dopełnić, aby skorzystać?

Prezydent RP 2 listopada podpisał ustawę z dnia 27 października 2022 r. o środkach nadzwyczajnych mających na celu ograniczenie wysokości cen energii elektrycznej oraz wsparciu niektórych odbiorców w 2023 roku (dalej: „Ustawa”), która wprowadza mechanizm czasowego zamrożenia cen energii elektrycznej na poziomie 785 zł/MWh dla przedsiębiorców z tzw. sektora MŚP. Kancelaria Cabaj Kotala Doradztwo Podatkowe – partner sekcji prawnej e-petrol.pl przygotowała artykuł wyjaśniający kto i na jakich warunkach może skorzystać na zmianach prawa.

Ustawa oczekuje na publikację w Dzienniku Ustaw i wejdzie w życie

z dniem następującym po jej ogłoszeniu. Z pełną treścią Ustawy można się zapoznać TUTAJ

Które przedsiębiorstwa i w jakim zakresie skorzystają na czasowym zamrożeniu cen energii elektrycznej?

Z mechanizmu zamrożenia cen energii elektrycznej skorzystają przedsiębiorstwa:

❖ Będące mikroprzedsiębiorstwami, małymi przedsiębiorstwami oraz średnimi przedsiębiorstwami w rozumieniu art. 7 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (Dz.U. z 2021 r. poz. 162);

W konsekwencji, beneficjentami zamrożenia cen energii elektrycznej będą co do zasady przedsiębiorstwa zatrudniające mniej niż 250 pracowników, oraz których roczny obrót nie przekracza 50 milionów euro. Co istotne dla celów określenia statusu przedsiębiorstwa nie będą uwzględniane jej powiązania kapitałowe, co oznacza, że również przedsiębiorstwa wchodzące w skład grup kapitałowych będą mogły skorzystać z mechanizmu zamrożenia cen energii elektrycznej, o ile poziom ich zatrudnienia i rocznych obrotów nie przekracza ww. wartości.

❖ Wyłącznie w zakresie w jakim zużywają energię elektryczną na potrzeby swojej podstawowej działalności;

Zastosowanie stawki 785 zł/MWh wyłącznie w odniesieniu do energii elektrycznej zużywanej na potrzeby podstawowej działalności budzi szczególne wątpliwości. Ustawodawca nie doprecyzował czy chodzi o zużycie energii elektrycznej tylko na podstawowy rodzaj działalności według kodu PKD wpisanego do KRS czy też w odniesieniu do wszystkich rodzajów działalności gospodarczej wykonywanej przez przedsiębiorstwo. Druga wątpliwość dotyczy stosowania stawki maksymalnej w odniesieniu do energii elektrycznej refakturowanej na rzecz innych podmiotów (np. najemców). Podobnie z przepisów Ustawy nie wynika czy duże przedsiębiorstwo będzie mogło skorzystać z ceny maksymalnej energii elektrycznej w odniesieniu do energii elektrycznej refakturowanej na przedsiębiorstwo z sektora MŚP.

❖ Pod warunkiem terminowego złożenia oświadczenia o skorzystaniu z mechanizmu zamrożenia przedsiębiorstwu energetycznemu prowadzącemu obrót energią elektryczną (dostawcy energii elektrycznej).

Niniejszy warunek został szerzej opisany poniżej.

Na jaki okres zostaną zamrożone ceny energii elektrycznej dla MŚP?

Mechanizm zamrożenia cen energii elektrycznej dla przedsiębiorców z sektora MŚP na poziomie 785 zł/



MWh będzie obowiązywał od 1. grudnia 2022 r. do 31. grudnia 2023 r.

Ponadto, stawka 785 zł/MWh będzie obowiązywała również z mocą wsteczną za okres do 30. listopada 2022 r. m.in. w odniesieniu do tych przedsiębiorstw z sektora MŚP, które po 23. lutego br. zawarły umowę sprzedaży energii elektrycznej (lub umowę kompleksową) przewidującą stawkę wyższą niż 785 zł/MWh.

Kiedy upływa termin na złożenie oświadczenia o skorzystaniu z mechanizmu zamrożenia cen energii elektrycznej?

W celu skorzystania z zamrożenia cen energii elektrycznej przedsiębiorca z sektora MŚP musi w terminie do 30. listopada br. złożyć swojemu dostawcy energii elektrycznej oświadczenie według wzoru, który ma na dniach zostać określony w rozporządzeniu wykonawczym Ministra Środowiska i Klimatu. Oświadczenie musi zawierać m.in.

szacunkowe wyliczenie energii elektrycznej zużywanej przez przedsiębiorstwo na potrzeby jego podstawowej działalności oraz wskazanie wszystkich punktów poboru energii elektrycznej (PPE), które mają zostać objęte mechanizmem zamrożenia cen.

W przypadku złożenia oświadczenia po 30. listopada 2022 r., stawka 785 zł/MWh będzie miała zastosowanie w odniesieniu do rozliczenia za miesiąc następujący po miesiącu otrzymania oświadczenia przez dostawcę energii elektrycznej.

Na jakich zasadach można skorzystać z dodatkowego 10% upustu do ceny energii elektrycznej?

Ustawa przewiduje również możliwość uzyskania przez przedsiębiorców z sektora MŚP dodatkowego 10% upustu do ceny energii elektrycznej, pod warunkiem zmniejszenia o co najmniej 10% zużycia energii elektrycznej w trakcie 2023 r. w porównaniu do

średnio rocznego zużycia energii elektrycznej z okresu od 1. stycznia 2018 r. do 31. grudnia 2022 r.

Kwota upustu wyniesie 10 proc. wartości nabytej przez przedsiębiorstwo energii elektrycznej za cały 2023 r. i zostanie zastosowana przez dostawcę energii elektrycznej w rozliczeniach z przedsiębiorcą, które będą miały miejsce w trakcie 2024 r.

Zespół kancelarii Cabaj Kotala Doradztwo Podatkowe zachęca do kontaktu Jeżeli Państwo potwierdzić czy i na jakich warunkach Państwa przedsiębiorstwo będzie mogło skorzystać z mechanizmu zamrożenia cen energii elektrycznej.

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

Nowe przepisy dotyczące unijnych norm ubytków

Ekspert z Kancelarii Cabaj Kotala Doradztwo Podatkowe informują, że zostało opublikowane rozporządzenie Komisji Europejskiej dotyczące wspólnych „unijnych norm ubytków”.

W Dzienniku Urzędowym Unii Europejskiej z 23 września 2022 r. (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=OJ:L:2022:247:TOC>) opublikowano Rozporządzenie delegowane Komisji (UE) 2022/1636 z dnia 5 lipca 2022 r. uzupełniające dyrektywę Rady (UE) 2020/262 przez określenie progu utraty wynikającej z właściwości wyrobów.

Ekspert z kancelarii podkreślił, że rozporządzenie to wykonuje Nową

Dyrektywę Horyzontalną i określa wspólne unijne „normy ubytków” przy przemieszczaniu wyrobów, które – zgodnie z art. 30 ust. 4 polskiej ustawy o akcyzie – mają obowiązywać od lutego 2023 r.

Niestety wobec tego, że państwa członkowskie i Komisja nie osiągnęły zgody w zakresie wysokości tych wspólnych unijnych norm, Komisja nie wydała norm, ani w zakresie wyrobów

energetycznych (paliw), ani w zakresie większości innych wyrobów, a jedyna wspólna norma wynikająca z Rozporządzenia Komisji została wydana dla wyrobów tytoniowych i wynosi 0 proc.

W rezultacie w pozostałym zakresie (np. paliwa, wyroby alkoholowe, piwo) w dalszym ciągu – także po 13 lutego 2023 r. – będą obowiązywać tylko dotychczasowe krajowe normy ubytków. ■

Jak zmieni się rynek paliw ciekłych po wprowadzeniu Platformy Paliwowej?

Platforma Paliwowa to nowy system teleinformatyczny, mający na celu usprawnienie wymiany informacji o podmiotach, transakcjach oraz infrastrukturze wykorzystywanej w operacjach z wykorzystaniem paliw ciekłych w Polsce. Co to za system? Kogo będzie dotyczył obowiązek raportowania? Jak zmieni się sposób wymiany informacji o rynku paliw ciekłych?

Odpowiedzi na te i inne pytania związane z Platformą Paliwową przygotował partner Sekcji Prawnej e-petrol.pl – Kancelaria Cabaj Kotala.

Platforma Paliwowa to nowy system teleinformatyczny, mający na celu usprawnienie wymiany informacji o podmiotach, transakcjach oraz infrastrukturze wykorzystywanej w operacjach z wykorzystaniem paliw ciekłych w Polsce. Generalne założenia nowego rozwiązania do raportowania mają na celu uszczelnienie rynku oraz zwiększenie kontroli nad produkcją, magazynowaniem oraz obrotem paliwami poprzez nadanie dostępu do zagregowanych i ujednoliconych informacji wszelkim organom regulacyjnym oraz kontrolnym, związanym z paliwami ciekłymi. Obowiązek utworzenia Platformy wynika z ustawy z dnia 17 grudnia 2020 r. o rezerwach strategicznych, a planowaną datą wejście zarówno nowych przepisów o obowiązku raportowania oraz uruchomienia systemu do składania informacji przypada na dzień 1 lipca 2023 r.

System będzie w pełni elektroniczny, co w założeniu ma ułatwić funkcjonowanie zarówno organów administracji, jak i podmiotów energetycznych poprzez bezproblemowy dostęp do platformy oraz możliwość zdalnego składania sprawozdań z działalności paliwowej.

Za pośrednictwem Platformy Paliwowej przedsiębiorstwa energetyczne będą obowiązane raportować trzy rodzaje sprawozdań związanych z czynnościami w obszarze paliw ciekłych. Jak wynika z treści zaktualizowanych przepisów ustawy o Prawie Energetycznym, do przesłania informacji mają

posłużyć elektroniczne formularze, udostępnione w systemie Platformy Paliwowej. Jest to zdecydowana zmiana w kontekście dotychczasowych możliwości, które zakładały przesłanie sprawozdań w formie papierowej, z wykorzystaniem skrzynki podawczej Epuap lub osobiście. Ujednolicony system z pewnością ułatwi samo raportowanie oraz kontrolę terminów na składanie sprawozdań. Od 1 lipca 2023 r. nadzór oraz przetwarzanie i obróbkę zagregowanych danych o rynku paliwowym będzie sprawował Prezes Rządowej Agencji Rezerw Strategicznych i to do niego za pośrednictwem systemu przedsiębiorcy paliwowi będą składać sprawozdania.

Raportowanie za pośrednictwem platformy będzie obowiązywało podmioty posiadające wszelkie koncesje na działalność związaną paliwami ciekłymi, tj. na wytwarzanie, magazynowanie/przeładunek, obrót w tym obrót z zagranicą oraz dla podmiotów przywołanych, dla których koncesja na działalność paliwową nie jest wymagana.

W pierwszym przypadku obowiązek będzie dotyczył regulacji w zakresie składania rocznego sprawozdania z działalności na rzecz innych przedsiębiorstw energetycznych w zakresie magazynowania, przeładunku, przesyłu oraz dystrybucji paliw ciekłych. Spółka będzie zobowiązana do przedłożenia stosownej informacji o swoich kontrahentach na rzecz których świadczyła ww. usługi, w okresie 12 miesięcy. Ter-

min na złożenie sprawozdania wynosi 7 dni od ostatniego miesiąca, za który sprawozdanie podlega przesłaniu.

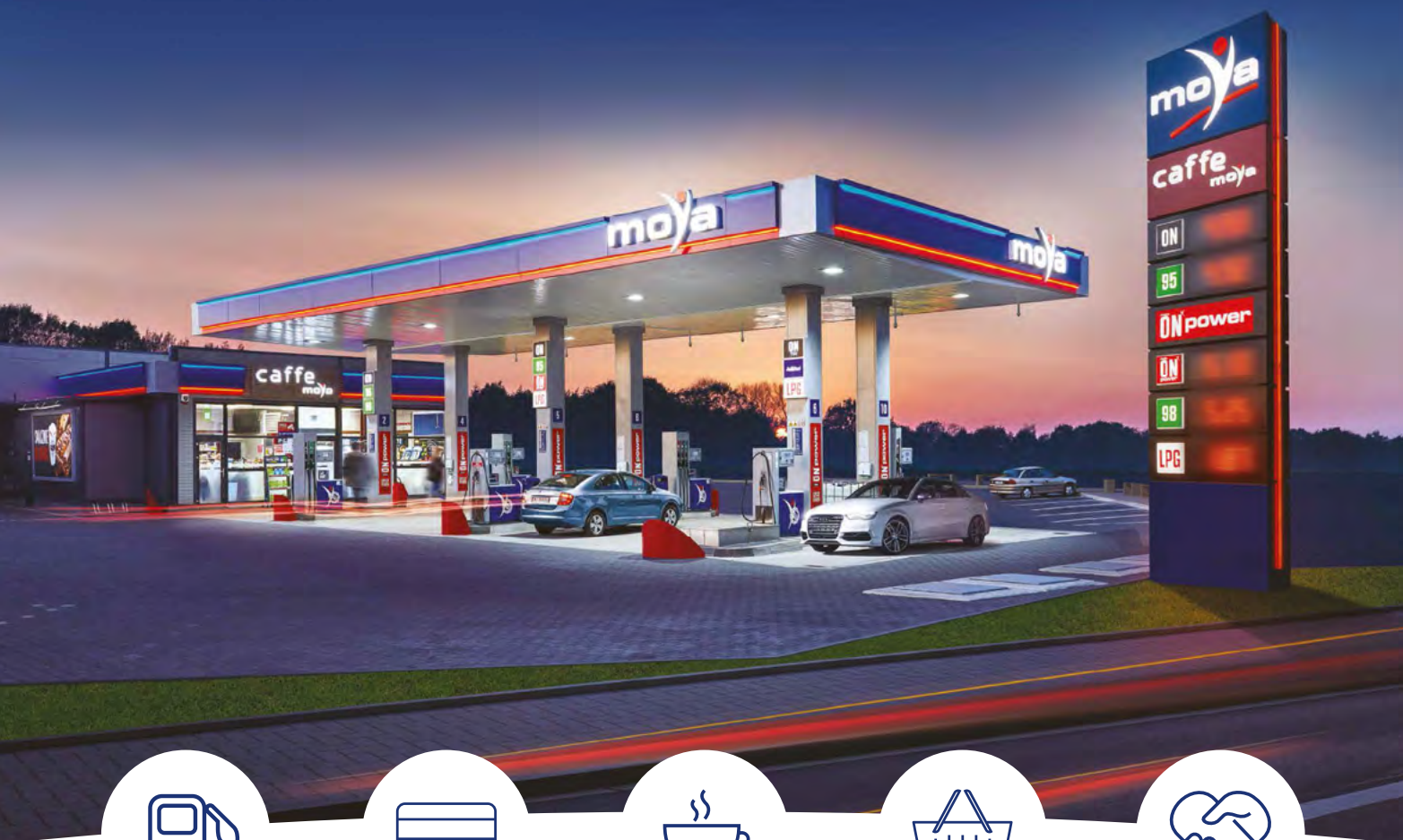
Miesięczną informację w obszarze rodzaju i ilości wytworzonych, przywiezionych / wywiezionych paliw ciekłych oraz ilości z określonym przeznaczeniem należy zraportować do 20 dnia po zakończeniu miesiąca, za który jest składana. W przypadku sprawozdań dotyczących rodzajów oraz lokalizacji wykorzystywanej infrastruktury związanej z paliwami ciekłymi, termin na zraportowanie upływa po 7 dniach od rozpoczęcia lub trwałego zakończenia eksploatacji tej infrastruktury.

Opisane wykorzystanie platformy paliwowej stanowi początek drogi do ujednolicenia wymiany informacji o rynku paliw ciekłych. Jak wynika z wypowiedzi Michała Kuczmierowskiego – Prezesa Rządowej Agencji Rezerw Strategicznych, dalszy rozwój Platformy Paliwowej ma objąć okres do 2030 roku. Z przedstawionych założeń można wnioskować, że wdrożenie Platformy Paliwowej umożliwi lepszy dostęp do danych dla organów kontroli, co w konsekwencji pozwoli na uszczelnienie rynku paliw ciekłych w Polsce. Przedsiębiorstwa energetyczne z kolei powinny otrzymać rozwiązanie, które ułatwi spełnienie wymogów ustawowych poprzez ujednolicenie trybu składania informacji o działalności na rynku paliw ciekłych.

Opracowanie:
Cabaj Kotala Doradztwo Podatkowe

MOYA.

Więcej niż dobre paliwa.



Najwyższej
jakości
paliwa



Program
dla klientów
biznesowych
MOYA Firma



Koncept
kawiarniano
-gastronomiczny
Caffe MOYA



Dobrze
zaopatrzone
sklepy
convenience



Partnerska
współpraca
biznesowa

www.moyastacja.pl

Zeskanuj QR Code
i zobacz wszystkie
nasze lokalizacje!



Samoobsługowe stacje paliw – alternatywa nie tylko dla oszczędnych

Paweł Grzywaczewski,
członek zarządu Anwim S.A.

AUTOMATYZACJA SPRZEDAŻY JEST TREND, KTÓRY W SEKTORZE HANDLU DETALICZNEGO BĘDZIE W NAJBLIŻSZYCH LATACH CORAZ SILNIEJSZY. KLIENCI BIEŻĄCE ZAKUPY CHCĄ ROBIĆ BLISKO DOMU, SZYBKO, LECZ TAKŻE BEZPIECZNIE I NIEDROGO. WSZYSTKIE TE WYMOGI SPEŁNIAJĄ SAMOOBŚLUGOWE STACJE MOYA EXPRESS, KTÓRE JUŻ OD DWÓCH LAT Z POWODZENIEM FUNKCJONUJĄ NA RYNKU.

Rewolucja na rynkach

Na przestrzeni ostatnich dwóch lat świat przeszedł swoistą rewolucję przyzwyczaję i zachowań zakupowych wśród konsumentów. Najpierw pandemia, a następnie wojna na Ukrainie niezwykle rozchwiały i destabilizowały światowe gospodarki. Zjawiska te także uwypukliły pewne trendy i przyspieszyły zmiany, również w branży paliwowej. Przede wszystkim klienci zrezygnowali z wielkopowierzchniowych sklepów na rzecz formatu convenience. Konsumenty chcą kupować w mniejszych ilościach, częściej i przede wszystkim blisko domu.

Inną tendencją, która wzmocniła się w wyniku pandemii jest większa potrzeba dotycząca bezpieczeństwa zakupów i pełnego komfortu klienta.

Z punktu widzenia branży, istotne jest dziś szukanie oszczędności w procesie obsługi klientów. Widać to doskonale w determinacji z jaką niemal wszystkie sieci handlowe wprowadzają kasy samoobsługowe, co pozwala połączyć podnoszenie komfortu klienta (nie musi ścisnąć się w kolejkach do kasy) z redukcją kosztów personelu potrzebnego do obsługi. Zestawiając powyższe trendy z obecnym od wielu lat szybkim trybem życia Polaków, sieć

stacji paliw MOYA dostosowuje się do potrzeb konsumentów poprzez rozbudowę sklepów convenience przy stacjach konwencjonalnych oraz rozwój sieci punktów samoobsługowych MOYA Express.

Sieć wielkich możliwości

MOYA jest dziś najszybciej rozwijającą się siecią stacji paliw w Polsce. Składa się z niemal 400 obiektów, które rozlokowane są na terenie całego kraju. Ta dynamika rozwoju w najbliższym czasie się nie zmniejszy, ponieważ



strategia zakłada, że do końca 2024 r. w niebiesko-czerwonych barwach będzie funkcjonowało minimum 500 stacji paliw.

Warto również zaznaczyć, że MOYA to jedyna w Polsce sieć stacji paliw, w której funkcjonują trzy typy stacji. Pierwszy typ to obiekty konwencjonalne, posiadające obsługę, przystajenne sklepy oraz concept gastronomiczny Caffè MOYA. Drugi to automaty wyłącznie dla flot, a trzeci to wreszcie stacje samoobsługowe typu MOYA express, które świetnie uzupełniają ofertę zarówno dla klientów indywidualnych, jak i biznesowych.

Stacje samoobsługowe – dla konsumentów i flot

Stacje samoobsługowe w sieci MOYA zadebiutowały w 2020 r., kiedy miała miejsce akwizycja 30 stacji eMILA od spółki BM Reflex. Jest to format stacji, w którym, dzięki brakowi kosztów obsługi, personelu, możemy zaoferować niższe ceny. Stacje tego typu szczególnie znaczenie miały w dobie pandemii, kiedy ludzie cenili możliwość zatankowania pojazdu i rozliczenia w kasie automatycznej, bez konieczności wchodzenia do budynku stacji. Samodzielna obsługa na MOYA Express jest prosta i intuicyjna. Użytkownik, dzięki inteligentnemu oprogramowaniu na słupkach tankujących, prowadzony jest krok po kroku. Oczywiście, w przypadku pytań lub wątpliwości, klient może skontaktować się z kompetentną infolinią bądź skorzystać z pomocy dyżurnego stacji, który obecny jest w punkcie w ustalonych godzinach. Stacje samoobsługowe są ulokowane w atrakcyjnych miejscach. Ponieważ nie zajmują dużej powierzchni, często znajdują się w centrach dużych miast czy centrach handlowych. Jest to również istotne ze względu na obsługę klientów flotowych. Rozwijając sieć stacji paliw

MOYA nie skupiamy się wyłącznie na zwiększaniu liczby obiektów działających pod naszą marką. Szukamy nowych rozwiązań, udogodnień i innowacji, które docenią klienci stacji paliw.

Po przeszło dwóch latach od przejścia sieci eMILA uznajemy, że wprowadzenie do sieci MOYA formatu samoobsługowego było dobrą decyzją, a stacje MOYA express spotkały się z pozytywnym przyjęciem przez klientów. Z kolei fakt, że większość sieci handlowych obecnych w Polsce kładzie dziś mocny nacisk na samoobsługę procesu zakupu towarów, sprawia, że stacje samoobsługowe niejako korzystają na tym przy okazji. Dlatego uważamy, że ta kategoria stacji ma przed sobą bardzo dobre perspektywy rynkowe.

Obecnie w sieci MOYA funkcjonuje ok. 40 stacji MOYA express. Nie ustajemy w rozwoju tej kategorii stacji paliw – sukcesywnie będą pojawiały się kolejne obiekty tego typu. Mamy także plany rozszerzenia sprzedaży o produkty pozapaliwowe. Uważamy, że rozwój wszystkich trzech segmentów zapewni nam odpowiedni bilans i stanowić będzie o przewadze nad konkurencją.

Jeżeli chodzi o automatyzację sprzedaży, to warto wspomnieć także, że pracujemy nad aplikacją mobilną dla konsumentów, dzięki której będą mogli opłacić bezgotówkowo paliwo przy dystrybutorze oraz dokonać szybszych transakcji za zakup obejmowanych dodatkowymi promocjami produktów pozapaliwowych. Aplikację mobilną planujemy oddać do użytkowania jeszcze w tym roku.

Automaty flotowe

W sieci MOYA dysponujemy także 22 stacjami automatycznymi, które skierowane są wyłącznie do klientów flotowych. Wyróżniają się one brakiem obsługi kasowej i sprzedaży detalicznej, dzięki czemu kierowca może w krótkim czasie zatankować pali-

wo, uzupełnić AdBlue i zapłacić kartą MOYA Firma na zewnętrznym słupku autoryzacyjnym bez konieczności czekania w kolejce do kas.

Należy podkreślić, że otwierane są kolejne stacje automatyczne. Lokalizowane są one zarówno w dużych aglomeracjach miejskich, jak i przy ważnych szlakach transportowych – w miejscach strategicznych z punktu widzenia krajowej i międzynarodowej logistyki.

Rozwijając sieć stacji paliw MOYA staramy się na bieżąco wpisywać się w trendy rynkowe i oczekiwania klientów. Dzięki dywersyfikacji oferty i wsłuchiowaniu się w potrzeby klientów oraz sytuację na rynkach notujemy nieustannie wzrosty sprzedaży i z powodzeniem zwiększamy liczbę stacji paliw we wszystkich trzech formatach.

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 dystrybutory zapewniające szybkie tankowanie paliw oraz dostęp do coraz popularniejszego płynu AdBlue. Część stacji MOYA wyposażona jest dodatkowo w parkingi dla samochodów ciężarowych, myjnie, kompresory czy odkurzacze. Stacje działające w ramach sieci spełniają najwyższe standardy obsługi i jakości. Gwarancją jakości paliw na stacjach w barwach MOYA jest niezależny program badania paliw – TankQ. MOYA jest najszybciej rosnącą siecią stacji paliw w Polsce.

O spodniach słów kilka

Magdalena Robak

Dziś powszechny element damskiego stroju, choć bywało dawniej, że o możliwość ich noszenia kobiety musiały walczyć – mowa oczywiście o spodniach.

W niektórych z minionych epok widok pań mających je na sobie nie był jednak czymś zdumiewającym – np. wśród prowadzących koczowniczy tryb życia azjatyckich plemion pasterskich ubierali je przedstawiciele obu płci. Spodnie nosiła też np. spalona na stosie św. Joanna D'arc, co dla oskarżającego ją biskupa stanowiło niepodważalny dowód na to, że jest heretyczką. W kobiecych szafach prawdziwy przełom rozpoczął się w XIX wieku, kiedy feministki zaczęły uprawiać dotychczas zarezerwowane dla mężczyzn dyscypliny sportu, takie jak jazda na rowerze, gra w golfa czy w tenisa i domagały się wygodniejszego ubioru. Na ich czele stanęła Amelia Jenks Bloomer – amerykańska działaczka na rzecz praw kobiet, która zachęcała do skracania spódnic i bieleziny oraz apelowała o ustanowienie prawa zezwalającego kobietom na noszenie spodni. To właśnie od jej nazwiska pochodzi nazwa bufiastych pantalonów tzw. *bloomersów*, dla których porzuciła długie suknie. Na portalu dresscode.pl czytamy, że kolejnym milowym krokiem w drodze spodni na salony był wybuch I wojny światowej, wówczas panie pozostawione przez udających się na front mężczyzn, przejęły część ich obowiązków i w takich okolicznościach były one po prostu

wygodniejsze. Mimo to w dalszym ciągu pojawianie się w nich w miejscach publicznych – choćby na plaży – było uznawane za ekstrawagancję. W historii spodni istotne były także lata 30-te XX wieku – wtedy Stanach Zjednoczonych Levi Strauss & Co. zaprojektował pierwszy model dżinsów dla kobiet – *Lady Levi's 701*. Na dobre zagościły one w garderobach pań i zyskały rzeszę wielbicielek po II wojnie światowej, kiedy amerykańskie firmy odzieżowe zaczęły podbijać ze swoją ofertą zmagającą się z powojennym kryzysem Europy. Dziś widok kobiet w spodniach jest tak naturalny jak fakt, że prowadzą one samochody. Co ciekawe, absurdalny zakaz noszenia przez panie tej części ubioru, obowiązujący we Francji od XVIII wieku, został zniesiony dopiero w roku 2013.

Nie tylko te z nas, które cenią sobie na co dzień swobodę i komfort, mają do wyboru wiele rodzajów spodni. Szukowny strój niekoniecznie musi oznaczać spódnicę lub sukienkę, w tym zakresie możliwości jest również wiele. Na przykład *cygaretki* – fason szczególnie lubiany przez Marylin Monroe czy Audrey Hepburn – to materiałowe spodnie ze zwężanymi nogawkami o długości 7/9, które doskonale komponują się z uchodzącymi za emanację

dobrego stylu szpilkami oraz koszulami. Ich model jest na tyle uniwersalny, że sprawdzi się również ze sportowymi butami i oversize'owymi swetrami. Modowym hitem w 2022 roku stały się *dzwony* – spodnie z szerokimi nogawkami, kojarzone przede wszystkim z subkulturą hippisów oraz gwiazdami świata muzyki. Uszyte z innego materiału niż jeans, przy odpowiednim doborze pozostałych elementów garderoby, mogą także stanowić podstawę gustownej stylizacji. Do samo dotyczyć będzie ich przeciwieństwa czyli *rurek* – spodni o wąskiej i przylegającej nogawce, wylansowanych przez Kate Moss. Panie, którym bliższe są natomiast nonszalanca i styl sportowy, mogą nosić popularne w latach 90-tych XX wieku *bojówki* – o szerokiej, zwężającej się przy kostce nogawce, z dwoma obszernymi kieszeniami na udach, *joggery* – luźne, ze ściągaczami w kostce, *slouchy* – o workowatym kroju, *boyfriendly* – nieprzylegające, o obniżonym stanie i z nogawkami odsłaniającymi kostki, *alladynki* (*sin-dbaby*) – szerokie, z przewiewnego



fot. Engin Akyurt z Pixabay

ZOSTAŃMY PARTNERAMI W BIZNESIE

RAZEM MOŻEMY WIĘCEJ



ZAPRASZAMY DO WSPÓŁPRACY PRYWATNYCH WŁAŚCICIELI STACJI PALIW

POLSKIE STACJE PALIW HUZAR TO:

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

JESTEŚMY DO TWOJEJ DYSPOZYCJI!



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

www.huzar.eu



fot. majestic_jasmin z Pixabay

► materiału, z obniżonym krokiem oraz gumką w pasie, *Mom jeans* – spodnie o wysokim stanie, poszerzone w okolicach bioder i zwężone na nogawkach, o długości 7/8, *bermudy* – przed kolano, które mogą też występować w wersji na kant. Na rynku dostępne są ponadto *kuloty* – szerokie spódnico-spodnie do połowy łydki, *palazzo* – inaczej nazywane *szwedami*, z szeroką na całej długości nogawką oraz *paper-bag* – o bardzo wysokim stanie i falistej lub marszczonej talii, których powstanie zainspirowała papierowa torba zakupowa z ząbkowaną krawędzią.

Tak jak w przypadku innych części garderoby decydując się na zakup spodni, należy pamiętać nie tylko o tym, jakiego rodzaju stylizacji będą

one elementem, ale też warto zwrócić uwagę na typ sylwetki. Panie o figurze typu gruszka – z szerszymi biodrami, większymi w obwodzie udami, z niewielkimi ramionami i małym biustem powinny wybierać spodnie o prostym kroju, który sprawi, że wyrównają się jej proporcje. Wskazane będą też spodnie z rozszerzanymi nogawkami – np. *dzwony* czy *szwedy*, spodnie z wysokim stanem, w jednolitych ciemnych kolorach: granacie, graficie, czarnym, ciemnozielonym. Najlepszym rozwiązaniem dla kobiet o większym brzuchu, wąskich biodrach i dość zgrabnych nogach (jabłko) będą natomiast spodnie dobrze zabudowane w górnej partii, zwężane ku dołowi lub o prostych nogawkach – np. *rurki* czy *cygaretki*. Tzw. klepsydry – z ładnie zaznaczoną talią, krągłymi biodrami i dużym biustem dobrze wyglądają w każdym rodzaju spodni, ale raczej nie dla nich przeznaczone są modele ze ściągaczami na kostkach, ponieważ mogą one wprowadzać zaburzenie proporcji. Dla kobiet szczupłych, bez wyraźnego wcięcia w pasie, o atletycznej, chłopcęcej figurze – zwanej prostokątem lub kolumną najlepsze są zarówno oversizowe formy – *Mom jeans* czy *palazzo*, jak i *rurki* czy *joggery*.

Równie istotny jest również właściwy dobór rozmiaru spodni. Ustalając go, należy wziąć pod uwagę szerokość w pasie, w biodrach i długość nogawek. Ustalając szerokość w talii, należy zmierzyć ją w najwęższym miejscu – ani nie przy wciągniętym, ani nie przy wypiętym brzuchu. Przy dużej różnicy w obwodzie na wdechu i na wydechu warto zdecydować się na spodnie ze stretchem lub gumką w pasie, bo będą one zawsze idealnie dopasowane. To, czy spodnie mają przylegać idealnie do bioder, czy lekko od nich odstawać, zależy od ich fasonu i kroju. *Rurki* powinny leżeć jak najbliżej ciała, a *kuloty*, *joggery* czy *boyfriends* przeciwnie – najlepiej wyglądać będą wtedy, gdy nie będą opinać pośladków. W przypadku spodni dopasowanych lub eleganckich ich nogawki mogą kończyć się przed kostką. Takie fasony doskonale prezentować będą się do szpilek, butów sportowych oraz botków. Spodnie z szerszą nogawką – *dzwony* lub *szwedy* powinny sięgać do samej ziemi.

Przy pisaniu artykułu korzystałam z informacji zamieszczonych na stronach: dresscode.pl, runway.modivo.pl, avanti24.pl, quiosque.pl.



Świątynia Vatadage

Sri Lanka – Perła Oceanu Indyjskiego

Sebastian Janiszewski

Sri Lanka, ze względu na kształt i umiejscowienie, często nazywana jest „łzą Indii” – jednak Lankijczycy uważają wszelkie porównania do Indii za zniewagę i wolą, aby nazywać kraj „Perłą Oceanu” – w tym sloganie jest dużo prawdy.

Choć powierzchnia wyspy odpowiada zaledwie 1/5 terytorium Polski, jest niezwykle zróżnicowaną perłą pod każdym względem. Znajdują się tu wysokie góry, dzikie dżungle, piękne plaże, zabytki starożytności skrywające niesamowite historie, a ludzie są przyjaźnie nastawieni do turystów.

Do dyspozycji miałem zaledwie 11 dni, a zobaczyć wszystkie cuda wyspy podczas takiego urlopu to mission-impossible, na które często decydują się ludzie bez podstawowej wiedzy o Ceylonie. Uznają, że skoro wyspa jest mała to da się ją objechać autem w kilka dni.

Zorganizowana państwowość na wyspie istnieje nieprzerwanie od VI w p.n.e., kiedy to wyspę (po raz pierw-

szy) podbiła hinduska ekspedycja pod wodzą Sinhali. To od jego imienia nazwę wzięło buddyjskie państwo syngaleskie ze stolicą w Anuradhapurze, które pięknie rozkwitło w II w p.n.e., aż do kolejnego podboju w XI w n.e. Czaśy prosperity przerwał kolejny najazd hindusów, którzy tym razem zdołali podbić stolicę i zrównać ją z ziemią.

Już choćby przez wzgląd na starożytną historię jest tutaj co oglądać. Wiele zabytków kultury syngaleskiej jest starszych niż Imperium Rzymskie, a dwie wielkie dagoby są trzecim i czwartym najwyższym budynkiem starożytności zaraz po wielkich piramidach w Gizie.

Zapewniam, że jest tam co zwiedzać i nawet kilkutygodniowy urlop nie wy-

starczy, aby w pełni odkryć te najważniejsze miejsca.

Planowanie

Biorąc pod uwagę powyższe, wcześniej zorientowałem się w atrakcjach i miejscach Sri Lanki. Podjąłem decyzję o zwiedzeniu miejsc związanych z historią cywilizacji syngaleskiej, a ostatnie dni poświęcić na wypoczynek – październik jest ostatnim miesiącem pory deszczowej i jak się ostatecznie okazało, niemal codziennie padał deszcz.

Już na wstępie odpuściłem takie atrakcje jak zwiedzanie plantacji herbaty czy przejazd widowiskową trasą kolejową. Chciałem przede wszystkim ►

- ▶ zobaczyć zabytki z listy światowego dziedzictwa UNESCO, co wiązało się z pokonaniem 600 km.

Były cztery główne punkty mojego planu – skała ze starożytną twierdzą Sigirija, skała z widokiem na Sigiriję, zabytkowe miasto Polonnaruwa, Święte Miasto Anuradhapura. Aby się nie przemęczać – w końcu jest tam gorąco i dość duszno – na odwiedzenie każdej atrakcji zaplanowałem jeden dzień. Do tego na dłuższe transfery – także cały dzień.

Ostatecznie okazało się, że przemieszczanie po wyspie jest niezwykle proste (i tanie).

Noclegi

Zarezerwowałem noclegi w czterech miejscowościach. Wszystko przez internet (płatność na miejscu) z możliwością odwołania do dnia przed przyjazdem. Ceny noclegów są naprawdę różne, ale dobry standard (hotel z restauracją, prywatną łazienką, ciepłą wodą, czystą pościelą) można znaleźć w bardzo atrakcyjnych cenach. Dla porównania – bardziej luksusowe hotele z basenem na dachu, oscylowały w cenie ok. 100-150 zł za noc dla dwóch osób.

Jak płacić?

Sri Lanka nie jest republiką bananową. Choć faktycznie niedawno jak walec przetoczył się przez kraj kryzys finansowy, to jednak nie jest tak źle jak to malują w mediach. Ze wszystkich tych potwornych tragedii, którymi straszy się turystów, tylko raz doświadczyłem zaniku prądu.

Gotówkę można bez problemu wybrać w bankomatach, a w wielu miejscach płacić nawet kartą. Komunikacja działa, taksówki i tuk tuki jeżdżą w najlepszej formie.

Na lotnisku bez problemu wypłaciłem (w jednym z kilku bankomatów) część środków na życie, po czym po-

szedłem kupić kartę SIM u jednego z krajowych operatorów. Wszystko działa normalnie. Z Internetem – choć 4G – nigdy nie było problemu, nawet w dżungli.

Kasę wybierałem w bankomatach kilka razy, ale z większości opłaciłem bilety oraz hotele. Podczas bookingu wybierałem obiekty ze śniadaniem wliczonym w cenę, a obiady jadałem w lokalnych restauracjach. Ceny są tutaj niskie, a co ważne – potrawy przyrządzane są na miejscu, czasem na widoku, nie ma zatem mowy o odmrażaniu potraw. W jednej z restauracji mogłem nawet zobaczyć jak wyglądają zamówione owoce morza zanim zostały przyrządzone.

Z bankomatów wybrałem łącznie **85 000 rupii (ok. 1 000 zł)**. Z tej puli opłaciłem część noclegów, pakiet internetowy, bilety autobusowe oraz bilety do atrakcji.

Kartą z kolei płaciłem w marketach za zakupy, kursy Uberem oraz połowę kosztów rezerwacji w ostatnim hotelu.



Sigirija – Lwia Skała

Transfery i podróże

Po przesłaniu wszystkich za i przeciw zdecydowałem się na podróże autobusami. Choć bardzo chciałem odbyć jedną podróż pociągiem, to jednak nie udało się z powodu dużego obłożenia, a bez wcześniej zarezerwowanej miejscówki trudno znaleźć miejsce siedzące.

Za przejechanie ponad 600 km autobusami zapłaciłem 39 zł. Jest tu jednak pewien haczyk – w większości autobusów nie ma klimatyzacji, ale październik był miesiącem dość chłodnym i przy uchylonych oknach oraz otwartych drzwiach – dało się wytrzymać.

Najmniej przyjemne były podróże tuk tukami, które są najpopularniejszym środkiem transportu. Znając praktyki kierowców z innych krajów wiedziałem czego się spodziewać, dlatego unikałem ich jak ognia, choć nie wszędzie dało się tego dokonać. Na szczęście z pomocą przychodzi aplikacja Uber. Na prowincji nie pomoże, ale





Tak się jeździ w autobusach – przy otwartych drzwiach i na schodkach

działa w większości miast, gdzie można zamówić nie tylko auto, ale również tuk tuka. Przy okazji w aplikacji sprawdzimy jaka jest rzeczywista cena przejazdu – często 2-3 razy niższa niż oferowana na ulicy.

Co zobaczyć

Miejsca, które wybrałem znajdowały się na szlaku, który wiódł z lotniska na wschód wyspy, potem na północ, gdzie zwiedzałem ostatnie zabytki. Następnie wróciłem na zachodnie

wybrzeże, a stamtąd na kilka dni do Kolombo, aby ostatnie dni spędzić w pobliżu lotniska.

Szlak obejmował:

Sigiriję – tzw. Lwią Skałę. Jest to chyba najbardziej rozpoznawalny kamień na wyspie. Z uwagi na wyjątkowe ukształtowanie (jest pozostałością zapadniętego wulkanu) wygląda jak samotna wyspa na zielonym morzu. Na dodatek na szczycie istnieją pozostałości starożytnej twierdzy z końca IV wieku n.e. **Bilet wstępu: 30 USD (ok. 135 zł)**

Pidurangala to skała znajdująca się zaledwie kilometr od Lwiej Skały, jednak warto ją odwiedzić z uwagi na niesamowitą panoramę okolicy – w tym pięknym widok na Sigiriję. **Bilet wstępu: 1000 Rs (ok. 12 zł)**

W miejscowości **Polonnaruwa** znajduje się zabytkowe miasto, które przez kilkaset lat było stolicą wyspy. Można tam zobaczyć różne świątynie oraz ogromne dagoby, w tym czwartą najwyższą budowlę starożytności – Rantkot Vihara. **Bilet wstępu: 25 USD (ok. 112 zł)**

Anuradhapura to pierwsza, ponad tysiącletnia stolica wyspy. Jej zabytkowa część nazywana jest Świętym Miastem, w którym znajduje się wiele świątyń, klasztorów oraz ogromnych dagob. Spośród wielu, które zobaczyliśmy, jest tam największa tego typu budowla na świecie oraz trzecia najwyższa konstrukcja starożytności (zaraz po dwóch piramidach w Gizie) – Jetavanaramaya. Tutaj do zwiedzenia jest aż 12 obiektów rozrzuconych na przestrzeni 20 km² – aż sześć z nich to dagoby. **Bilet wstępu do wybranych obiektów UNESCO: 25 USD (ok. 112 zł)**

Zwiedzanie pozostałych obiektów jest biletowane oddzielnie lub bezpłatnie. ►



Czerwony meczet

► Kolombo

Ogromna metropolia na zachodnim wybrzeżu często jest uznawana za stolicę kraju, tymczasem znajduje się tam tylko pałac prezydencki, a pozostałe instytucje działają w miejscowości Sri Dżawardanapura Kotte. Choć Kolombo to na pierwszy rzut oka ogromne zatłoczone miasto, również tutaj można znaleźć perełki architektury – zwłaszcza kolonialnej oraz wiele ciekawych muzeów, świątyń, kościołów i meczetów.

Kuchnia Sri Lanki

Kuchnia jest niesamowicie smaczna i autentyczna, choć trzeba pamiętać, że zdecydowana większość jest mocno doprawiana. Podczas składania zamówienia warto wyrobić sobie nawyk prosząc o łagodne doprawienie. Wtedy unikniemy niemiłej niespodzianki, choć potrawa i tak będzie pikantna (ale mniej).

Podstawą kuchni Sri Lanki jest oczywiście ryż. Razem z curry to składniki tak

kultowe, że najbardziej znana potrawa nazywa się po prostu „curry & rice”. Składa się z dużej porcji ryżu podawanego z dodatkami w małych miseczkach. Zwykle jest to sześć lub więcej dodatków, mięsnych oraz warzyw-

nych. W zależności od upodobań mieszczą się je i konfiguruje tak jak chcemy.

Z wielu potraw, które smakowałem niespodzianką było lankijskie śniadanie – podawane rano potrawy są oczywiście bardzo ostre, a kompletne zdziwienie u mnie wywołał pieczony kurczak – obowiązkowo podawany w ostrym sosie.

Ile kosztuje tygodniowy urlop

Wybierając się na urlop do Sri Lanki należy mieć na uwadze, że najdroższym składnikiem imprezy jest przelot. Na drugim miejscu jest koszt noclegów. Z wydanych prawie 4 000 zł, najdroższe są bilety lotnicze, bo stanowią aż 51 proc. całej kwoty przeznaczonej na urlop. Oczywiście sporo można zaoszczędzić rezygnując ze zwiedzania miejsc z listy UNESCO (bilety od 25 do 30 dolarów), jednak pojechać tak daleko i rezygnować z poznawania miejscowej historii i kultury na rzecz plażowania to dla mnie nieporozumienie.



Lankijskie Curry & Rice



Owoce morza



Renault Megane E-Tech Elektryczny

Piotr Majka (Test Auto)



Renault ma ambitne plany by w 2030 roku 90% ich sprzedawanych modeli było w pełni elektryczne. Chociaż już od ponad dekady mają styczność z samochodami jeżdżącymi na prąd to jednak Megane E-Tech ma być tutaj przełomowym momentem w historii marki. Elektryczny odpowiednik ma bowiem zastąpić spalinowego Megane, czyli jednego z kluczowych modeli marki. Czy Francuzom udało się stworzyć godnego następcę?

Na wstępie warto jednak wspomnieć, że Renault nadal w swojej ofercie ma spalinowy model, a oba auta są sprzedawane równocześnie. Ba, nawet hybryda Plug-In Megane również nosi nazwę E-Tech. Można więc trochę się pogubić w nazewnictwie, ale z pewnością oba auta różnią się od siebie całkowicie. Zarówno płyta podłogowa CMF-EV jak i każdy inny element elektrycznego Megane jest całkowicie nowy. Bryła przypomina Crossovera, ale jest od niego niższa i krótsza. Nadal

jest traktowane jako auto kompaktowe segmentu C.

Megane idzie z duchem czasu nie tylko pod względem napędu, ale też wyglądu. Modne stało się bowiem oferowanie aut mocno futurystycznych, a czasem nawet bardzo dziwnych. I mimo tych dziwactw w designie jest w nim coś co może się podobać. Są chowane w drzwiach klamki, światła z efektami 3D i mnóstwo kanciastych linii. Jako auto przyszłości, nie mogło obyć się bez sporych obręczy kół. Tutaj felgi mają aż 20 cali. Z podstawowym wyposażeniem Megane jest ubrana w "zaledwie" 18 cali.

Wnętrze jest przytulne i ciekawie zaprojektowane, w którym dominują dwa ogromne wyświetlacze, zegarów i konsoli środkowej. Materiały w górnych częściach wnętrza są wykonane z bardzo przyjemnych w dotyku tworzyw, których spora część jest miękka. W niskich partiach wnętrza są już

twardsze i bardziej chropowate plastiki. Większa część przycisków została przeniesiona do systemów multimedialnych, a na desce rozdzielczej pozostała tylko niewielka część. Z drugiej jednak strony kierownica nafaszerowana jest przyciskami, a oprócz tego mamy aż trzy dźwignie: od zmiany biegów, wycieraczek i do obsługi radia. Idzie się w tym pogubić i od czasu do czasu złapać za nie tą wajchę. Sporą uwagę poświęcono systemowi multimedialnemu. Oparto go o system Android, a jego prostota i szybkość działania są naprawdę na najwyższym poziomie. Znalazły się tu mapy Google, które wyświetlić można nawet na ekranie zegarów. Oba ekrany są bardzo wysokiej jakości obrazu i działają bardzo płynnie.

Auta elektryczne dają spore możliwości do zagospodarowania wnętrza. Odpada bowiem konieczność umieszczania klasycznych drążków skrzyni biegów, a nawet całego tunelu środkowego. Nie podoba mi się jednak jak ►



► wykorzystano tą przestrzeń w Megane. Podłokietnik umieszczono wysoko z drobną wnęką i schowkiem, na desce pojawiła się kolejna wnęką na smartfona z funkcją bezprzewodowego ładowania. To co jednak nie wyszło najlepiej to rozmieszczenie uchwytów na napoje, lub coś co to miejsce przypomina. Wszystkie Megane mają z tym problem: Megane 3 miało jeden uchwyt umieszczony tuż pod deską rozdzielczą z tak małą ilością miejsca, że wystarczyłoby na filiżankę espresso. W Megane 4 miejsca te są na tyle płytkie, że trzeba uważać by kubek nie wyskoczył ze swojego miejsca. Tu uchwyty umieszczono bardzo nisko i bardzo daleko, przez co korzystanie jest strasznie niewygodne.

Megane E-Tech jest o 16 centymetrów krótsze od swojego spalinowego odpowiednika. Mimo to ilość miejsca we wnętrzu jest zbliżona. Przede wszystkim dlatego, że elektryczny model ma o 12 centymetrów krótszy zwis przedni. Ale są też gorsze skutki krótszego nadwozia, a jest nim bagażnik. Ma 440 litry pojemności, co może nie jest jeszcze tak złe, natomiast sporą część kubatury zyskuje przez przeogromny próg załadunkowy. Bagażnik jest krótki ale bardzo głęboki, a przez brak podwójnej podłogi bardzo niewygodny przy przewożeniu ciężkich i sporych bagaży. Oczywiście w tym przypadku nie ma też co liczyć na płaską podłogę po złożeniu kanapy. Z plusów na-

leżą jedynie prosty układ i miejsca na zaczepienie siatek. W kabinie jest dość wygodnie, ale tylko, jeśli z tyłu siedzą niższe osoby. Mimo wysokiej bryły auta, ilość miejsca nad głową nie jest zbyt duża, a wygodnie usiądą osoby mające poniżej 190 centymetrów wzrostu.

Model jest dostępny w dwóch wersjach EV40 i EV60, które różnią się nie tylko pojemnością baterii, odpowiednio 40 i 60 kWh, ale też maksymalną mocą i momentem obrotowym. Różnica jest spora, bo chodzi o 130 lub 220 KM i 250 oraz 300 Nm. Pod maską testowanego egzemplarza trafił mocniejszy wariant chociaż w obu przypadkach mamy napęd na przednią oś. Moc jest tu zdecydowanie więcej niż przyda się w codziennym użytkowaniu auta, a przyspieszenie do 100 km/h wynosi 7,4 sekundy. Auto łatwo traci trakcję na śliskiej nawierzchni jednak elektronika natychmiastowo wyłącza i tłumi nadmiar momentu obrotowego. Prędkość maksymalna została ograniczona do 160 km/h, ale wyższe prędkości są tu i tak mało pożądane ze względu na zużycie energii.

Elektryczne Megane lubi zużywać sporo energii. Podczas testów było co prawda chłodno, a temperatura w nocy spadała poniżej zera, ale przez cały test nie udało mi się zejść poniżej 18 kW na 100 kilometrów nawet w mieście, a większość testu zużycie

wynosiło od 20 do 25 kW w zależności czy jechałem w mieście, drodze krajowej czy drodze ekspresowej z prędkością do 120 km/h. Przecierając oczy ze zdumienia przejrzałem wyniki w innych testach, a tak w warunkach letnich Megane potrafiło robić dużo lepsze wyniki. W jesiennej aurze trudno przekroczyć zasięg 250 kilometrów przy większej 60 kWh baterii. Ładowanie obsługuje 130 kW mocy prądem stałym DC, oraz 22 kW mocy prądem zmiennym AC. Pozwoli to na całkiem sprawne naładowanie akumulatorów.

To co jednak trzeba przyznać, Megane jest bardzo komfortowe. Nawet 20-calowe obręcze kół nie są w stanie popsuć komfortu podróży, a zawieszenie świetnie tłumi wszelkie nierówności dając radę nawet krótkim poprzecznym uskokom. Układ kierowniczy nie należy do tych angażujących kierowcę, jest raczej neutralny co również nastraja kierowcę na bardziej zachowawczą i komfortową podróż. Nisko położony ciężar auta i dobrze dostrojone zawieszenie sprawiają, że spora bryła Megane jest odporna na przechył nadwozia.

Renault zaczęło projekt nowego Megane od czystej kartki. Niestety większość obecnych elektryków ma sporo niedociągnięć, których można było po części uniknąć. W Megane przede wszystkim chodzi o ergonomię bagażnika, deski rozdzielczej, a także położenie dźwigni zmiany biegów. Jest też kwestia zużycia energii. Mimo 60 kWh pojemności baterii zasięg Megane nie jest na tyle duży, jakbym tego oczekiwał. Zużycie energii na poziomie 20-25 kW na 100 km to według mnie zbyt wiele jak na auto segmentu C, nawet jak na zimowe warunki pogodowe. Pomijając to, nowe Megane to kawał nowoczesnego, pełnego technologii auta, które przyjemnie się prowadzi. Gdyby było odrobinę tańsze – koszt testowanej wersji EV60 z wyposażeniem techno to około 210 tysięcy złotych – mogłoby sporo namieszać wśród konkurencji. ■

Co sądzę o...

perspektywach dla rynku po wstrzymaniu przywozu oleju napędowego z Rosji do Unii Europejskiej

dr Szymon Araszkiewicz

Wielkimi krokami zbliża się termin wejścia w życie embarga Unii Europejskiej na sprowadzanie oleju napędowego z Rosji. Na europejskim rynku naftowym z tego powodu w ostatnich miesiącach powracała niepewność co do przyszłego rozwoju sytuacji. Możliwe że zanim rynek dostosuje się do nowych okoliczności, to każdy, nawet krótkotrwały, negatywny impuls może zaognić napiętą sytuację i prowadzić do okresowych zwwyżek cen.

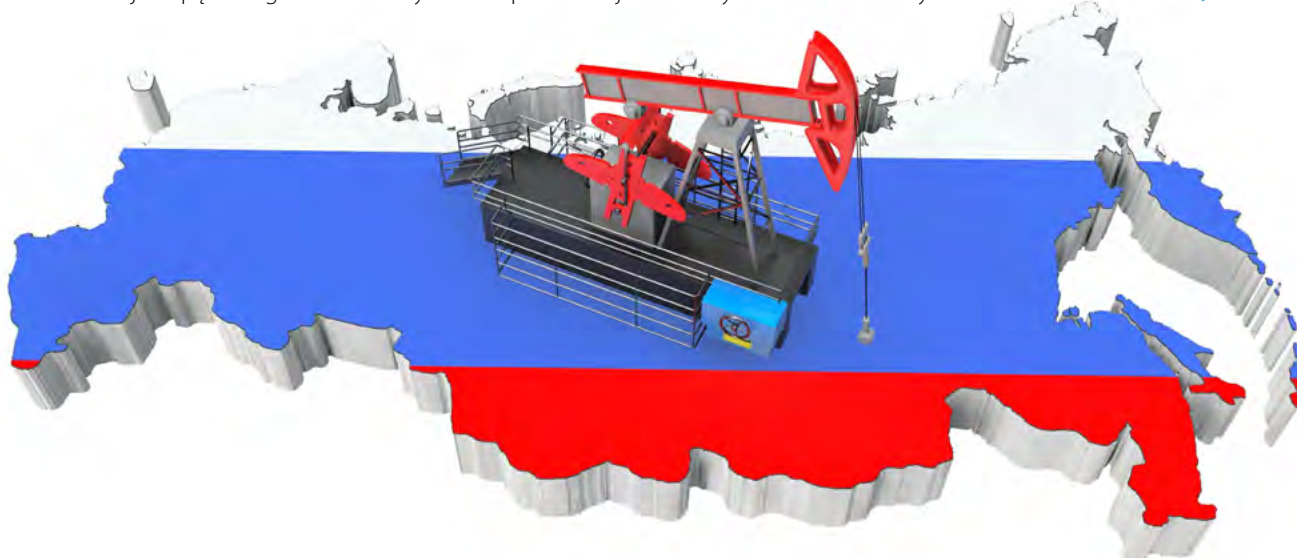
Jako jedną z form uderzenia w rosyjską gospodarkę i tym samym ograniczenia możliwości finansowania jej działań wojskowych społeczność międzynarodowa stosuje sankcje wymierzone w rosyjski sektor naftowo-paliwowy. Od grudnia obowiązuje już wprowadzony przez Unię Europejską zakaz zakupów rosyjskiej ropy drogą morską, w lutym 2023 r. ma natomiast zacząć obowiązywać embargo na sprowadzanie m.in. oleju napędowego.

W Polsce w 2021 r. olej napędowy z Rosji pokrył ok. 20 proc. krajowej konsumpcji. W roku 2022 przywóz oleju napędowego z Rosji do Polski spadł. Na monitorowanych przez Information Market szlakach rozmiar spadku to ok. 40 proc. Część polskich firm zdecydowała się na samodzielne zmniejszenie lub zupełne wyeliminowanie zakupów z tego kierunku, w reakcji na rosyjską agresję przeciwko Ukrainie, jeszcze zanim ustalone zostały oficjalne sankcje.

Rosja jest istotnym źródłem dostaw oleju napędowego do Unii Europejskiej. Wg danych Eurostat oraz S&P różnica między produkcją europejską a zapotrzebowaniem wynosi 11 proc., stąd potrzeba przywozu spoza Wspólnoty. Największymi klientami na rosyjski olej w UE za 2021 r. były Francja, Niemcy i Polska. Oprócz członków UE duże ilości oleju z Rosji, zbliżone do Polski, sprowadzała też Turcja, a Wielka Brytania – podobnie jak Niemcy. Jak

dotąd w 2022 r. przywóz rosyjskiego oleju do Europy spadł o ok. 10 proc.

Europejskie rafinerie w 2022 r. realizowały wyjątkowo wysokie marże. Wynikało to ze wzrostu cen paliw, oczywiście spowodowanego zakłóceniami rynku i niepokojem o dalsze perspektywy zaopatrzenia w kontekście agresji Rosji przeciw Ukrainie. Choć teoretycznie tworzy to inicjatywę do zwiększania produkcji, to jednak napotyka ona na ograniczenia. Ostatnie lata przynosiły raczej ubytki mocy wytwórczych, wynikające z decyzji dezinvestycyjnych o długookresowych perspektywach czy też koniecznych remontów, utrudnionych w trakcie trwania pandemii COVID19. Gdy do tego szerokiego obrazu dokładały się jeszcze niespodziewane kwestie, jak jesienny strajk pracowników rafinerii we Francji, tym bardziej okazywało się jak wrażliwy i podatny na impulsy jest aktualnie rynek. ▶



► Chiny mają stać się w najbliższych kilku latach największym producentem paliw na świecie, dzięki otwieraniu tam wciąż nowych rafinerii. Aktualnie ich udział w globalnych zdolnościach rafinacji wynosi ok. 17-18 proc. Jesienią 2022 r. znacząco zwiększył się eksport paliw, w tym oleju napędowego, z Chin, jednak towar trafiał głównie na rynki azjatyckie. Jak podał w listopadzie 2022 r. portal oilprice.com, inni producenci azjatyccy mogą jednak być przez to bardziej skłonni do większych wysyłek do Europy. W październiku tego roku, wg tego samego źródła, chińskie wysyłki oleju napędowego za granicę wyniosły ponad 1 mln ton, czyli dwa razy tyle co rok wcześniej. Wrzesień 2022 był pod tym względem jeszcze lepszy. Jak podała agencja Reutera, grudzień 2022 miałby z kolei przynieść pobicie chińskiego rekordu wysyłek oleju i poziom ponad 3 mln t. W przypadku Chin istotną rolę odegrają pozwolenia na wysyłki, wydawane oficjalnie przez władze, ich poziomy i rozkład na 2023 r.

Wiodącym światowym producentem paliw są Stany Zjednoczone, które również pozostaną partnerem handlowym dla europejskich rynków. Jak informuje tamtejszy Departament Energii, jeszcze w 2021 r. popyt na olej był tam niższy niż jego produkcja. W momencie pisania tego tekstu mamy jednak do czynienia z rekordowo niskimi zapasami tego produktu za oceanem. Dyskutowano nawet wprowadzenie oficjalnej blokady eksportu oleju napędowego i skupienie się na zaopatrywaniu tylko rynku wewnętrznego, czemu sprzeciwia się m.in. sektor naftowy.

W 2022 r. zwiększyły się dostawy oleju napędowego z bliskiego wschodu do Europy, jak podaje firma Vortexa – na przykład z Arabii Saudyjskiej. W kontekście roku 2023 i alternatywnych kierunków znaczenia nabierają mogą rozwijane w trakcie 2022 r. relacje handlowe między PKN Orlen i Saudi Aramco oraz wejście tej ostatniej firmy aktywnie na polski rynek, poprzez



fol. depositphotos.com

transakcję przejęcia części Grupy Lotos.

W mediach pojawiały się w ostatnich miesiącach informacje o tworzonej „szarej flocie” statków, która służyć ma ukrywaniu dostaw surowca i paliw z Rosji, wobec ograniczeń nakładanych na to państwo. Nie można więc oczywiście wykluczyć opracowania przez niektórych uczestników rynku różnego rodzaju „rozwiązań”, omijających oficjalne sankcje, które służyć będą potajemnemu wprowadzaniu rosyjskiego oleju do handlu w Europie. Byłoby to kompletne zaprzeczenie idei stojącej za embargiem i jednocześnie, z punktu widzenia zaopatrzeniowego, czynnik łagodzący z kolei ewentualne zakłócenia podaży. Również ułożenie rosyjskiego oleju napędowego na rynkach państw, które nie wprowadzają ograniczeń w handlu z Moskwą, pośrednio przyczyniać się może do umożliwienia skierowania niektórych innych przepływów towarowych do Europy.

Olej do Europy ma skąd docierać, jednak zapowiadający się wzrost zainteresowania prawdopodobnie przełoży się też na mocniejszą presję cenową. Z komentarzy pojawiających się w międzynarodowych serwisach analitycznych wynika, że momentem szczególnie istotnym będzie końcówka stycznia i początek lutego 2023 r. Z rynków paliwowych docierają również sygnały o wciąż relatywnie wysokich cenach transportu morskiego paliw oraz o tym, że zmiany kierunków przepływów mogą pociągnąć za sobą wyższe koszty. Wszystko omówione wcześniej czynniki mogą przełożyć się na okresowe zawirowania w cenach oleju napędowego w notowaniach europejskich. Pamiętajmy też jednak, że każde z państw ma swoją specyfikę i charakterystykę rynku paliwowego, co oznacza że w niektórych przypadkach kłopoty na rynkach będą większe, a w innych – znacznie mniej odczuwalne.

DOŁĄCZ DO NAS. SPRAWDŹ NASZĄ OFERTĘ FRANCYZOWĄ

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



**Chcesz zbudować stację paliw
i potrzebujesz wsparcia w tym procesie?**

**Prowadzisz już stację paliw
i myślisz o wybudowaniu nowej?**

**Poszukujesz obiektywnej informacji o przychodach
i kosztach działania stacji paliw?**

Jesteśmy grupą
doświadczonych analityków,
doradców biznesowych i prawników.
Od 20 lat pomagamy firmom
z branży paliwowej,
w tym stacjom i sieciom stacji,
w poprawie wyników finansowych,
poprzez zwiększanie przychodów
i kontrolę kosztów.

Skorzystaj
z kompleksowego wsparcia
w zaplanowaniu, budowie
i uruchomieniu stacji paliw!
Przełożymy pomysł
na konkretny
proces inwestycyjny.

**Świadczymy szeroki zakres wsparcia,
z którego korzystać można zarówno kompleksowo,
jak tylko w wybranych obszarach.**

Nasze usługi to:

- ✓ ocena wskazanego terenu pod kątem opłacalności budowy stacji
- ✓ przygotowanie biznesplanu w zakresie kosztorysu CAPEX i rachunku wyników
- ✓ wsparcie prawne w zakresie np. przygotowania umów, uzyskania koncesji i pozwoleń
- ✓ wybór optymalnego dla danej okolicy formatu stacji
- ✓ wsparcie w doborze projektanta (architekta), wykonawcy budowy stacji i podwykonawców
- ✓ opracowanie kompleksowego systemu zakupów paliw i polityki sprzedaży
- ✓ pomoc w operacyjnym przygotowaniu stacji do działania – wsparcie w rekrutacji pracowników, opracowaniu procedur, uruchomieniu stacji.