

Na Stacji Paliw

Nr 2/2026 (43) | kwiecień-czerwiec 2026

Temat numeru

Matcha latte na stacjach paliw

Chwilowa moda czy trwała szansa na wzrost sprzedaży?



Od kubka kawy po nową
jakość obsługi klienta

Koniec kryzysu
w cieśninie Ormuz?

Z Shell biznes się opłaca. Dołącz do nas.



Sprawdź naszą ofertę franczyzową.
Skontaktuj się z nami i przekonaj się,
jak możemy napędzić Twój biznes!

✉ SPOLSKA-stacje-partnerskie@shell.com

☎ +48 800 080 020

🌐 shell.pl/franczyza



Spis treści

WYDARZENIA

- Newsy z rynku 4

TEMAT NUMERU

- Matcha latte na stacjach paliw. Chwilowa moda czy trwała szansa na wzrost sprzedaży?

TWOJA STACJA

- Nowy rozdział dostępności na stacjach paliw 10

ARTYKUŁ SPONSOROWANY

- Jak klimatyzacja wpływa na spalanie w aucie i kiedy warto ją wyłączyć?

GASTRONOMIA

- Od kubka kawy po nową jakość obsługi klienta 14

RYNEK PALIWOWY

- Koniec kryzysu w cieśninie Ormuz? 19
- Zostawiamy spółkę bardzo dobrze przygotowaną do dalszego wzrostu 22

ARTYKUŁ SPONSOROWANY

- Sprawdzony sposób na rozwój dla niezależnych stacji paliw 24

PRAWNIK RADZI

- Rząd planuje podatek od nadzwyczajnych zysków dla firm paliwowych 26
- Czystki stałe w oleju napędowym – nowy wymiar jakości według PN-EN 590:2025 28
- Poziom „crop cap” przy realizacji NCW wchodzi w życie 29

LIFESTYLE

- Podróżuj bez stresu, czyli jak się spakować i nie oszaleć 30

MOTORYZACJA

- Hyundai Inster Cross Smart. Futurystyczny mieszcuch 32

PODRÓŻE

- Lwie miasto, smoczy apetyt. Singapur jakiego nie znacie 35

Na Stacji Paliw

MAGAZYN BRANŻOWYCH INSPIRACJI

Redaguje zespół w składzie:

Jakub Bogucki – Redaktor Naczelny
Szymon Araszkiewicz
Gabriela Kozan
Grzegorz Maziak
Magdalena Robak

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

Zapraszamy do kontaktu z nami.

Na wszystkie prośby i pytania postaramy się odpowiedzieć jak najszybciej.



Od redaktora

Drodzy Czytelnicy,

Oddajemy w Państwa ręce nowe wydanie naszego magazynu w czasie, gdy świat z uwagą śledzi postępy procesu pokojowego na Bliskim Wschodzie. Stabilizacja sytuacji w regionie i perspektywa pełnego udrożnienia cieśniny Ormuz to dobra wiadomość nie tylko dla globalnej gospodarki, ale również dla rynku paliwowego. Przyglądamy się temu, jak zmieniająca się sytuacja geopolityczna może wpłynąć na ceny surowców, transport oraz codzienne funkcjonowanie branży stacji paliw.

Tematem przewodnim tego numeru jest matcha – napój, który zyskuje coraz większą popularność wśród konsumentów poszukujących nowych smaków i zdrowszych alternatyw. Sprawdzamy, skąd bierze się fenomen zielonej herbaty w proszku, jakie możliwości daje gastronomii oraz dlaczego coraz częściej pojawia się również w ofercie nowoczesnych punktów sprzedaży.

Nie zabraknie także tematów związanych z rozwojem stacji paliw. Prezentujemy najnowsze innowacje technologiczne i rozwiązania, które pomagają zwiększać wygodę klientów oraz efektywność prowadzenia biznesu. Przyglądamy się również tematowi kawy – produktu, który od lat pozostaje jednym z najważniejszych elementów pozapaliwowej oferty stacji i nieustannie ewoluuje wraz ze zmieniającymi się oczekiwaniami konsumentów.

Jak zawsze przygotowaliśmy także materiały z zakresu motoryzacji, podróży i lifestyle'u. Znajdą tu Państwo zarówno praktyczne informacje, jak i inspiracje na letnie wyjazdy oraz chwile relaksu w drodze.

Zapraszamy do lektury i życzymy wielu ciekawych odkryć oraz inspirujących pomysłów.

DR JAKUB BOGUCKI
REDAKTOR NACZELNY

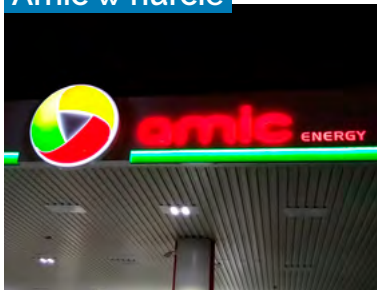
Newsy z rynku

Co z zakazem alkoholu na stacjach?



Ministerstwo Zdrowia poinformowało, że petycja dotycząca zakazu sprzedaży alkoholu na stacjach paliw powinna zostać przekazana do sejmowej podkomisji zajmującej się zmianami w ustawie o wychowaniu w trzeźwości. Resort wskazał, że prace nad poselskimi projektami w tej sprawie są już na zaawansowanym etapie legislacyjnym. W odpowiedzi na petycję nie odniesiono się do przedstawionych argumentów, ograniczając się do wskazania właściwego trybu dalszego procedowania sprawy.

Amic w hurcie



Holding Amic Energy sfinalizował z końcem maja przejęcie części majątku Petro Mazowsze, wchodząc tym samym w segment hurtowej sprzedaży paliw. W ramach transakcji Amic Polska pozyskał trzy stacje paliw oraz flotę ponad 20 cystern paliwowych i gazowych. Spółka podkreśla, że przejęcie wzmocni jej zaplecze logistyczne, zwiększy niezależność operacyjną i pozwoli lepiej zarządzać łańcuchem dostaw. Według prezesa Amic Polska Krzysztofa Strzeleckiego wejście w segment hurtowy stanowi ważny element strategii rozwoju i dywersyfikacji źródeł przychodów. Obecnie pod marką Amic Energy działa w Polsce 131 stacji paliw.

Ile kosztowała niższa akcyza?



Obniżka akcyzy na paliwa okazała się znacznie bardziej kosztowna dla budżetu państwa, niż pierwotnie zakładano. Jak informuje „Puls Biznesu”, dane Ministerstwa Finansów wskazują, że wpływy z akcyzy w maju były o ponad 1 mld zł niższe niż rok wcześniej, podczas gdy rząd szacował miesięczny koszt tego rozwiązania na około 700 mln zł. Od 16 czerwca przestały obowiązywać obniżone stawki akcyzy na wybrane paliwa silnikowe, natomiast obniżony VAT pozostanie w mocy do końca czerwca 2026 r. Decyzję uzasadniono spadkiem cen ropy Brent i importowanego diesla do poziomów określonych w programie CPN jako warunek wygaszania wsparcia.

POPiHN krytycznie o daninie



Polska Organizacja Przemysłu i Handlu Naftowego (POPiHN) skrytykowała przyjęty przez rząd projekt podatku od nadzwyczajnych zysków w sektorze paliwowym. Zdaniem organizacji nowa danina ma charakter wyłącznie fiskalny i nie uwzględnia trudnej sytuacji branży, która od miesięcy zmagają się ze skutkami zakłóceń dostaw związanych z kryzysem w rejonie cieśniny Ormuz. POPiHN podkreśla, że podatek będzie naliczany od przychodów, a nie rzeczywistych zysków, pomijając rosnące koszty działalności. Branża krytykuje również wysoką, 60-procentową stawkę oraz planowane wprowadzenie części przepisów z mocą wsteczną. Według organizacji dodatkowe obciążenie sektora kwotą około 4 mld zł może ograniczyć inwestycje w bezpieczeństwo paliwowe i transformację energetyczną, a także osłabić konkurencyjność Polski jako regionalnego centrum logistycznego. POPiHN zaapelowała o wycofanie projektu z dalszych prac legislacyjnych.

Nowi inwestorzy dla sieci Moya



Anwim S.A., właściciel sieci stacji paliw Moya, zmienia właściciela. Polish Enterprise Fund VIII (zarządzany przez Enterprise Investors) oraz założyciele spółki podpisali umowę sprzedaży 100 proc. akcji na rzecz europejskiego joint venture tworzonego przez Stonepeak i Energy Equation Partners. Wartość transakcji nie została ujawniona, a jej finalizacja planowana jest na drugą połowę 2026 r. po uzyskaniu wymaganych zgód regulacyjnych. Moya to obecnie trzecia naj-

większa i najszybciej rozwijająca się sieć stacji paliw w Polsce, licząca ponad 540 lokalizacji (właśnych i franczyzowych). W 2018 r., gdy Enterprise Investors zainwestował w Anwim, sieć liczyła 180 stacji - oznacza to trzykrotny wzrost w ciągu 8 lat. Nowi inwestorzy wnoszą doświadczenie w infrastrukturze energetycznej, detalicznej sprzedaży paliw i elektromobilności. Stonepeak (88 mld USD zarządzanych aktywów) i Energy Equation Partners (inwestycje w sektor energetyczny) mają już doświadczenie w Europie - w 2025 r. przejęli sieć JET w Niemczech i Austrii (około 1000 stacji). Anwim deklaruje, że ambicją sieci Moya jest awans na pozycję wicelidera rynku paliwowego w Polsce. Priorytetami pozostają: dalsza ekspansja sieci, rozwój oferty convenience i inwestycje w elektromobilność (do końca 2026 r. planowane około 180 ładowarek).

Paliwa z uśmiechem





Matcha latte na stacjach paliw

Chwilowa moda czy trwała szansa na wzrost sprzedaży?

Gabriela Kozan

Przez lata segment gastronomiczny na stacjach paliw rozwijał się głównie wokół kawy. To ona budowała marżę, zwiększała częstotliwość wizyt i pomagała przekształcać stacje z miejsc szybkiego tankowania w nowoczesne punkty convenience. Dziś jednak rynek zaczyna wchodzić w kolejny etap. Klient nadal chce dobrej kawy i na wielu stacjach ją może kupić, ale coraz częściej oczekuje także alternatywy: napoju, który będzie modny, lżejszy, bardziej „wellness” i jednocześnie wygodny do kupienia w trasie. Właśnie w tym miejscu pojawia się matcha latte.

W ostatnich miesiącach napój ten coraz śmielej trafia do oferty dużych sieci stacyjnych. Orlen włączył matcha latte do wiosennej edycji Stop Cafe, przedstawiając ją jako główną nowość sezonu i jednocześnie zapowiadając, że pozostanie ona w menu na dłużej. Co istotne, oferta została przygotowana nie tylko z myślą o jednym rynku, ale w ujednoliconej formie objęła Czechy, Polskę, Słowację, Węgry, Austrię, Niemcy i Litwę. To sygnał, że operator nie traktuje matchy wyłącznie jako lokalnego eksperymentu marketingowego, lecz jako produkt o potencjale międzynarodowym.

Jeszcze wyraźniej widać to na przykładzie Circle K w Irlandii. Sieć uruchomiła sprzedaż matcha latte

w skali całego kraju, a następnie rozszerzyła kategorię o wariant Iced Strawberry Matcha Latte na wybranych stacjach z ofertą napojów mrożonych. Taki ruch pokazuje, że matcha nie jest już jedynie dodatkiem do menu, ale zaczyna funkcjonować jako osobna, rozwijalna platforma produktowa.

Z perspektywy właściciela stacji paliw najważniejsze pytanie w kontekście ewentualnego rozszerzania menu brzmi jednak nie, czy matcha jest modna, lecz czy może się sprzedać. Dostępne dane sugerują, że tak. W badaniu Ipsos przeprowadzonym dla Orlenu w Czechach 42 procent respondentów zadeklarowało, że kupuje kawę na stacjach paliw, a ponad 70 procent jest skłonnych spróbować nowego produktu, jeśli wzbudzi on zainteresowanie lub zostanie przed-

stawiony jako oferta sezonowa. Dla prawie połowy ankietowanych najważniejsze są świeżość i jakość. Z biznesowego punktu widzenia oznacza to, że klient stacyjny jest znacznie bardziej otwarty na nowości, niż jeszcze kilka lat temu zakładała branża.

To właśnie ta gotowość do testowania nowości czyni napój matcha latte produktem interesującym. Wpisuje się on jednocześnie w kilka trendów konsumenckich. Po pierwsze, odpowiada na rosnące zainteresowanie alternatywami dla kawy. Po drugie, ze względu na swój soczysty zielony kolor korzysta z silnych skojarzeń ze zdrowym stylem życia, naturalną energią i kategorią premium. Po trzecie, dobrze działa marketingowo: ma charakterystyczny kolor, budzi ciekawość, wyróżnia się na materiałach reklamowych i łatwo staje się produktem „do spróbowania”, nawet jeśli klient nie planował wcześniej takiego zakupu.

Nie bez znaczenia jest też fakt, że matcha trafia do sprzedaży w momencie, gdy stacje paliw coraz mocniej konkurują już nie tylko między sobą, ale także z piekarniami, sieciami convenience (także w kolorze zielonym), fast foodami i kawiarniami. Sama dobra kawa przestaje wystarczać jako wyróżnik. Sieci szukają więc produktów, które pozwolą odświeżyć menu, zwiększyć impulsowość zakupów i zbudować wizerunek miejsca nowoczesnego. Matcha latte spełnia wszystkie te funkcje jednocześnie, szczególnie jeśli

jest oferowana obok sezonowych smaków i wspiera na komunikacją promocyjną.

Można się jednak zastanowić, czy jest to trend trwały? Wiele wskazuje na to, że tak, choć nie oznacza to, że matcha zastąpi kawę. Bardziej realny jest scenariusz, w którym stanie się ona stałym uzupełnieniem oferty gastronomicznej, podobnie jak wcześniej cappuccino smakowe czy napoje proteinowe stały się dodatkiem do podstawowego menu. Kluczowe jest to, że wiodący na rynku stacji paliw w Polsce Orlen już teraz deklaruje pozostawienie matcha latte w ofercie Stop Cafe po zakończeniu kampanii sezonowej, a Circle K rozwija wokół matchy kolejne warianty. Takie decyzje zwykle zapadają nie tylko na podstawie trendów wizerunkowych, ale także pierwszych wyników sprzedaży i oceny potencjału kategorii.

Dla operatorów stacji oznacza to jedno: wejście w matcha latte może być zasadne, ale pod pewnymi warunkami. Produkt powinien być wdrażany nie jako egzotyczna ciekawostka, lecz jako przemyślany element szerszej strategii. Najlepiej sprawdzi się tam, gdzie stacja już ma mocną ofertę gastronomiczną, sprawny proces przygotowania napojów, odpowiednią ekspozycję i klientów skłonnych dopłacać za jakość oraz nowość. W takich lokalizacjach matcha może zwiększać wartość średniego paragonu, przyciągać młodszych konsumentów i poprawiać postrzeganie całej oferty gastronomicznej. ►

Produkt powinien być wdrażany nie jako egzotyczna ciekawostka, lecz jako przemyślany element szerszej strategii. Najlepiej sprawdzi się tam, gdzie stacja już ma mocną ofertę gastronomiczną, sprawny proces przygotowania napojów, odpowiednią ekspozycję i klientów skłonnych dopłacać za jakość oraz nowość.



- Warto też pamiętać, że sukces tego typu produktu zależy od realizacji w praktyce. Matcha latte musi być łatwa do zamówienia, powtarzalna jakościowo i dobrze opisana i zaprezentowana. Część klientów nadal nie wie, czym właściwie jest matcha, dlatego znaczenie mają proste komunikaty sprzedażowe: łagodniejsze pobudzenie, zielona herbata, mleczna forma, modny smak, alternatywa dla klasycznej kawy. Sprawdzi się zatem tam, gdzie personel będzie potrafił krótko wyjaśnić, czym jest produkt, a materiały na stacji będą wystarczająco zachęcające.

Z biznesowego punktu widzenia największą wartością matcha latte może być nie tylko bezpośrednia sprzedaż, ale efekt wizerunkowy. Wprowadzenie takiego napoju sygnalizuje, że stacja nadąża za rynkiem, rozumie nowe potrzeby konsumentów i potrafi zaoferować coś więcej niż standardową kawę oraz

hot dog. Dla części operatorów właśnie ten element może okazać się najważniejszy, szczególnie w lokalizacjach miejskich i przy trasach o dużym udziale klientów młodszych, mobilnych i bardziej skłonnych do zakupów impulsywnych.

W praktyce oznacza to, że matcha latte nie musi i nie powinna być traktowana jako produkt masowy dla każdej stacji w identycznej formule. To raczej narzędzie segmentacyjne. Na najlepszych obiektach może wejść do oferty stałej, na innych sprawdzi się jako propozycja sezonowa testująca zainteresowanie klientów. Taki model ogranicza ryzyko, a jednocześnie pozwala sprawdzić, czy lokalny rynek reaguje na kategorię podobnie jak konsumenci badani przez Orlen.

Dziś wszystko wskazuje na to, że matcha latte ma szansę utrzymać się w ofercie stacyjnej dłużej niż jeden sezon. Nie dlatego, że zastąpi kawę, ale dlatego, że dobrze odpowiada na kilka równoległych zmian: wejście gastronomii na poziom premium, rosnąca rolę convenience food, modę na funkcjonalne napoje i potrzebę ciągłego odświeżania menu. Dla właścicieli stacji paliw to sygnał, że warto obserwować kategorię bardzo uważnie, a w wielu przypadkach także rozważyć wejście w nią wcześniej niż konkurencja.

Na razie napój matcha latte jest dostępny wyłącznie na niektórych stacjach Orlenu w Polsce. Co było kryterium wyboru lokalizacji?

Dobór lokalizacji został oparty o analizę natężenia ruchu oraz potencjału sprzedażowego kategorii Stop Cafe. Głównym założeniem było to, żeby test i wdrożenie nowej pozycji objął stacje o najwyższym zasięgu i rotacji. Dlatego produkt jest dostępny m.in. na stacjach przy głównych szlakach komunikacyjnych, natomiast sama lista punktów będzie rozszerzana wraz ze zwiększaniem dystrybucji.

Czy matcha latte występuje obecnie w ofercie sezonowej, czy planowane jest włączenie jej na stałe do menu?

Biuro Relacji Publicznych i Międzynarodowych Orlen S.A.: Matcha latte została wprowadzona wraz ze startem kampanii wiosennej i jest



Z biznesowego punktu widzenia największą wartością matcha latte może być nie tylko bezpośrednia sprzedaż, ale efekt wizerunkowy. Wprowadzenie takiego napoju sygnalizuje, że stacja nadąża za rynkiem, rozumie nowe potrzeby konsumentów i potrafi zaoferować coś więcej niż standardową kawę oraz hot doga.



dostępna w ofercie całorocznej Stop Cafe jako stała pozycja w menu. Równolegle planujemy zwiększanie liczby stacji oferujących produkt, tak aby docelowo był dostępny w całej sieci. Wdrożenie będzie realizowane etapami.

Jakie były główne powody biznesowe wprowadzenia matcha latte do oferty?

Decyzja o wprowadzeniu matcha latte wynikała ze zmieniających się preferencji konsumentów oraz rosnącego zainteresowania alternatywami dla klasycznej kawy. Nowy produkt wpisuje się w strategię rozwoju oferty gastronomicznej Stop Cafe, polegającą na zróżnicowaniu asortymentu, podnoszeniu atrakcyjności oferty w segmencie napojów, a przede wszystkim reagowaniu na aktualne trendy rynkowe.

Jak Orlen ocenia pierwsze zainteresowanie klientów oraz wyniki sprzedaży matcha latte?

Pierwsze reakcje klientów oraz wyniki sprzedaży potwierdziły zasadność wprowadzenia matcha latte do oferty. Wnioski z pilotażu i bieżących analiz były podstawą decyzji o włączeniu produktu do oferty całorocznej oraz o stopniowym rozszerzaniu dostępności.

Czy z perspektywy Orlenu matcha latte to chwilowy trend, czy trwały kierunek rozwoju oferty gastronomicznej?

Matcha latte traktujemy jako element szerszego, długoterminowego kierunku rozwoju i dywersyfikacji oferty gastronomicznej Stop Cafe. Konsekwentnie rozwijamy menu w oparciu o analizę potrzeb klientów oraz wyniki sprzedażowe, uzupełniając ofertę o produkty odpowiadające współczesnym oczekiwaniom konsumentom.



Nowy rozdział dostępności na stacjach paliw

Projekt uruchomiony na początku czerwca 2026 przez sieć stacji paliw Orlen można uznać za jeden z najciekawszych w tym roku sygnałów zmiany standardu obsługi na polskim rynku stacji paliw. Spółka rozpoczęła otwieranie specjalistycznych pomieszczeń higieniczno-opiekuńczych dla osób ze szczególnymi potrzebami, określanych jako „komfortki”, a pierwsza lokalizacja działa już na MOP Gruczno Zachód przy trasie S5.

Z punktu widzenia branży to nie jest jedynie kolejny element strategii biznesowej i odpowiedzialności społecznej ani też akcja wizerunkowa. Orlen zapowiada ogólnopolską sieć obejmującą 33 lokalizacje, z czego 24 mają powstać na istniejących obiektach, a 9 na stacjach planowanych do realizacji, co oznacza wejście w obszar realnej przebudowy infrastruktury i redefinicji usług pozapaliwowych.

Dostępność przestaje być dodatkiem

W komunikacji wokół projektu najmocniej wybrzmiewa teza, że dostępność ma stać się integralną częścią standardu obsługi klienta, a nie wyłącznie formalnym wymogiem projektowym. Orlen podkreśla, że inwestycja ma poprawić komfort podróżowania osób z niepełnosprawnościami i ich opiekunów oraz stworzyć spójną sieć miejsc dostępnych przy głównych trasach komunikacyjnych w kraju. To istotna zmiana perspektywy dla całej branży stacyjnej.

Do tej pory rynek koncentrował się głównie na podstawowej dostępności architektonicznej, czyli podjazdach, szerokich przejściach czy standardowych toaletach dla osób z niepełnosprawnościami, o czym pisaliśmy w naszym kwartalniku w 2018 r. (<https://nastacjipaliw.pl/downloads/nsp/nr11-2018.pdf>). Jeśli chodzi natomiast o pomieszczenia umożliwiające bezpieczne wykonywanie czynności pielęgnacyjno-higienicznych dla dorosłych użytkowników, to praktycznie nie występowały one na stacjach paliw w Polsce.

Pierwsza komfortka uruchomiona na MOP-ie Gruczno Zachód ma około 20 m kw. i została zaprojektowana jako pełnowartościowe pomieszczenie opiekuńczo-higieniczne, a nie rozbudowana toaleta dla osób z niepełnosprawnościami. Standard wyposażenia obejmuje leżankę z elektryczną regulacją wysokości, podnośnik sufitowy, toaletę z poręczami, dostosowaną umywalkę, bezprogowy prysznic z siedziskiem, system alarmowy oraz dodatkowe elementy poprawiające bezpieczeństwo i prywatność użytkowników.



W praktyce oznacza to wejście na poziom rozwiązań znanych z modelu *Changing Places*, rozwijanych przede wszystkim w Wielkiej Brytanii. Według rejestru *Changing Places* zarejestrowano 75 lokalizacji przy obiektach obsługi podróżnych związanych z ruchem autostradowym. W Irlandii podobne pomieszczenia wdraża także Applegreen, który według informacji cytowanych przez Centre for Excellence in Universal Design, ma już sześć lokalizacji wyposażonych w *Changing Places Toilets*.

Polska na tle Europy

Na tle europejskim polski rynek długo pozostawał w tyle, jeśli chodzi o obecność takich pomieszczeń w ramach infrastruktury drogowej, a MOP Gruczno Zachód to pierwsza stacja paliw w Polsce z tego typu specjalistycznym pomieszczeniem. Tym samym Orlen jest pierwszą siecią, która ogłosiła systemowy program budowy komfortek na stacjach i MOP-ach.

Jednocześnie same komfortki nie są już w Polsce zjawiskiem całkowicie nowym poza sektorem paliwowym. Portal niepełnosprawni.pl wskazywał w 2025 roku, że w kraju funkcjonuje ponad 60 takich miejsc, zlokalizowanych m.in. w galeriach handlowych, instytucjach kultury, obiektach sportowych, urzędach, szpitalach i przestrzeniach miejskich. Oznacza to, że Orlen nie tworzy kategorii od zera, lecz przenosi rozwiązanie znane już z części obiektów publicznych do segmentu podróży samochodowych i infrastruktury

drogowej. Jednocześnie płocki koncern otwarcie przyznaje, że montaż tego typu pomieszczeń na istniejących obiektach będzie trudny, ponieważ w wielu przypadkach wymaga rozbudowy pawilonów stacji oraz przejścia czasochłonnych procedur administracyjnych i budowlanych.

To ważna informacja dla innych operatorów. Komfortka nie jest wyposażeniem, które można dodać do już funkcjonującej stacji bez ingerencji w układ funkcjonalny budynku. W praktyce może to oznaczać konieczność powiększenia części usługowej, przeprojektowania zaplecza sanitarnego, zmian instalacyjnych i uzyskania dodatkowych uzgodnień technicznych, a więc decyzję inwestycyjną o znacznie większej skali niż standardowy remont sanitariatów.

Projekt podnoszenia poziomu wyposażenia stacji może wywołać efekt demonstracyjny dla całego rynku stacji paliw. Jeżeli sieć faktycznie zbuduje 33 lokalizacje przy głównych trasach, dostępność stanie się nie tylko tematem społecznym, ale także elementem przewagi konkurencyjnej i nowego standardu jakości usług dla podróżnych. W perspektywie kilku lat może to wpłynąć zarówno na oczekiwania klientów, jak i na sposób planowania nowych obiektów przez konkurencję. Tak jak kiedyś wyróżnikiem były restauracje, strefy odpoczynku, myjnie czy szybkie ładowarki, tak w kolejnej fazie rozwoju formatu convenience przy trasach rolę wyróżniającą może zacząć odgrywać infrastruktura dostępnościowa dla osób o bardziej złożonych potrzebach. ■

Jak klimatyzacja wpływa na spalanie w aucie i kiedy warto ją wyłączyć?



Włączona klimatyzacja zwiększa zużycie paliwa, ponieważ sprężarka obciąża silnik. W praktyce wzrost spalania zależy od temperatury, prędkości jazdy, typu napędu i stanu całego układu. Nie w każdej sytuacji jej wyłączenie przynosi jednak korzyść, ponieważ czasem większe straty powoduje jazda z otwartymi szybami.

Jak sprężarka klimatyzacji obciąża silnik i podnosi spalanie?

Klimatyzacja pobiera energię potrzebną do schłodzenia powietrza w kabinie. W samochodzie spalonym oznacza to dodatkowe obciążenie silnika, a więc także wyższe spalanie. Najbardziej odczuwalne staje się to w mieście podczas postojów w korkach oraz przemierzając krótkie odcinki, gdy auto często rusza i pracuje na niskich biegach. W takich warunkach nawet niewielki wzrost zapotrzebowania na moc szybciej odbija się na wyniku zużycia paliwa. Znaczenie ma również temperatura ustawiona we wnętrzu auta. Im większa różnica między upałem na zewnątrz a chłodem w samochodzie, tym intensywniej pracuje cały układ.

Największy wzrost spalania samochodu zwykle pojawia się w ruchu miejskim

Podczas jazdy po mieście klimatyzacja pracuje w najmniej korzystnych warunkach. Samochód często się zatrzymuje, wolno przyspiesza i ma mniejszy przepływ powietrza przez chłodnicę klimatyzacji. To sprawia, że aby utrzymać zadaną temperaturę, układ musi działać z większym obciążeniem. W efekcie różnica w spalaniu może być wyraźnie zauważalna, zwłaszcza w mniejszych autach z wolnossącymi

silnikami. W takich modelach każda dodatkowa potrzeba energetyczna ma większy wpływ na dynamikę i zużycie paliwa. Gdy auto porusza się spokojnie po lokalnych ulicach, obniżenie mocy także staje się bardziej odczuwalne.

Na trasie sytuacja wygląda inaczej niż podczas jazdy po mieście

Przy wyższej prędkości wpływ klimatyzacji na spalanie nadal występuje, ale nie zawsze jest największym źródłem strat. Podczas szybszej jazdy otwieranie szyb pogarsza aerodynamikę pojazdu, a to także podnosi zużycie paliwa. **Z tego powodu na drogach ekspresowych i autostradach bardziej opłaca się korzystać z zamkniętych szyb i sprawnej klimatyzacji niż z naturalnego przewiewu.** Powietrze wpadające do wnętrza pojazdu pogarsza aerodynamikę nadwozia i zwiększa opór ruchu. Im większa prędkość, tym mocniej ten efekt wpływa na wynik spalania. W praktyce oznacza to, że przy szybkiej jeździe wyłączenie chłodzenia nie zawsze daje oszczędność, której można by oczekiwać.

Znaczenie ma nie tylko temperatura, lecz także stan techniczny układu

Sprawność klimatyzacji wpływa na to, ile energii potrzeba do jej działania. Zabrudzony filtr kabinowy,

niski poziom czynnika lub niesprawny wentylator mogą pogarszać wydajność całego systemu. Wtedy chłodzenie trwa dłużej, a sprężarka pracuje intensywniej, niż powinna. To przekłada się nie tylko na większe zużycie paliwa, ale też na gorszy komfort jazdy. Regularny serwis ma więc znaczenie nie tylko dla wygody, lecz także dla kosztów codziennej eksploatacji. Warto pamiętać, że zaniedbany układ może powodować parowanie szyb, nieprzyjemny zapach w kabinie i szybsze zużycie podzespołów.

Rozsądna eksploatacja auta to także pilnowanie obowiązków formalnych

Koszty jazdy samochodem nie kończą się na paliwie, serwisie i częściach eksploatacyjnych. **Trzeba pamiętać również o obowiązkowym OC, ponieważ brak ciągłości ochrony oznacza wysoką karę finansową, którą nakłada UFG.** Dobrze jest więc kontrolować termin zakończenia polisy z odpowiednim wyprzedzeniem, zwłaszcza gdy równocześnie rosną inne wydatki związane z użytkowaniem auta. Informacje o ofercie marki HDI można sprawdzić tutaj: <https://hdi.pl/ubezpieczenie-oc/>.

Kiedy wyłączenie klimatyzacji rzeczywiście ma sens?

Są sytuacje, w których ograniczenie pracy układu chłodzenia może pomóc obniżyć spalanie. Dotyczy to głównie krótkich przejazdów przy umiarkowanej temperaturze, spokojnej jazdy po mieście oraz momentów, gdy chłodzenie wnętrza nie jest już potrzebne. Po schłodzeniu auta można zwiększyć temperaturę ustawień albo przejść na słabszy nawiew, zamiast całkowicie rezygnować z komfortu. Rozsądne korzystanie z systemu daje lepszy efekt, niż ciągłe włączanie i wyłączanie. **Nie warto też uruchamiać**

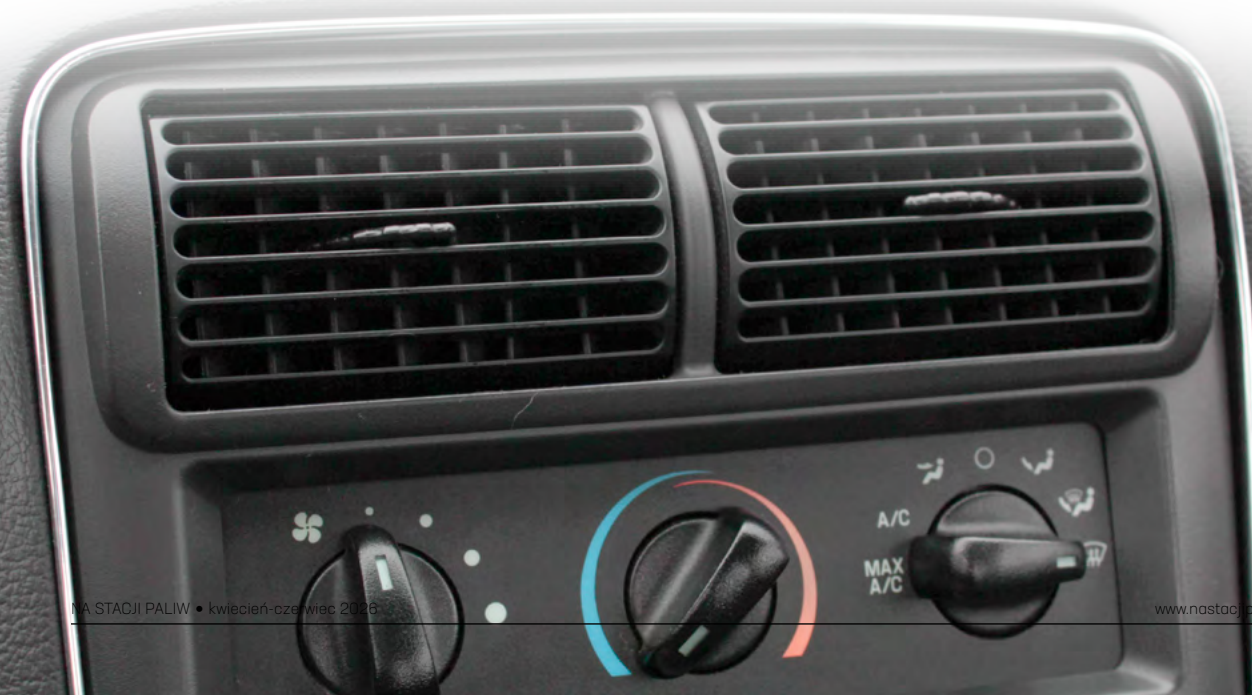
klimatyzacji na maksymalnej mocy zaraz po wejściu do rozgrzanego samochodu. Lepiej najpierw wypuścić gorące powietrze, a dopiero potem stopniowo obniżać temperaturę.

Wyłączenie klimatyzacji w aucie nie zawsze jest korzystne dla bezpieczeństwa i wygody jazdy

Klimatyzacja nie służy wyłącznie do chłodzenia wnętrza latem. Pomaga też osuszać powietrze, dzięki czemu szyby mniej parują podczas deszczu, chłodnych poranków i wilgotnej aury. Ma to bezpośredni wpływ na widoczność, a więc również na bezpieczeństwo poruszania się autem. Rezygnacja z jej używania za wszelką cenę nie zawsze jest więc rozsądnym rozwiązaniem. Dodatkowo długotrwałe wyłączenie układu nie sprzyja jego kondycji. Okresowe uruchamianie pomaga utrzymać właściwe działania elementów roboczych i zmniejsza ryzyko późniejszych usterek.

Najwięcej daje spokojna jazda i właściwe korzystanie z wyposażenia

Na końcowe spalanie wpływa cały styl eksploatacji samochodu, a nie tylko sam przycisk AC. **Gwałtowne przyspieszanie, jazda na zimnym silniku, zbyt niskie ciśnienie w oponach i wożenie zbędnego bagażu potrafią o wiele bardziej zwiększyć zużycie paliwa niż prawidłowo używana klimatyzacja.** Z tego powodu najlepszy efekt przynosi połączenie sprawnego układu chłodzenia z rozsądną techniką jazdy. Wtedy łatwiej utrzymać komfort w aucie bez niepotrzebnego podnoszenia kosztów. Dobrze ustawiona klimatyzacja nie musi być wrogiem oszczędnej jazdy. Problemem staje się dopiero wtedy, gdy działa bez umiaru albo w niesprawnym samochodzie. ■



Od kubka kawy po nową jakość obsługi klienta

Magdalena Robak

Energia, odprężenie, koncentracja, przyjemność – to właśnie między innymi zawdzięczamy kawie, która towarzyszy zarówno wykonywanym przez nas obowiązkom, jak i chwilom odpoczynku. Dla wielu osób jest to coś więcej niż tylko napój, a jej przygotowanie i picie kawy stanowi istotny element codzienności. O wyjątkowości i znaczeniu tego trunku niech świadczy chociażby fakt, że niektórzy jego miłośnicy przekształcili owe zwyczajne w swej istocie czynności w swoisty rytuał.

Zwyczaje związane z piciem kawy zmieniały się na przestrzeni lat. W „czasach słusznie minionych” królowała na polskich stołach wersja „po turecku” – zalewana wrzątkiem, serwowana w szklankach z koszyczkiem. Poza domem natomiast kawę podawano wyłącznie w kawiarniach, restauracjach, hotelach, spośród których te bardziej eleganckie były wyposażone w ekspresy. A dzisiaj czytelnicy „Na Stacji Paliw” nie potrafiliby pewnie wyobrazić sobie tankowania bez ulubionego czarnego napoju (i to bez fusów!) – dość powiedzieć, że Orlen sprzedaje go rocznie w liczbie kilkunastu milionów litrów, zaś na stacjach MOL jego roczna sprzedaż zbliża się już do 7 milionów porcji. Od kiedy pojawił się on w ofercie stacji, systematycznie zyskiwał na znaczeniu w koszyku klienta, a jego potencjał został doceniony też przez ich operatorów. Do sprzedaży kawy dostosowano więc powierzchnię sklepów, aby kojarzyły się one nie tylko z miejscem, w którym płaci się za tankowanie, ale gdzie można też w komfortowych warunkach, z kubkiem aromatycz-

nej i smacznej kawy w dłoni, zrobić przerwę w podróży. Pionierem było tu bp z formatem Wild Bean Cafe, obecnym w Polsce już od ponad dwudziestu lat, który był odpowiedzią na rosnące potrzeby klientów i stanowił również kamień milowy w organizacji gastronomii na stacjach paliw. Pomysł zaaranżowania na nich kącików kawiarnianych został szybko podchwycony przez pozostałych graczy na rynku, a jego realizacja przyczyniła się do zmian w ich sposobach konkurencji o klienta.

Chociaż w 2025 roku sieć sklepów Żabka zdetroniowała stacje w rankingu miejsc, w których Polacy najchętniej kupują kawę na wynos (raport ARC Rynek i Opinia), w dalszym ciągu pozostają one jednak bardzo ważnym kanałem jej dystrybucji.

Po pierwsze, sprzedaż kawy i innych produktów gastronomicznych stała się jednym z kluczowych elementów transformacji współczesnych stacji paliw i zarazem istotnym źródłem ich pozapaliwowej marży. Jak tłumaczy Biuro Prasowe MOL Polska w wypowiedzi przygotowanej dla redakcji NSP: *Transformacja rynku paliw oraz rozwój elektromobilności stopniowo zmieniają rolę tradycyjnych stacji paliw. Długoterminowa strategia mobilności i usług konsumenckich opiera się na odpowiadaniu na przyszłe potrzeby regionu, przy jednoczesnym wzmacnianiu działalności pozapaliwowej i convenience. W tym modelu stacje paliw coraz bardziej ewoluują w kierunku miejsc odpoczynku, gastronomii i usług convenience. Szczególną* ►

... sprzedaż kawy i innych produktów gastronomicznych stała się jednym z kluczowych elementów transformacji współczesnych stacji paliw i zarazem istotnym źródłem ich pozapaliwowej marży.

Ceny LPG bez zgadywania

Podstawa kontraktów na rynku gazowym w Polsce

Pełen obraz rynku

Indeksy i notowania cen LPG
na e-petrol.pl do trzech razy w tygodniu

e-petrol.pl 

kompletny obraz
rynku gazu płynnego

e-petrol.pl/notowania/lpg



Od importu przez krajowy łańcuch dostaw

- rolę odgrywa tutaj oferta gastronomiczna [...]. Trend ten znajduje odzwierciedlenie również w wynikach biznesowych. W 2025 roku sprzedaż pozapaliwowa Grupy MOL wzrosła o 11 proc. rok do roku, a marża pozapaliwowa zwiększyła się o 12 proc., osiągając udział na poziomie 35,4 proc. Pozytywny trend utrzymał się także w I kwartale 2026 roku – zarówno sprzedaż, jak i marża pozapaliwowa wzrosły o około 5 proc. rok do roku, wspierane dalszym rozwojem marki Fresh Corner.

Po drugie, kawa bywa nie mniej istotnym niż cena paliwa czynnikiem decydującym o wyborze stacji jako punktu tankowania. Badania przeprowadzone przez Biostat oraz dr Tomasza Zawadzkiego z Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu pokazują, że niemal połowa klientów traktuje już stacje paliw jako „destynację kawową”, a podobny odsetek deklaruje, że jakość kawy wpływa na wybór sieci – czytamy w komunikacie MOL.

Po trzecie, pod warunkiem, że trafia w gust klienta, kawa wzmacnia jego przywiązanie do marki i stanowić jeden z elementów tzw. *customer experience*, jest doskonałym narzędziem do budowania z nim relacji. Można wręcz odnieść wrażenie, że to właśnie ona jest tym produktem w ofercie stacji, wokół którego skupia się strategia sprzedaży pozapaliwowej. Sieci szeroko uwzględniają ją w programach lojalnościowych i zachęcają do jej zakupu ofertami promocyjnymi. Inwestują także w rozwój konceptów gastronomicznych, dążąc do takiej aranżacji przestrzeni stacji, aby klient czuł się w niej bardziej jak w tradycyjnej kawiarni. Czyli powinna ona być elegancka, przytulna, funkcjonalna oraz oddzielona od strefy stricte sprzedażowej, ale jednocześnie harmonizująca z całością zabudowy sklepu. Takie

podejście widoczne jest m.in. na stacji Shell przy ul. Stojłowskiego w Krakowie, której nadano format premium inspirowany wolnostojącą kawiarnią Shell Café w Warszawie. Jak podano w komunikacie sieci: *Wnętrze krakowskiej kawiarni łączy w sobie paletę nowoczesnych barw z drewnianymi elementami. W nowo otwartej przestrzeni można wypić aromatyczną kawę i odpocząć na wygodnej kanapie i fotelach przy kawowych stolikach. Na życzenie klientów gorące napoje przygotowywane są w ceramicznych filiżankach, a dania serwowane na porcelanie.* Podobny zamysł – by pobyt na stacji kojarzył się kierowcom bardziej z wizytą w kawiarni niż z krótkim postojem w trasie – mieli projektanci konceptu Eat&Go obecnego na stacjach paliw AVIA. I dlatego wnętrza sklepów, w których wykorzystuje się elementy marketingu sensorycznego, takie jak subtelna muzyka i przyjemny zapach, utrzymane są w jasnych odcieniach beżu i szarości, a całość uzupełniają drewniane detale oraz akcenty w kolorze musztardowym. Chociaż estetyczny wystrój stacji jest istotny i może zwiększać komfort klientów, to jednak kawa i wrażenia z nią związane raczej przesądzą o tym, czy będą oni chcieli na nią wrócić. W istocie mają ku temu powody, bo na stacjach serwuje się napoje przygotowane z mieszanek pochodzących z certyfikowanych ekologicznych upraw czy autorskie kawy specialty, wyróżniające się bardzo wysokim wynikiem w skali SCA (Special Coffee Association) oraz ponadprzeciętnym profilem sensorycznym. Wymagający klienci w menu stacji znajdą różnorodne warianty sezonowe kawy oraz jako dodatek do zasadniczego napoju „mleko roślinne” czy bez laktozy. W niektórych obiektach, wyposażonych w ekspresy kolbowe, będą mieć oni nawet okazję spróbowania trunku przygotowanego przez personel przeszkolony w zakresie sztuki baristycznej.



kawa bywa nie mniej istotnym niż cena paliwa czynnikiem decydującym o wyborze stacji jako punktu tankowania

Na stacjach paliw sprzedaż kawy i jej dystrybucja to jeden z kluczowych obszarów, na których koncentrują się właściciele, a pierwszym krokiem do jego zagospodarowania jest organizacja kącika kawowego.



O tym, od czego warto zacząć i jaką ofertę dla stacji przygotowało Nestlé Professional Poland, opowiedział „Na Stacji Paliw”

Daniel Alavi,
Beverages Group
Product Manager.

Kawa jest jednym z flagowych produktów w ofercie pozapaliwowej stacji, bez którego trudno dziś wyobrazić sobie jej funkcjonowanie. Dla wielu kierowców zakup kawy jest statym dodatkiem do tankowania, a dla prowadzących stacje istotnym źródłem przychodów. Jakie rozwiązania oferuje im w tym zakresie Nestlé?

Nestlé oferuje stacjom paliwowym kompleksowe rozwiązanie kawowe, które obejmuje przede wszystkim automatyczne ekspresy oraz kawy ziarniste dostępne pod marką NESCAFÉ, dzięki czemu punkt może zapewnić klientom szybki dostęp do kawy w modelu samoobsługowym. Ofertę uzupełniają produkty, które pozwalają dopasować ją do potrzeb klientów. Należą do nich m.in. mleczny napój kakaowy, mleko w proszku oraz wariant oparty na mleku UHT. W ofercie Nestlé znajdują się także nowoczesne kąciki kawowe, obejmujące meble oraz niezbędne akcesoria, takie jak kubki, mieszadła czy cukier. Dodatkowym udogodnieniem są również elastyczne opcje płatności. Klient może zapłacić za kawę tradycyjnie przy kasie albo skorzystać z płatności zbliżeniowej bezpośrednio przy ekspresie.

Czym wyróżnia się kącik kawowy Nestlé na tle innych formatów obecnych na stacjach paliw? Jakiego rodzaju napoje są w nim dostępne? Czy również kawa bezkofeinowa, herbata, gorąca czekolada?

Kącik kawowy NESCAFÉ wyróżnia się rozwiązaniem opartym na kawach ziarnistych oraz starannie dobranych recepturach, przygotowanych z wykorzystaniem preparatu mlecznego w proszku lub mleka w płynie UHT. Kluczowe znaczenie ma dla nas dopasowanie smaku kaw do preferencji polskich konsumentów. W tym celu przeprowadziliśmy ślepe testy różnych mieszanek kaw, wariantów i receptur, aby wyłonić rozwiązania najlepiej oceniane zarówno w przypadku kaw czarnych, jak i mlecznych. Dzięki temu proponujemy sprawdzone produkty i receptury pozytywnie ocenione przez większość konsumentów.

W zależności od potrzeb danego punktu możliwe jest zastosowanie mleka UHT albo preparatu mlecznego/mleka w proszku. To drugie rozwiązanie może być szczególnie korzystne tam, gdzie obsługa ma ograniczony czas, ponieważ wymaga mniej częstych procedur czyszczenia niż systemy wykorzystujące mleko płynne. Jednocześnie nasze ekspresy są wyposażone w spieniacze dostosowane do produktów rozpuszczalnych, co pozwala uzyskać odpowiednią teksturę i piankę mleczną. Asortyment uzupełnia napój kakaowo-mleczny, zbliżony charakterem do gorącej czekolady. ►

► Jakie korzyści daje właścicielowi stacji kącik kawowy Nestlé?

Kącik kawowy Nestlé Professional daje właścicielowi stacji przede wszystkim dostęp do kompleksowego rozwiązania dla kanału Out of Home, opartego na doświadczeniu globalnej marki NESCAFÉ. To propozycja, która łączy rozpoznawalność marki z recepturami przetestowanymi przez konsumentów.

Istotną korzyścią jest stabilna jakość produktu. Pałarnie i fabryki Nestlé zapewniają powtarzalny smak i aromat kawy, dzięki czemu właściciel stacji może oferować klientom napoje o przewidywalnym, wysokim standardzie.

Dla jakich stacji – małych czy dużych – będą odpowiednie kąciki kawowe Nestlé?

Kąciki kawowe Nestlé mogą być odpowiednim rozwiązaniem zarówno dla mniejszych, jak i większych stacji paliw. W ofercie dostępne są różne urządzenia i ekspresy, m.in. marek FRANKE, Rhea Vendors, Dr. Coffee oraz La Cimbali, co pozwala dopasować rozwiązanie do specyfiki danego punktu.



Jakie działania przed instalacją kącika kawowego powinien podjąć właściciel stacji i jak należy o niego dbać? Jak długo trwa montaż i uruchomienie systemu?

Przed instalacją kącika kawowego warto sprawdzić twardość wody w punkcie. Na tej podstawie Nestlé Professional dobiera odpowiedni filtr. Ten etap jest istotny z punktu widzenia prawidłowego przygotowania systemu do pracy.

Sam montaż i uruchomienie kącika kawowego trwa kilka godzin. Po instalacji zapewniamy również szkolenie dla personelu, obejmujące najważniejsze kwestie związane z codzienną obsługą ekspresu. Pracownicy dowiadują się m.in., jak korzystać z urządzenia, jak je uzupełniać oraz jak wykonywać codzienne czynności związane z czyszczeniem.

Jakie są orientacyjne koszty instalacji kącika kawowego Nestlé na stacji paliw? Jakie są modele jego finansowania?

Obecnie Nestlé Professional działa w modelu, w którym po naszej stronie pozostają koszty związane z uruchomieniem i obsługą kącika kawowego. Zapewniamy urządzenia, filtry, meble, akcesoria, produkty, komunikację marketingową, przeglądy, serwis, wymianę części oraz szkolenia maszynowe. Klienci płacą za produkty wykorzystywane w codziennej sprzedaży, takie jak kawa, mleko, kakao, cukier oraz akcesoria, w tym kubki i mieszadła.

Jaki jest orientacyjny miesięczny koszt utrzymania kącika kawowego na stacji paliw?

Orientacyjny miesięczny koszt utrzymania kącika kawowego zależy od konkretnej lokalizacji, dlatego do każdego projektu podchodzimy indywidualnie. Kluczowe jest dopasowanie urządzenia do rodzaju i potencjału danego punktu oraz przygotowanie wspólnego business case'u.

Takie podejście pozwala dobrać rozwiązanie w taki sposób, aby kącik kawowy generował odpowiedni obrót dla lokalu, a jednocześnie pokrywał koszty inwestycji ponoszone przez Nestlé Professional. W celu przygotowania szczegółowej kalkulacji zapraszamy do bezpośredniego kontaktu.

Koniec kryzysu w cieśninie Ormuz?

dr Jakub Bogucki

Wstępne porozumienie między Waszyngtonem a Teheranem wywołało tąpnięcie na globalnych giełdach paliwowych, spychając ceny ropy do najniższych poziomów od marca. Choć zapowiedź otwarcia cieśniny Ormuz formalnie kończy niszczycielski konflikt, eksperci studzą emocje: normalizacja dostaw i usunięcie szkód logistycznych zajmą długie miesiące. Spadek cen na rynkach światowych zbiegł się w czasie ze spodziewanymi decyzjami fiskalnymi w Warszawie. Obniżenie poziomów cenowych pozwoliło rządowi na rozpoczęcie stopniowego wygaszania ostonowego „Pakietu CPN”, poczynając od rezygnacji z ulgowej stawki akcyzy.

Giełdy reagują na pokój w Zatoce

Informacje o osiągnięciu wstępnego porozumienia pomiędzy Stanami Zjednoczonymi a Iranem doprowadziły do gwałtownej redukcji tzw. premii geopolitycznej za ryzyko, która przez ostatnie miesiące sztucznie windowała ceny paliw. W poniedziałek rano agencja Reutera poinformowała o głębokich spadkach na giełdach towarowych: notowania ropy Brent zniżkowały o 4,08 USD (4,7 proc.) do poziomu 83,25 USD za baryłkę, z kolei amerykańska ropa WTI potaniała o 4,35 USD (5,1 proc.), osiągając pułap 80,53 USD. Dla obu kontraktów oznacza to zejście do

najniższych poziomów od 10 marca, co nastąpiło po wyraźnych, trzyprocentowych spadkach już w miniony piątek.

Mediatorem w sporze okazał się Pakistan. Jak zapowiedział premier tego kraju, oficjalne podpisanie memorandum porozumienia zaplanowano na najbliższy piątek w Szwajcarii. Donald Trump potwierdził w niedzielę, że amerykańska blokada morska irańskich portów zostanie zniesiona, a strategiczna cieśnina Ormuz ma zostać ponownie otwarta w ciągu 30 dni – zgodnie z warunkami postawionymi przez stronę irańską. Wiceminister spraw zagranicznych Iranu, Kazem Gharibabadi, doprecyzował, że rozmowy nad trwałym, szerszym traktatem pokojowym będą toczyć się w trakcie zapowiedzianego 60-dniowego zawieszenia broni.

W odpowiedzi na te doniesienia bank Citi drastycznie zrewidował swoje prognozy cenowe dla ropy Brent. Nowy scenariusz bazowy (szacowany na 60 proc. prawdopodobieństwa) zakłada, że stabilne przepływy surowca przez cieśninę Ormuz zostaną osiągnięte do połowy lub końca lipca. W efekcie Citi obniżyło prognozę ceny Brent na III kwartał 2026 roku do 75 USD za baryłkę, na IV kwartał do 70 USD, a perspektywę na cały rok 2027 zrewidowało z 80 USD do zaledwie 65 USD za baryłkę. ►

► Paraliż logistyczny: iluzja szybkiego „powrotu do normy”

Mimo powszechnego optymizmu na rynkach finansowych, eksperci i przedstawiciele branży żeglugszej studzą emocje – powrót do pełnej normalności w handlu ropą i gazem potrwa długie miesiące, a odzyskanie poziomów sprzed konfliktu może nastąpić dopiero w 2027 roku. Associated Press wskazuje, że koncerny energetyczne nie są w stanie natychmiast zaspokoić globalnego popytu z powodu zniszczeń infrastruktury, ograniczeń technicznych oraz utrzymujących się obaw o bezpieczeństwo żeglugi.

Największym wyzwaniem jest potężny zator w Zatoce Perskiej, gdzie przez ponad trzy miesiące wstrzymanego ruchu utknęły dziesiątki w pełni załadowanych tankowców. Przedstawiciele branży oceniają, że rozładowanie samego korka przy niezakłóconym ruchu zajmie od 8 do 10 dni, a dopiero po wypłynięciu tych jednostek możliwe będzie podstawienie kolejnych statków do załadunku.

Armatorzy (w tym globalny gigant Maersk) podchodzą do powrotu na ten szlak z ogromną rezerwą. Sam komunikat polityczny nie wystarczy do odbudowania zaufania – kluczowe pozostaje realne za-

powrót do pełnej normalności w handlu ropą i gazem potrwa długie miesiące, a odzyskanie poziomów sprzed konfliktu może nastąpić dopiero w 2027 roku

grożenie minami morskimi, potrzeba ustabilizowania stawek ubezpieczeń frachtu oraz pewność, że zawieszenie broni utrzyma się dłużej niż deklarowane 30 czy 60 dni. Dodatkowo proces transportu surowca do odległych destynacji, jego przerób w rafineriach i dystrybucja gotowych paliw wymaga czasu. Sytuację komplikuje fakt, że część bliskowschodnich producentów drastycznie ograniczyła wydobycie po wypełnieniu lokalnych magazynów. O ile Arabia Saudyjska i Zjednoczone Emiraty Arabskie mogą relatywnie szybko przywrócić dostawy dzięki alternatywnym trasom przesyłu, o tyle w zniszczonym Iraku proces ten potrwa nawet rok.

Ukraina nadal w centrum uwagi

Odprężenie na Bliskim Wschodzie natychmiast wpłynęło na agendę szczytu G7. Donald Trump zasugerował, że zbliżająca się normalizacja przepływów przez cieśninę Ormuz pozwoli Stanom Zjednoczonym na ponowne, radykalne zaostrzenie sankcji wobec rosyjskiej ropy. Wcześniejsze, częściowe złagodzenie restrykcji wobec Moskwy było bowiem wymuszone obawą przed drastycznym skokiem cen paliw na Zachodzie z powodu wojny w Zatoce.

Prezydent USA podkreślił, że po wygaszeniu konfliktu z Iranem, uwaga państw zachodnich musi na powrót w pełni skupić się na Ukrainie. Podczas rozmów z przywódcami G7 Wołodymyr Zełenski omówił zapotrzebowanie na kolejne baterie systemów Patriot oraz uruchomienie ich licencjonowanej produkcji. Równolegle Wielka Brytania ogłosiła nowy pakiet sankcji wymierzonych w rosyjską „flotę cieni”, sieci finansowe omijające restrykcje oraz statki powiązane z eksportem LNG z kluczowego projektu Arctic LNG 2.



Powolny demontaż pakietu CPN

Stabilizacja na rynkach międzynarodowych i zjazd cen ropy Brent w okolice 80 USD za baryłkę wywołały natychmiastową reakcję fiskalną w Warszawie. Rząd Donalda Tuska rozpoczął zapowiadany na lato proces wygaszania osłonowego „Pakietu CPN”. Program ten funkcjonował od końca marca i miał na celu ochronę konsumentów przed kryzysową drożyzną poprzez ścięcie podatków paliwowych do minimalnych dopuszczalnych w Unii Europejskiej poziomów (co obniżało cenę litra benzyny i diesla o około 1,20 zł).

Pierwszy etap demontażu tarczy nastąpił 16 czerwca – rząd zdecydował o nieprzedłużaniu obniżki stawek akcyzy na wybrane paliwa silnikowe. Oznacza to powrót do standardowych stawek i wzrost obciążeń podatkowych o 29 groszy na litrze benzyny oraz 28 groszy na litrze oleju napędowego. Minister energii Miłosz Motyka uspokaja jednak kierowców, twierdząc, że zmiana ta nie będzie dotkliwa na stacjach – ceny na pylonach powinny wzrosnąć zaledwie o kilka, maksymalnie kilkanaście groszy, ponieważ podwyżka podatku zbiega się z taniejącym surowcem na świecie i spadkiem cen diesla w europejskich portach poniżej 1000 USD za tonę.

Powodem, dla którego resort finansów zdecydował się na wycofanie z ulg akcyzowych, są przede wszystkim alarmujące dane budżetowe. Z wyliczeń przytoczonych przez „Puls Biznesu” wynika, że majowe wpływy z akcyzy były aż o 1,1 mld zł niższe niż rok wcześniej, choć rząd szacował pierwotny miesięczny koszt tego rozwiązania na 700 mln zł. Choć pakiet skutecznie stłumił presję inflacyjną wiosną, ceną za to stało się pogłębienie 12-miesięcznego deficytu budżetowego do niepokojącego poziomu 275,6 mld zł. Co ciekawe, wpływy z VAT w maju (wynoszące 27,1 mld zł) były o 0,5 mld zł wyższe niż rok wcześniej, mimo prognozowanego ubytku na poziomie 900 mln zł z tytułu obniżenia stawki VAT na paliwa do 8 proc.

Lipcowy test dla kierowców i inflacji

Obecnie Ministerstwo Finansów potwierdziło, że obniżona do 8 proc. stawka VAT oraz powiązany z nią mechanizm cen maksymalnych (codziennie wyznaczanych przez ministra energii) będą obowiązywać wyłącznie do 30 czerwca 2026 roku. Pełny powrót do standardowej, 23-procentowej stawki VAT wraz z początkiem wakacji stanowi ogromne wyzwanie logistyczne i społeczne.



Obecnie Ministerstwo Finansów potwierdziło, że obniżona do 8 proc. stawka VAT oraz powiązany z nią mechanizm cen maksymalnych (codziennie wyznaczanych przez ministra energii) będą obowiązywać wyłącznie do 30 czerwca 2026 roku. Pełny powrót do standardowej, 23-procentowej stawki VAT wraz z początkiem wakacji stanowi ogromne wyzwanie logistyczne i społeczne.

Analitycy „Pulsu Biznesu” wyliczyli, że przywrócenie standardowego podatku VAT w lipcu oznaczałoby nagły skok cen paliw na stacjach o około 14 proc., co automatycznie podbiłoby wskaźnik krajowej inflacji o około 0,7 punktu procentowego. Rząd, świadomy tego zagrożenia, szuka finansowego bufora, który zasili topniejący budżet – trwają intensywne prace nad podatkiem od nadmiarowych marż na rynku paliw. Z tego tytułu gabinet Donalda Tuska planuje pozyskać w tym roku jeszcze 3,8 mld zł, co ma sfinansować miękkie lądowanie gospodarki po ostatecznym pożegnaniu „Pakietu CPN”.

Zostawiamy spółkę bardzo dobrze przygotowaną do dalszego wzrostu



Anwim, właściciel sieci Moya, zmienia właściciela. W rozmowie z redakcją Na Stacji Paliw o powodach stojących za decyzją o wyjściu z tej inwestycji opowiada Sebastian Król, partner w Enterprise Investors, funduszu private equity będącym większościowym udziałowcem spółki.

Handel paliwami na dojrzałym rynku to nie jest chyba typowy profil firmy, którą interesują się fundusze private equity? Co stało za decyzją o inwestycji w Anwim?

Sebastian Król, partner w Enterprise Investors:

Rynek paliw w Polsce jest dojrzały, ale nie oznacza to, że jest w pełni efektywny. A właśnie w takich miejscach fundusze private equity potrafią budować wartość tam, gdzie istnieje przestrzeń do poprawy modelu operacyjnego, zwiększenia skali i wzmocnienia pozycji konkurencyjnej przez selektywne akwizycje.

Decydując się na inwestycję w Anwim w 2018 r., widzieliśmy spółkę o solidnych fundamentach i jasno zdefiniowanymi obszarami do poprawy. Kluczowym elementem naszej tezy inwestycyjnej była możliwość zwiększenia niezależności firmy od krajowych koncernów paliwowych poprzez bezpośredni dostęp do zagranicznych dostawców. Dywersyfikacja źródeł zakupu paliw oznaczała większą elastyczność, lepszą pozycję negocjacyjną i potencjał poprawy marż na rynku zdominowanym przez graczy łączących



produkcję z dystrybucją. Planowaliśmy też aktywnie wykorzystać nasze doświadczenia w sektorze retail i jak pokazują wyniki, skutecznie to zrealizowaliśmy.

W Anwimie nie mieliśmy do czynienia z istotnymi zmianami na poziomie zarządu. Jak układała się współpraca z kadrą managerską spółki?

S. K.: Bardzo dobrze i nie jest to dyplomatyczna formułka. Przez cały okres naszej inwestycji założyciele pozostali aktywnie zaangażowani w rozwój firmy z poziomu rady nadzorczej, co było dużą wartością. Zainwestowaliśmy w spółkę z mocnym, skutecznym zarządem i ogromnym doświadczeniem w branży.

Naszą rolę nie było zastępowanie managementu, lecz wzmacnianie organizacji tam, gdzie realizacja strategii wymagała nowych kompetencji w finansowaniu, ekspansji akwizycyjnej czy budowaniu struktury grupy. Efekty tej współpracy mówią same za siebie: sieć stacji potroiła się, a EBITDA wzrosła ponad czterokrotnie. Moya stała się nie tylko trzecią największą siecią stacji w kraju, ale również najszybciej rosnącą.

Po drodze pojawiło się sporo zaskakujących sytuacji, jak pandemia czy rosyjska agresja na Ukrainę. Czy udało się zrealizować wszystkie cele? Czy coś jeszcze Państwa zaskoczyło?

S. K.: Nie będę ukrywać, że rzadko która inwestycja przebiega dokładnie według planu i ta nie była wyjątkiem. Pandemia oraz rosyjska agresja na Ukrainę były wstrząsami, które dotknęły wszystkich. Do tego doszedł czynnik, którego nie da się wiarygodnie modelować w Excelu: daleko idąca ingerencja polityczno-regulacyjna w funkcjonowanie rynku paliwowego, która w pewnych momentach istotnie komplikowała

planowanie i okazała się prawdopodobnie najtrudniejszym do przewidzenia ryzykiem w całym okresie inwestycji.

Tym bardziej jesteśmy dumni, że mimo tak dużych turbulencji Anwim zrealizował plan i osiągnął imponujące wyniki.

Co stoi za decyzją o sprzedaży udziałów w Anwimie? Czy perspektywy wzrostu na rynku paliw są już ograniczone?

S. K.: Fundusze private equity inwestują na określony czas. To naturalna część naszego modelu działania. W przypadku Anwimu pytanie nie brzmiało więc, czy nastąpi wyjście z inwestycji, ale kiedy będzie na to właściwy moment.

Sprzedaż spółki jest naturalnym domknięciem planu budowania wartości, który realizowaliśmy przez ostatnie lata. Może trochę się powtarzam, ale warto by to wybrzmiało: sieć Moya potroiła się do 540 stacji, EBITDA wzrosła ponad czterokrotnie, a spółka stała się w pełni zintegrowanym graczem obejmującym import, hurt, detal i karty flotowe. Warto też pamiętać, że okres naszej inwestycji i tak wydłużył się ze względu na wspomniane wcześniej zawirowania rynkowe i regulacyjne.

Nie wychodzimy z Anwimu dlatego, że rynek przestał być atrakcyjny. Przeciwnie, zostawiamy spółkę bardzo dobrze przygotowaną do dalszego wzrostu. Nowi inwestorzy, Stonepeak i EEP, nie są przypadkowymi nabywcami. Ich wcześniejsza inwestycja w sieć JET w Niemczech i Austrii pokazuje długoterminowe zaangażowanie w europejski sektor paliwowy. Wnoszą też know-how infrastrukturalne i kompetencje w obszarze transformacji energetycznej, czyli dokładnie to, czego Anwim będzie potrzebował w kolejnym etapie rozwoju. ■

O bezpieczeństwie dostaw paliw, znaczeniu stabilnej logistyki oraz rosnącej roli jakości w branży paliwowej – rozmowa z Ambasadorem marki Paliwa BAQ, programu dla niezależnych stacji paliw realizowanego przez spółkę ORLEN Paliwa.



Sprawdzony sposób na rozwój dla niezależnych stacji paliw

**Paliwa
BAQ**

JAKOŚĆ GRUPY ORLEN

Program Paliwa BAQ od 13 lat wspiera niezależne stacje paliw, koncentrując się na zapewnieniu wysokich standardów jakości, przejrzystości procesów oraz pewności dostaw. To propozycja dla przedsiębiorców, którzy chcą rozwijać własną markę, jednocześnie korzystając z doświadczenia i zaplecza operacyjnego Grupy ORLEN. Obecnie Program zrzesza blisko 500 stacji w całym kraju, z czego ponad 170 działa na poziomie BAQ Premium, który łączy regularne badania jakości paliw, stabilne i terminowe dostawy ze spójną identyfikacją wizualną stacji.

W ramach dalszego wzmocnienia Programu, ORLEN Paliwa już po raz drugi ogłosiło Ambasadorków marki Paliwa BAQ, nawiązując współpracę z właścicielami stacji, którzy na co dzień korzystają z rozwiązań Programu:

Marcin Wójcik (ATIP),

Dariusz Czelej (DAREX)

oraz Jarosław Paszkiewicz (EKO-LUX).

Program Paliwa BAQ gwarantuje stałe i bezpieczne dostawy paliwa od ORLEN Paliwa oraz regularne kontrole jakości. Ich potwierdzeniem są hologramy na dystrybutorach z informacją o dacie ostatniego badania. Certyfikat udziału w Programie potwierdza zgodność paliw z europejskimi normami, zwiększając zaufanie kierowców i konkurencyjność stacji. Co skłoniło Pana do dołączenia do Programu Paliwa BAQ i jakie korzyści widzi Pan w kontekście rosnących oczekiwań współczesnych kierowców?

M. Wójcik: Jako przedsiębiorca wiem, jak ważna jest współpraca z wiarygodnymi partnerami i jasne zasady działania. W branży paliwowej kluczowe znaczenie mają jakość paliwa, skuteczny system kontroli oraz komunikacja, która buduje zaufanie kierowców. Coraz więcej klientów wybiera nie najniższą cenę, lecz pewność i sprawdzoną jakość, dlatego tak ważne jest, aby kierowca miał świadomość, że tankuje produkt spełniający wymagane standardy.

Duży wpływ na decyzje klientów ma również wizerunek stacji. Nowoczesna identyfikacja wizualna i dbałość o estetykę obiektu podkreślają profesjonalizm, a aktywna komunikacja Programu Paliwa BAQ w mediach społecznościowych dodatkowo wzmacnia zaufanie dzięki edukacji i pokazywaniu standardów jakości.



Istotnym elementem transparentności jest dla mnie mapa stacji BAQ dostępna na stronie Programu. Kierowcy mogą tam szybko sprawdzić lokalizację, godziny otwarcia oraz datę ostatniego badania jakości paliw, co potwierdza dbałość o bezpieczeństwo.

Właśnie dlatego dołączyłem do Programu Paliwa BAQ na poziomie Premium. Łączy on wysoką jakość paliw, profesjonalny branding i szerokie wsparcie operacyjne. To solidna baza do rozwoju i budowania trwałej przewagi na lokalnym rynku.

W segmencie niezależnych stacji paliw kluczową przewagę tworzą dziś wiarygodność i spójny wizerunek. Program Paliwa BAQ wspiera przedsiębiorców poprzez rozpoznawalną identyfikację wizualną, wysokie standardy operacyjne i skuteczną komunikację z kierowcami. Jakie zmiany w zachowaniach kierowców zauważył Pan po dołączeniu stacji do Programu Paliwa BAQ i jak przełożyły się one na rozwój biznesu?

D. Czelej: Po dołączeniu moich dziewięciu stacji do Programu Paliwa BAQ zauważyłem wyraźny wzrost zainteresowania kierowców. Klienci chętniej wybierają stacje z gwarancją jakości i przejrzystymi

standardami, a rozpoznawalny branding Paliwa BAQ ułatwia im podjęcie decyzji. Program pozwolił mi połączyć rozwój własnej sieci z siłą ogólnopolskiej marki – odświeżony wizerunek, certyfikaty i wsparcie marketingowe realnie zwiększają ruch na stacjach, dając przewagę trudną do osiągnięcia samodzielnie.

Dodatkowo loterie i akcje promocyjne angażują kierowców i wzmacniają ich lojalność, a aktywna komunikacja prowadzona na Facebooku Paliwa BAQ buduje ogólnopolską rozpoznawalność marki i wspiera partnerów w działaniach lokalnych. Dzisiejsi kierowcy są coraz bardziej świadomi i zwracają uwagę na wiarygodność stacji, dlatego wzrost ruchu po przystąpieniu do Programu Paliwa BAQ jest dla mnie jasnym potwierdzeniem skuteczności tej współpracy.

W dynamicznie zmieniającej się branży paliwowej stabilność dostaw i przejrzyste zasady współpracy stają się kluczowymi elementami rozwoju niezależnych stacji. Program Paliwa BAQ został stworzony po to, aby odpowiedzieć na te potrzeby i zapewnić przedsiębiorcom realne wsparcie w budowaniu konkurencyjnego i nowoczesnego biznesu. Dlaczego przejrzyste zasady współpracy oraz wysoki standard jakości paliwa są kluczowe dla funkcjonowania niezależnych stacji paliw?

J. Paszkiewicz: Program Paliwa BAQ daje mi poczucie bezpieczeństwa dzięki stabilności i wysokim standardom Grupy ORLEN oraz przejrzystym zasadom współpracy. Mam pewność, że paliwo spełnia obowiązujące normy jakościowe i jest dostępne w sposób przewidywalny, co w tej branży ma kluczowe znaczenie – każda przerwa w dostępności paliwa oznacza straty i ryzyko utraty zaufania klientów.

Dołączenie do Programu Paliwa BAQ na poziomie Premium to realna inwestycja w rozwój. Wysoka jakość paliwa, stabilność współpracy oraz uporządkowane procesy wspierają funkcjonowanie niezależnych stacji, upraszczają zarządzanie i podnoszą standard obsługi klientów.

Dodatkową wartością Programu jest profesjonalne wsparcie oraz dostęp do sprawdzonych rozwiązań operacyjnych, które pozwalają skupić się na rozwoju biznesu zamiast reagować na bieżące problemy. Program Paliwa BAQ to dla mnie partnerstwo oparte na zaufaniu, długofalowym podejściu i wspólnym dążeniu do utrzymania wysokiej jakości usług dla kierowców na polskich drogach. ■

Rząd planuje podatek od nadzwyczajnych zysków dla firm paliwowych

Partner Sekcji Prawnej e-petrol.pl - Kancelaria Cabaj Kotala Doradztwo Podatkowe informuje, że w wykazie prac legislacyjnych i programowych Rady Ministrów pojawiły się założenia projektu ustawy o podatku od nadzwyczajnych zysków z tytułu wytwarzania paliw i obrotu paliwami ciekłymi.



Zgodnie z założeniami podatnikiem mieliby być przedsiębiorcy prowadzący w Polsce w okresie od 1 marca 2026 r. do 31 grudnia 2026 r. działalność w zakresie wytwarzania paliw ciekłych albo importu lub nabycia wewnątrzwspólnotowego paliw ciekłych, samodzielnie lub za pośrednictwem innego podmiotu.

Podstawę opodatkowania miałyby stanowić nadwyżka przychodów ze sprzedaży paliw ciekłych ponad kwotę przychodów, jaka zostałaby osiągnięta przy zastosowaniu średniej marży sprzedaży paliw z 2025 r. powiększonej o 20 proc. Proponowana stawka podatku ma wynosić 75 proc. tak ustalonej podstawy.

System poboru ma opierać się na mechanizmie samoobliczenia, obejmującym miesięczne zaliczki

oraz roczne rozliczenie w dedykowanej deklaracji podatkowej.

Zespół kancelarii zwraca uwagę, że podatek ma objąć nadmiarowe zyski poczynwszy od marca 2026 r., a więc z mocą wsteczną. Planowany termin przyjęcia projektowanych przepisów przez rząd przypada na II kwartał 2026 r.

Kancelaria podkreśla, że przedsiębiorcy z sektora paliwowego powinni już teraz ocenić potencjalny wpływ planowanych zmian na działalność. W praktyce wymaga to obliczenia średniej marży sprzedaży paliw objętych regulacją w 2025 r. oraz sprawdzenia, czy bieżący poziom przychodów może skutkować objęciem planowanym podatkiem. ■

Z założeniami do projektu można zapoznać się na rządowych stronach:
www.gov.pl/web/premier/projekt-ustawy-o-podatku-od-nadzwyczajnych-zyskow-z-tytulu-wytwarzania-niektorych-paliw-cieklych-i-ich-obrotu-osiagnietych-w-2026-r

Certyfikat jakości na Twojej stacji

**Paliwa
BAQ**

JAKOŚĆ GRUPY ORLEN



Dołącz do Programu dla niezależnych stacji paliw

www.paliwabaq.orken.pl

Cząstki stałe w oleju napędowym – nowy wymiar jakości według PN-EN 590:2025

Najnowsza rewizja normy PN-EN 590 (2025/2026) wprowadza jedną z najistotniejszych zmian w ostatnich latach w obszarze jakości oleju napędowego. Po raz pierwszy w sposób jednoznaczny i liczbowo uregulowano kwestię czystości paliwa w kontekście obecności cząstek stałych. Dotychczas zagadnienie to funkcjonowało głównie w sferze dobrych praktyk operacyjnych – obejmowało filtrację, utrzymanie infrastruktury czy kontrolę magazynowania – jednak nie było bezpośrednio objęte wymaganiami normatywnymi. Nowe podejście zmienia ten stan rzeczy i ma znaczenie dla wszystkich uczestników rynku paliwowego, od rafinerii, przez operatorów terminali i transport, aż po właścicieli stacji paliw i użytkowników końcowych.

W centrum tej zmiany znajduje się wprowadzenie zarówno limitu cząstek stałych, jak i dedykowanej metody badawczej. Kluczowe elementy nowych wymagań można ująć w kilku najważniejszych punktach:

- ♦ wprowadzono maksymalny limit 10 000 cząstek/ml dla cząstek $\geq 4 \mu\text{m}$,
- ♦ określono obowiązkową metodę badawczą IP 630 [Automatic Particle Counter],
- ♦ zmieniono podejście do oceny jakości – oparto je na bezwzględnej liczbie cząstek,
- ♦ dopuszczono dwie procedury badawcze (A i B), pozwalające różnicować charakter zanieczyszczeń.



Istotnym elementem nowej normy jest również rozróżnienie pomiędzy rodzajami cząstek poprzez zastosowanie dwóch procedur badawczych, co ma duże znaczenie interpretacyjne:

- ♦ Procedura A obejmuje wszystkie cząstki obecne w paliwie, w tym również te o charakterze organicznym, związane z biokomponentami czy procesami starzenia paliwa,
- ♦ Procedura B koncentruje się wyłącznie na cząstkach nierozpuszczalnych i ściernych, które mają bezpośredni wpływ na zużycie elementów układu paliwowego,
- ♦ porównanie wyników obu procedur pozwala odróżnić problemy wynikające z właściwości chemicznych paliwa od zagrożeń o charakterze mechanicznym.

Wprowadzenie tych zmian jest bezpośrednio związane z rozwojem technologii silników wysokoprężnych. Nowoczesne układy wtryskowe pracują przy bardzo wysokich ciśnieniach i minimalnych tolerancjach, co sprawia, że są wyjątkowo wrażliwe na obecność nawet bardzo drobnych zanieczyszczeń. W takich warunkach mikroskopijne cząstki mogą prowadzić do przyspieszonego zużycia lub uszkodzeń elementów układu paliwowego, takich jak pompy wysokiego ciśnienia czy wtryskiwacze.

Nowa norma zmienia również sposób postrzegania odpowiedzialności za jakość paliwa. Nie ogranicza się ona już wyłącznie do producenta, lecz obejmuje cały łańcuch logistyczny. Szczególnego znaczenia nabierają działania podejmowane na poziomie terminali paliwowych, gdzie jakość paliwa może ulec pogorszeniu na skutek magazynowania, przeładunków czy transportu. W tym kontekście kluczowe stają się:

- ◆ skuteczność systemów filtracyjnych,
- ◆ utrzymanie czystości zbiorników,
- ◆ kontrola zanieczyszczeń wtórnych,
- ◆ właściwe zarządzanie operacjami logistycznymi.

Równie istotna rola przypada stacjom paliw. Nawet paliwo spełniające wymagania normy w momencie dostawy może stracić swoje właściwości w wyniku niewłaściwego utrzymania infrastruktury. Do najważniejszych obszarów wymagających uwagi należą:

- ◆ stan techniczny zbiorników i instalacji,
- ◆ obecność wody oraz osadów,
- ◆ regularne czyszczenie i konserwacja,
- ◆ kontrola układów filtracyjnych przy dystrybucji paliwa.

Z punktu widzenia użytkownika końcowego zmiany te nie są bezpośrednio widoczne, jednak ich znaczenie jest istotne. Lepsza kontrola czystości paliwa przekłada się na:

- ◆ większą trwałość układów wtryskowych,
- ◆ mniejsze ryzyko kosztownych awarii,
- ◆ bardziej stabilną i przewidywalną pracę silnika.

Nowa edycja PN-EN 590 wprowadza zatem istotną zmianę podejścia do oceny jakości oleju napędowego. Oprócz tradycyjnych parametrów fizykochemicznych, takich jak liczba cetanowa, gęstość czy zawartość siarki, coraz większe znaczenie zyskuje rzeczywista czystość paliwa.

W praktyce oznacza to przejście od deklaratywnego podejścia do jakości do systemu opartego na mierzalnych i weryfikowalnych kryteriach. Jeśli uczestnicy rynku odpowiednio dostosują swoje procesy operacyjne, zmiana ta może przyczynić się do poprawy niezawodności pojazdów oraz podniesienia ogólnego standardu jakości paliw.

Opracowanie:
Marta Pyzik
Natural Resources
Oil, Gas & Chemicals Commodities
SGS Polska www.sgs.pl

Poziom „crop cap” przy realizacji NCW wchodzi w życie



Kancelaria Cabaj Kotala Doradztwo Podatkowe - partner Sekcji Prawnej e-petrol.pl – poinformował, że 6 maja br. w Dzienniku Ustaw opublikowana została nowelizacja ustawy o biokomponentach, która zmienia tzw. „crop cap”, czyli dopuszczalny poziom wykorzystania biokomponentów I generacji w realizacji NCW. Dotychczas poziom „crop cap” wynosił 6,1 proc.; po zmianach został od podniesiony do 7,0 proc.

Ekspertki z kancelarii zwracają przy tym uwagę, że nowy, wyższy limit dla biokomponentów I generacji, de facto obowiązuje z mocą wsteczną już od 1 stycznia 2026 r., tj. dla rozliczenia całego 2026 roku.

Wynika to stąd, że przepis zmieniający poziom „crop cap” wchodzi w życie z dniem 21 maja 2026 r. – a skoro Narodowy Cel Wskaźnikowy jest rozliczany w odniesieniu do całego roku kalendarzowego, to w praktyce wyższy poziom „crop cap” ma zastosowanie do całości działalności producentów i importerów paliw ciekłych w bieżącym roku.

W ocenie kancelarii Cabaj Kotala Doradztwo Podatkowe nie ma więc żadnych podstaw, aby uznać, że zmiana poziomu „crop cap” dotyczy tylko części bieżącego roku (okresu po 21.05) albo zacznie wywoływać realne skutki prawne dopiero od 2027 r. ■



Podróżuj bez stresu czyli jak się spakować i nie oszaleć

Magdalena Robak

Słynne chińskie przysłowie mówi, że *nawet najdalszą podróż zaczyna się od pierwszego kroku*, a Anna Maria Jopek w piosence „Tam, gdzie nie sięga wzrok” śpiewa, że należy jeszcze poprzedzić ją zaczerpnięciem tchu – *Gdy ruszyć chcesz w najdalszą z dróg, tam gdzie nie sięga wzrok, musisz wziąć oddech i zrobić pierwszy krok*. Nabranie powietrza pomaga w różnych sytuacjach – pozwala poczuć odwagę przed podjęciem ważnej decyzji i koi emocje. Konia z rzędem temu, kto po spakowaniu walizki, nie potrzebował ich uspokoić w trakcie podejmowania desperackich prób jej domknięcia. Niejeden raz w akcie bezsilności siadałam na niej po to, by jakiś śmiałek (najczęściej był to mąż) pomógł mi i zasunął w niej zamek. Uwzględniając ryzyko, że napięty jak struna do granic, po prostu nie wytrzyma i ulegnie uszkodzeniu. Zamek, nie mąż. A kiedy przed ostatnim lotem byłam zmuszona dokupić dodatkowy bagaż, ponieważ limit zawarty w cenie biletu okazał się niewystarczający, doszłam do wniosku, że moje dotychczasowe metody pakowania jednak zawiodły. Zaczęłam więc szukać informacji, bo płaceni za nadbagaż i w ogóle rwaniu włosów z głowy z powodu niemożności zasunięcia jakiegoś beznadziejnego suwaka powiedziałam stanowcze nie.

W kolejnym kroku, opierając się na radach bardziej doświadczonych ode mnie podróżników oraz zwolenników minimalizmu, spisałam ich wskazówki mające w przyszłości doprowadzić mnie do osiągnięcia upragnionego celu. Czyli definitywnego rozwiązania problemu (ufam, że nie tylko mojego) nie dającej się domknąć walizki. A że wakacje tuż tuż i wraz nimi okazja do wyjazdów, dzielę się poniżej rezultatami przeprowadzonego przeze mnie researchu.

● Pierwszą czynnością, jaką należy wykonać przed rozpoczęciem pakowania, jest sporządzenie listy rzeczy, które chcemy ze sobą zabrać. Wiem, że z wieloma z nich łączyć może nas wyjątkowa więź, ale zachęcam do przemyślenia tego, czego tak naprawdę będziemy potrzebować i z czego zamierzamy na urlopie korzystać. Czy na przykład rzeczywiście znajdziemy na nim czas, aby uzupełnić zaległości czytelnicze z całego roku? Owszem, rozwiązaniem jest wzięcie czytnika, ale nie każdy lubi taką formę obcowania z literaturą, a książki mogą zarówno sporo ważyć, jak i zajmować tyleż samo miejsca. Wracając do listy – warto pogrupować tematycznie uwzględniane na niej pozycje – np. lekarstwa czy przedmioty elektroniczne umieścić blisko

siebie. Unikniemy w ten sposób bałaganu i chaosu, również we własnej głowie. Polecam także przygotowanie jej dwóch wersji – z żelaznym zestawem ubrań na lato i zimę, wybranych tak, że łatwo je ze sobą łączyć. W jego ustalaniu pomocne będą wskazówki dotyczące budowania tzw. szafy kapsułowej.

● Kolejny krok to zastanowienie się nad rodzajem walizki. Wytrawni globtroterzy polecają miękkie modele, bo są one lżejsze od sztywnych i dzięki temu, że posiadają materiałowe, dające się nieco rozciągnąć ścianki, łatwiej zmieścić w nich dodatkowe akcesoria. Jeżeli natomiast wybieramy się w podróż samochodem, możemy jako walizkę wykorzystać torbę na pościel, uznawaną przez niektórych za prawdziwy *game changer* pakowania. Waży i kosztuje niewiele, jest pojemna i elastyczna – bez trudu da się umieścić ją w bagażniku auta.

● Czas na konkrety – założmy, że czeka już na nas – ekspertów od pakowania, otwarta walizka. Co włożyć na jej spód? Jeśli jedziemy na urlop w lecie, to na jej dnie powinniśmy położyć kapelusz przeciwsłoneczny (chyba że chcemy mieć go na sobie). Jego główkę koniecznie trzeba wypełnić np. skarpetkami, a rondo obłożyć pozostałymi elementami przygotowanej do zabrania garderoby – w ten sposób unikniemy ich deformacji lub nawet zniszczenia. Następnie

układamy w walizce zrolowane ciasno jak naleśniki ubrania – nie składamy ich, bo wtedy zajmują więcej miejsca. Wyjątkiem będą tu koszule z kołnierzykiem, które należy złożyć tak, aby nie uległ on odkształceniu. Poszczególne rzeczy gromadzimy w walizce tematycznie – T-shirty obok T-shirtów, spodnie blisko spodni, bieliznę przy bieliźnie itd. Dobrym sposobem jest także włożenie ich najpierw do organizatorów kompresyjnych, wyposażonych w dodatkowe suwaki do ściskania lub skorzystanie z opcji pakowania przy użyciu worków próżniowych i pompki. Aby maksymalnie wykorzystać przestrzeń Marie Kondo, japońska ekspertka od porządkowania, zaleca również, aby część rzeczy umieścić w miseczkach biustonosza. Buty natomiast, zanim znajdą się w bagażu, powinny wcześniej zostać zawinięte w worki.

● Jeśli chodzi o kosmetyki, to wygodniej i rozsądniej jest nie zabierać ze sobą pełnych pojemności, tylko skorzystać z ich miniatur lub przełożyć czy przebrać je do mniejszych opakowań (najwygodniejsze będą te z dozownikiem i nie sztywne). Następnie warto włożyć je do torebek strunowych zamiast do kosmetyczki, która potrafi zajmować w walizce sporo miejsca. W osobnych woreczkach mogą znaleźć się też leki, ładowarki i inne potrzebne przedmioty.

● Ostatnia zasada sprytnego pakowania mówi, że o ile jest to możliwe, dobrze jest zostawić w bagażu trochę miejsca, które przyda się na pamiątki czy drobne upominki.

Proste? W mojej ocenie bardzo i mam szczerą nadzieję, że powyższe wskazówki, sprawią, że przygotowania do wiojaży nie będą już mi i nikomu innemu spędzać snu z powiek czy potęgować u nas *Reisefieber*. To nie koniec jednak dobrych wiadomości. Osobom, które nie zamierzają wcielić ich w życie, wybierającym się na dłuższy pobyt lub nie chcącym się ograniczać do zabrania małej liczby rzeczy (to ci od wyjątkowej więzi) z pomocą przychodzi InPost z usługą nadania ich przez aplikację InPost Mobile oraz stronę SzybkieNadania.pl. Dzięki niej możliwa jest wysyłka zaprojektowanej specjalnie pod wymiary paczkomatu walizki Parcel Suitcase z Polski do Włoch, Francji, Belgii, Holandii, Luksemburga, Hiszpanii, Portugalii oraz w kierunku odwrotnym. Jeśli nie masz zatem jeszcze określonego kierunku podróży, możesz spokojnie zająć się jego wyborem. Ani tym, czy zmieścisz wszystko w bagażu, ani tym, że będziesz musiał dopłacić za przekroczenie jego limitu, nie musisz się już martwić. W takim razie *Bon voyage!*



Hyundai Inster Cross Smart

Futurystyczny mieszczuch

Piotr Majka (Test Auto)



W ostatnich latach producenci samochodów coraz częściej próbują przekonać klientów, że miejskie auto nie musi być nudne. W przypadku modelu Hyundai Inster Cross Smart trudno odmówić im skuteczności. Już pierwszy kontakt z tym samochodem pokazuje, że nie jest to kolejny anonimowy elektryk zaprojektowany wyłącznie z myślą o poruszaniu się po mieście. Inster Cross przyciąga uwagę swoim wyglądem niemal wszędzie, gdzie się pojawi. Ma charakterystyczną sylwetkę, nietypowe proporcje i futurystyczne detale, które sprawiają wrażenie żywcem przeniesionych z zatłoczonych ulic Seulu czy Tokio. To jeden z tych samochodów, które trudno pomylić z cokolwiek innym.

Wygląd, który wyróżnia się na tle konkurencji

Odmiana Cross Smart wygląda jakby miała zamiar opuścić miejskie szlaki i zjechać na szutrowe drogi. Plastikowe nakładki nadwozia oraz dodatkowy bagażnik dachowy dostępny w pakiecie Smart budują wizerunek małego auta do większych przygód. Szkoda tylko, że za wyglądem nie poszły możliwości. Hyundai nie zdecydował się na stworzenie wersji z napędem na cztery koła ani podniesionym zawieszeniem. Inster Cross wygląda jak samochód, którym można ruszyć na górski szlak, ale w rzeczywistości pozostaje miejskim crossoverem. Mimo wszystko trudno nie docenić odwagi projektantów. Na tle wielu podobnych do siebie elektryków Hyundai stworzył auto, które ma własny charakter.

Wnętrze i praktyczność. Więcej miejsca niż sugerują wymiary

Patrząc na Instera z zewnątrz można odnieść wrażenie, że wewnątrz będzie bardzo ciasno. Tymczasem po otwarciu drzwi można ujrzeć naprawdę prze-



stronną kabinę. Przednie fotele zapewniają wygodną pozycję za kierownicą, a wysoka linia dachu sprawia, że nawet wyższe osoby nie powinny narzekać na brak przestrzeni. Samochód został zaprojektowany przede wszystkim z myślą o codziennym użytkowaniu i to czuć niemal na każdym kroku. Tylna kanapa jest regulowana wzdłużnie, dzięki czemu możemy decydować o większej ilości miejsca dla pasażerów tylnej kanapy, lub przestrzeni bagażowej.

Bagażnik nie należy do rekordzistów segmentu, ale w codziennym użytkowaniu okazuje się wystarczający. Jego pojemność to od 280 do 351 litrów, przy czym zależy to od ustawienia wspomnianej kanapy. Bez problemu pomieści większe zakupy, a nawet bagaż na weekendowy wyjazd.

Jak jeździ Hyundai Inster

Środowiskiem naturalnym Instera jest miasto. To właśnie tutaj samochód pokazuje swoje największe zalety. Kompaktowe wymiary ułatwiają parkowanie, a dobra widoczność sprawia, że poruszanie się po zatłoczonych ulicach nie stanowi problemu. Układ kierowniczy został nastawiony przede wszystkim na komfort i łatwość prowadzenia.

Samochód sprawia wrażenie lekkiego i zwrotnego. W miejskim ruchu jest dynamiczny, a natychmiastowa reakcja na gaz charakterystyczna dla samochodów elektrycznych sprawia, że ruszanie spod świateł jest bardzo przyjemne. Gdy jednak przyjrzymy się danymi na papierze, te nie powalają. Przyspieszenie do „setki” to jedynie 10,6 sekundy. Pod maską znalazł się bowiem silnik elektryczny o mocy 115 KM oraz 147 Nm, co i tak jest mocniejszym wariantem,

ponieważ podstawowy Inster może być również w silnik o mocy 97 KM.

Na trasie charakter auta nieco się zmienia. Krótkie nadwozie i wysoka sylwetka powodują, że przy większych prędkościach samochód jest bardziej wrażliwy na boczne podmuchy wiatru. Szczególnie odczuwalne staje się to w egzemplarzach wyposażonych w dodatkowy bagażnik dachowy. Minusem jest też hałas generowany przez opory powietrza. Przy wyższych prędkościach bywa dokuczliwy.

Akumulator 49 kWh i realny zasięg

Wersja Cross Smart otrzymuje standardowo większy akumulator o pojemności 49 kWh. W zwykłych odmianach Instera klienci mogą wybierać pomiędzy dwoma wariantami baterii, w tym mniejszym o pojemności 42 kWh. Większy akumulator dobrze pasuje do charakteru tej wersji. Pozwala bez stresu poruszać się po mieście przez kilka dni bez konieczności ładowania i zapewnia rozsądny zapas energii podczas dalszych podróży.

W ruchu miejskim Hyundai potrafi pozytywnie zaskoczyć efektywnością. Zużycie energii jest niskie, na poziomie 15 kWh na 100 km. Znacznie trudniej utrzymać równie dobre rezultaty poza miastem. Aerodynamika nie jest najmocniejszą stroną Instera Cross. Wysoka sylwetka i dodatkowy bagażnik dachowy zwiększają opór powietrza, co wyraźnie przekłada się na zużycie energii przy wyższych prędkościach. Podczas jazdy drogą ekspresową zużycie energii rośnie w zależności od podmuchów wiatru do 22-26 kWh na każde 100 km. To samochód, który zdecydowanie bardziej lubi miejskie bulwary. ►



Środowiskiem naturalnym Instera jest miasto. To właśnie tutaj samochód pokazuje swoje największe zalety. Kompaktowe wymiary ułatwiają parkowanie, a dobra widoczność sprawia, że poruszanie się po zatłoczonych ulicach nie stanowi problemu.

► Czy warto kupić Hyundai Inster Cross Smart?

Hyundai Inster Cross Smart to jeden z najbardziej oryginalnych miejskich elektryków dostępnych obecnie na rynku. Przyciąga wzrok, jest praktyczny i bardzo dobrze odnajduje się w miejskiej rzeczywistości. Największym problemem pozostaje cena, która w wersji Cross Smart wynosi 150 tysięcy złotych. To właśnie ona sprawia, że wielu klientów może zacząć rozglądać się za większymi lub bardziej uniwersalnymi modelami. Gdyby Inster Cross kosztował zauważalnie mniej, byłby prawdopodobnie jednym z najciekawszych samochodów elektrycznych w swojej klasie.

Jedną z największych zalet Instera jest łatwość codziennego życia. Przemyślane wnętrze ze sporą przestrzenią dla 4 dorosłych pasażerów, oraz regulacja pojemności bagażnika dają spore możliwości. Dodatkowo trudno odmówić mu charakteru. Hyundai stworzył samochód, który wygląda jak futurystyczny pojazd z azjatyckiej metropolii. I właśnie w tym tkwi jego największy urok. Nie jest idealny, ale zdecydowanie nie da się przejść obok niego obojętnie. ■



Lwie miasto, smoczy apetyt

Singapur jakiego nie znacie

Sebastian Janiszewski

Nie ważne ile czasu planujecie zostać w Singapurze - trzy doby lub trzy tygodnie - miasto oczaruje was na tyle, że chce się do niego wracać jak bumerang. To niewielkie państwo wielkości Warszawy, mieści w sobie cztery kultury, sześć linii metra, najwyższy zadaszony wodospad świata, a do tego życie toczy się w takim tempie, że naprawdę trudno nadążyć. Oto przewodnik po metropolii, która z kropki na mapie stała się w pół wieku jedną z najbogatszych stolic Azji.

Od malajskiej wioski do globalnego centrum

Trudno uwierzyć, ale jeszcze 60 lat temu Singapur był biednym, podmokłym kawałkiem ziemi bez własnych zasobów wody pitnej. Pierwsze osady malajskie pojawiły się tu w XIV wieku i nosiły nazwę Temasek. Lokalna legenda głosi, że pewien sumatrzański książę imieniem Sang Nila Utama dostrzegł na wyspie zwierzę przypominające lwa - i właśnie stąd wzięta się późniejsza nazwa „Singapur” w sanskrycie, czyli „Lwie Miasto”.

Nowoczesny rozdział historii rozpoczął się w 1819 roku, gdy brytyjski oficer Sir Stamford Raffles podpisał z lokalnym sułtanem traktat ustanawiający faktorię handlową Kompanii Wschodnioindyjskiej. Wyspa, leżąca w strategicznym punkcie Cieśniny Malakka, błyskawicznie stała się jednym z najważniejszych

portów Azji. Brytyjczycy ściągnęli tu chińskich kupców, hinduskich robotników i arabskich handlarzy - i to właśnie dlatego współczesny Singapur jest tak różnorodny.

Po II wojnie światowej Singapur wrócił pod brytyjską kuratelę, a w 1963 roku przyłączył się do Federacji Malezji, jednak już dwa lata później został z niej... wyrzucony. Premier Lee Kuan Yew płakał na konferencji prasowej ogłaszającej niepodległość - wszyscy byli pewni, że biedna wyspa bez surowców i zaplecza nie ma szans przetrwać. A jednak - kawałek bagna zmienił się w Manhattan Azji. Ścisła dyscyplina, inwestycje, walka z korupcją oraz otwartość dla zagranicznego kapitału - to przepis, który dziś studiuje się na uniwersytetach od Pekinu po Berlin. Singapur z PKB per capita 2 tys. dolarów w 1965 roku doszedł do ponad 90 tys. dziś, wyprzedzając praktycznie całą Europę.



Budynek dawnej policji



Budynek cienki jak kartka papieru

► Z Polski do tropików – bez bezpośredniego lotu

Zacznijmy od konkretności. Po likwidacji bezpośredniego połączenia LOT-u z Warszawy do Singapuru (którym leciałem w 2019 roku), zmuszony jestem wybrać lot z przesiadką – ale na szczęście mam w czym wybierać. Najpopularniejszą opcją są linie bliskowschodnie oraz chińskie, trzeba jednak wziąć pod uwagę, że po rozpoczęciu kryzysu irańskiego z marca 2026 roku, loty przez Emiraty i Katar są ryzykowne – po prostu mogą się nie odbyć. Ceny? Maj zwykle bywa najtańszym miesiącem – bilety w obie strony zaczynają się poniżej 2700 zł, a uparci poszukiwacze wygrzebią perełki w granicach 2200 zł. W szczycie sezonu i okolicach świąt ceny potrafią skoczyć do 4-5 tysięcy – mowa oczywiście o lotach w dwie strony.

Oficjalną walutą tego minipaństwa jest dolar singapurski (SGD), oznaczany przekreśloną literą „S”. Łatwo go pomylić z amerykańskim – i lepiej ceny liczyć uważnie, bo różnica w przeliczniku jest spora. Kasę najwygodniej wybrać z bankomatów, ale pamiętać

my, że nie wszystkie są wolne od prowizji dla kart Revolut. Płatności zbliżeniowe działają wszędzie – od metra po stragany. Gotówkę dobrze mieć tylko na drobne zakupy na targach.

Polacy wjeżdżają do Singapuru bez wizy – maksymalnie na 90 dni. Paszport musi być ważny minimum sześć miesięcy od dnia wjazdu. Przed lądowaniem wypełnia się elektroniczną kartę przyjazdu – SG Arrival Card – to dosłownie kilka kliknięć w smartfonie. Odprawa odbywa się w bramkach automatycznych, więc zwykle nie spotkacie żadnego urzędnika.

Klimat? Równikowy, więc bez niespodzianek. Przez cały rok jest gorąco i wilgotno, temperatura trzyma się między 26 a 32 stopniami. Pierwsze wyjście z lotniska może być niezłym szokiem – w nozdrza uderza bardzo gorące powietrze. Pora deszczowa w Singapurze trwa od listopada do stycznia, ale opady zwykle są krótkie i intensywne – wystarczy schować się na pół godziny w centrum handlowym i już po wszystkim. Najprzyjemniej jeździ się tu od lutego do kwietnia, gdy wilgotność spada do znośnego poziomu.

Dawna zatoka handlowa, dziś centrum kulinarne i rozrywkowe





Widok na centrum Singapuru, w tle wyspa Sentosa

Brama do całej Azji

Nie traktujcie Singapuru wyłącznie jako celu samego w sobie. Dla wielu podróżników to idealny punkt wypadowy do egzotycznych państw regionu. W zasięgu jednej, czy dwóch godzin lotu jest Bali, Bangkok, Phuket, Kuala Lumpur, Hanoi, Manila i Dżakarta. Tanie azjatyckie linie – AirAsia, Scoot, Jetstar, VietJet – oferują przeloty już od kilkudziesięciu dolarów singapurskich.

Z dworca Woodlands na północy wyspy, autobusem dojedziemy do malezyjskiego Johor Bahru w zaledwie 30 minut, a stamtąd do dowolnego miejsca w kraju. Pod koniec 2026 roku ruszy szybka kolej do Kuala Lumpur.

Changi – lotnisko, na którym chce się zostać

Miejscowe lotnisko od kilkunastu lat regularnie zdobywa tytuł najlepszego portu lotniczego świata i nie jest to przypadek. Cztery terminale, z których trzy pierwsze połączone są pieszo lub automatyczną kolejką SkyTrain, a czwarty – autobusami transferowymi.

Sercem kompleksu jest Jewel – futurystyczny obiekt zaprojektowany przez Moshe Safdiego, tego samego, który postawił w mieście słynny hotel Marina Bay Sands. Pod toroidalną kopułą z dziewięciu tysięcy

cy szklanych paneli rozciąga się tropikalny ogród. W jego centrum opada woda z najwyższego zaduszonego wodospadu świata. Wieczorem włącza się pokaz świetlno-dźwiękowy, a o północy wodospad jest wyłączany – wtedy widać surową, ascetyczną geometrię konstrukcji.

Jewel to ponad 280 sklepów i restauracji, hotele, podwieszane nad lasem trampoliny, most ze szklaną podłogą i tropikalnymi ogrodami. Cały kompleks jest dostępny bezpłatnie – można tu wpaść na kawę prosto z centrum. Jeśli chcecie dotrzeć do Jewel z Terminala 4, czeka was przejazd autobusem; pozostałe terminale są połączone pieszymi przejściami.

Z lotniska do centrum – najtaniej i najszybciej

Najszybciej do centrum miasta dojedziemy metrem. Stacje znajdują się pod terminalami 2 i 3; z „jedynki” dotrzecie tam SkyTrainem, a z „czwórki” – autobusem. Cała podróż zajmuje maksymalnie 50 minut, a płaci się zbliżeniowo zwykłą kartą płatniczą przy bramce – system SimplyGo akceptuje VISA i Mastercard. Pojedynczy przejazd to równowartość kilku złotych. Dla porównania: taksówka kosztuje 30-40 dolarów singapurskich (około 100-130 zł), a transfer Grab – czyli azjatycki Uber – niewiele mniej.

Singapurskie metro to dziś sześć linii i ponad 240 kilometrów torów, obsługujących 143 stacje i niemal ►



Hotel Marina Bay Sands i najsłynniejsza zatoka w okolicy

- ▶ trzy i pół miliona pasażerów dziennie. Sieć rozrasta się w zawrotnym tempie – w 2026 roku otwiera się szósty etap Circle Line, który zamknie linię w pełną pętlę, a do końca roku ruszy też kolejowe połączenie z malezyjskim Johor Bahru. Do 2040 roku planowane jest podwojenie długości sieci.

Jeśli planujecie kilkudniowy pobyt, warto kupić Singapore Tourist Pass – karnet na nieograniczone przejazdy ważny od jednego do pięciu dni. Można go nabyć w kioskach na lotnisku, na wybranych stacjach metra lub w automatach (te są zdecydowanie wygodniejsze – wybieracie typ karnetu, czas trwania, płacie zbliżeniowo i karta wypada w szufladzie). Po wygaśnięciu ważności karta nadal działa jako portfel elektroniczny.

Uwaga praktyczna numer jeden dla podróżujących komunikacją miejską: kartę odbija się przy każdym wejściu i wyjściu – także w autobusach. Pomińcie odbicia przy wyjściu skutkuje naliczeniem maksymalnej stawki. Numer dwa: ważność karnetu liczy się nie od pierwszego użycia, lecz do północy danego dnia – kupcie kartę dzień wcześniej i aktywujcie ją rano. Numer trzy: każdy podróżny musi mieć własną kartę, jednej nie da się odbić dla dwóch osób.

Marina Bay – wizytówka, która nigdy się nie nudzi

Zwiedzanie najlepiej zacząć w Marina Bay, gdzie nad zatoką stoi rozpoznawalny na całym świecie hotel Marina Bay Sands – trzy wieże spięte u góry konstrukcją w kształcie statku, z basenem typu „infinity”. Spacerując promenadą dotrzecie do mostu Helix, który układem przypomina podwójną helisę DNA. Najlepszy widok z góry na zatokę i całe kolonialne

miasto, wraz z dzielnicą biznesową, oferuje biurowiec Green Oasis, na którego dachu znajduje się ogród pod chmurką – wstęp jest bezpłatny, ale trzeba się wcześniej zarejestrować online.

Wieczorem warto poczekać do dwudziestej. O tej godzinie nad zatoką rusza darmowy pokaz świetlnowo-wodny „Spectra” – fontanny tańczą w rytm muzyki, a fasady Marina Bay Sands zamieniają się w gigantyczne ekrany. Drugi pokaz odbywa się o 21:00, w weekendy także o 22:00.

Kilkaset metrów dalej zaczyna się dzielnica kolonialna. Brytyjska przeszłość Singapuru zachowała się tu w bielonych fasadach gmachu Parlamentu, Sali Koncertowej i Galerii Narodowej – ta ostatnia mieści największą w południowo-wschodniej Azji kolekcję sztuki regionu. Niedaleko stoi katedra św. Andrzeja, jeden z najstarszych kościołów anglikańskich w mieście, oraz CHIJMES – dawny klasztor żeński, dziś tętniące życiem centrum restauracyjne z ogródkami pod gołym niebem. Tuż obok, w dawnym gmachu centrali policji, ulokowały się dziś dwa ministerstwa. Budynek wyróżnia się ponad 900 oknami pomalowanymi we wszystkie kolory tęczy. Za nim wznosi się wzgórze Fort Canning Park, z którego punktów widokowych rozciąga się panorama na część biznesową Singapuru.

Cztery dzielnice, cztery światy

Singapur od wieków jest tygłem kultur i widać to w jego dzielnicach. Chinatown to gęsta sieć uliczek z czerwonymi lampionami, straganami i świątyniami. Tutejszą perłą jest Świątynia Relikwii Zęba Buddy – pięciopiętrowa pagoda w czerwono-złotej paletterze, w której według legendy przechowywany jest

*Ogród chiński*

fragment zęba samego Buddy. Wstęp wolny, choć pamiętajcie o zakrytych ramionach i kolanach. Tuż obok stoi Sri Mariamman – najstarsza świątynia hinduska w mieście, z ogromną gopurą pokrytą kolorowymi figurkami bóstw. Te dwie budowle stojące o rzut kamieniem od siebie najlepiej oddają wielokulturowy charakter Singapuru.

Małe Indie to pierwsza dzielnica, którą poczujecie zanim ją zobaczycie. Już z poziomu peronu metra uderzają zapachy curry, kardamonu, jaśminu i kadzideł. Wieczorem warto zajrzeć do ulicznych restauracji, gdzie podają najlepsze biryani i dosa w mieście.

Kampong Glam – historyczna dzielnica malajska i muzułmańska. Złota kopuła meczetu Sułtana wznosi się nad ulicą zabudowaną pastelowymi kamie-

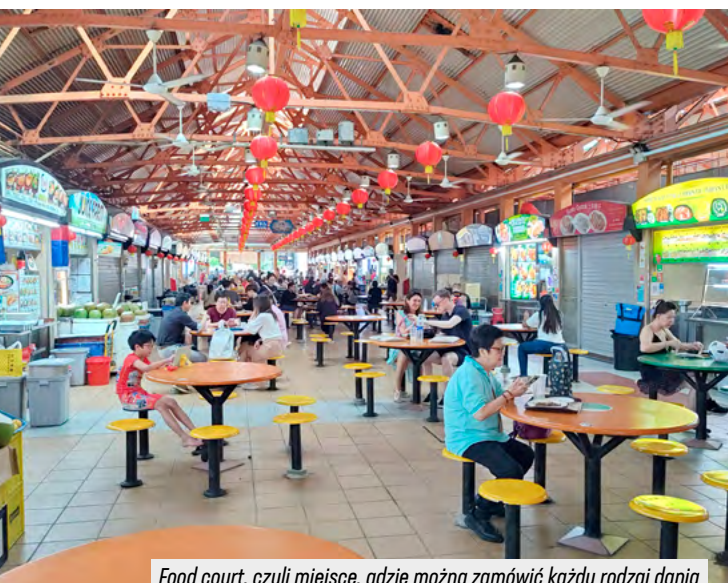
niczkami, a tuż obok ciągnie się Haji Lane – wąska uliczka pełna murali, butików z lokalnym designem i klimatycznych kawiarni. W ciągu dnia kwitnie tu handel, wieczorami – gastronomia. To również dobre miejsce na sklepy z perskimi dywanami, kadzidłami i orientalnymi tkaninami.

Bugis to z kolei nerw komunikacyjny miasta i ogromne centrum handlowe – od gwarnych targów ulicznych po luksusowe butiky. Na obrzeżach stoją dwa niezwykle wieżowce: DUO Towers o ostrych krawędziach przypominających arkusze papieru oraz Parkview Square, nazywany przez singapurczyków „Budynkiem Gotham” – mroczna fasada w stylu art déco nawiązuje do Nowego Jorku lat 30. Przed wejściem stoją rzeźby z brązu autorstwa Salvadora Dalí i Henry'ego Moore'a. ►

Parki i ogrody w Singapurze znajdziemy nawet bezpośrednio przy plaży



Gardens by the Bay – superdrzewa



Food court, czyli miejsce, gdzie można zamówić każdy rodzaj dania

► Kuchnia w cenach, w które nie uwierzycie

Singapur to gastronomiczny raj, gdzie w food courtach, czyli zadaszonych bazarach z dziesiątkami stoisk gastronomicznych, znajdziecie wszystko, co tylko chcielibyście zjeść. Dwa z nich – Chinatown Complex i Maxwell Food Centre – zostały wyróżnione gwiazdkami Michelin. Talerz hainan chicken rice (uznawanego za danie narodowe), miska laksy z owocami morza, pływająca chilli crab, satay z kurczaka, char kway teow – wszystko za 4-8 dolarów singapurskich (12-25 zł).

Smaki Singapuru, które trzeba sprawdzić

Hainan chicken rice. Nieoficjalne danie narodowe. Gotowany kurczak na ryżu doprawionym tłuszczem drobiowym, podawany z trzema sosami.

Laksa. Pikantna zupa z makaronem ryżowym w mlecznym kokosowym wywarze, z krewetkami i kurczakiem.

Satay. Szaszłyki z kurczaka, wołowiny lub baraniny grillowane na węglu, z gęstym sosem orzechowym.

Roti prata. Indyjski naleśnik, chrupiący na zewnątrz, miękki w środku, podawany z curry.

Durian. Owoc, który dzieli ludzi jak żaden inny – jedni mówią, że smakuje jak niebo, inni że jak skarpetka. Oficjalnie zakazany w metrze, hotelach i większości lokali.

► Ogrody przyszłości

Gardens by the Bay to projekt, który mógłby stać tylko w Singapurze. Sztuczne „superdrzewa” o wysokości 25-50 metrów to konstrukcje obrosnięte tropikalnymi roślinami, w nocy świecące w rytm muzyki podczas pokazu Garden Rhapsody (codziennie o 19:45 i 20:45, wstęp wolny). Pod kopułą Flower Dome rośnie 32 tysiące roślin z całego świata, a Cloud Forest mieści sztuczną górę z kaskadą i ścieżką wśród paproci. Kompleks łączy się z hotelem Marina Bay Sands podziemnym przejściem.

Na drzewach są dwa punkty widokowe – każdy płatny. OCBC Skyway to 128-metrowa kładka łącząca dwa drzewa, zawieszona 22 metry nad ziemią. Drugi punkt jest na samym szczycie najwyższego drzewa, ►



Zamek ze Shreka w Universal Studios Singapore

czyli taras z 360-stopniową panoramą Marina Bay i wewnętrzną ekspozycją multimedialną. Bilety kosztują 14 SGD (ok. 42 zł).

Inną perłą jest Singapore Botanic Gardens – jedyny tropikalny ogród botaniczny wpisany na listę UNESCO. Park założono w 1859 roku i to właśnie tutaj opracowano metody uprawy kauczuku, które zmieniły gospodarkę całej południowo-wschodniej Azji. Wstęp do ogrodu jest darmowy; płaci się tylko za wejście do Narodowej Kolekcji Orchidei, w której rośnie ponad tysiąc gatunków tych kwiatów.

Sentosa – wyspa rozrywki

Sentosa to ulubione miejsce ucieczki singapurczyków. Niewielka wyspa na południu oferuje sztuczne plaże z importowanym piaskiem (Palawan, Siloso, Tanjong), park rozrywki Universal Studios Singapore z siedmioma strefami tematycznymi, akwarium SEA z ponad setką tysięcy organizmów morskich, oraz Fort Siloso – muzeum dokumentujące japońską okupację z lat 1942-1945.

Na wyspę dostaniecie się na trzy sposoby: pieszo przez Sentosa Boardwalk (najtańsza opcja, 15 minut spaceru z VivoCity), kolejką jednotorową Sentosa Express – również z VivoCity (ok. 12 zł w jedną stronę), albo kolejką gondolową Singapore Cable Car, która oferuje najbardziej spektakularne widoki, ale bilet w dwie strony kosztuje już 100 zł.

Co warto wiedzieć przed wyjazdem

Singapur to państwo zdyscyplinowane i lepiej o tym pamiętać – mandaty są drakońskie. Żucie gumy w miejscu publicznym może kosztować 1000 SGD (ok. 2900 zł), palenie poza wyznaczonymi strefami – 200 SGD (ok. 570 zł), jedzenie i picie w metrze – 500 SGD (1400 zł), a wnoszenie duriana na pokład... sami zobaczycie znaki zakazu i ceny kar w wagonach.

Wszędzie obowiązuje ruch lewostronny – nawet na chodnikach i ruchomych schodach, gdzie stoi się po lewej, a prawa strona zostaje wolna dla osób wchodzących pod górę.

PRĄD I INTERNET. Co warto wiedzieć

W Singapurze obowiązuje brytyjski standard gniazd elektrycznych – typ G – trójbocowe, prostokątne wtyczki znane dobrze z Wielkiej Brytanii. Napięcie to 230 V, 50 Hz, więc polskie urządzenia działają bez problemu. Internet jest wszechobecny i tani. Darmowe Wi-Fi działa na lotnisku, w metrze, w centrach handlowych i większości kawiarni. Najwygodniej jednak kupić eSIM przed wyjazdem.

Singapur to jedno z nielicznych miejsc w południowo-wschodniej Azji, gdzie zwiedzanie pieszo jest całkowicie komfortowe. Kładki, podziemne przejścia i klimatyzowane galerie łączące metro z atrakcjami sprawiają, że można godzinami chodzić bez kontaktu z tropikalnym żarem. Miasto jest też wybitnie bezpieczne – wskaźnik przestępczości należy do najniższych na świecie.

Trzy dni wystarczą, żeby zobaczyć to, co najważniejsze. Pięć – żeby poczuć rytm miasta. Tydzień – żeby zacząć rozumieć, dlaczego ludzie, którzy raz tu trafili, wracają.

- badania opłacalności przedsięwzięć
- dostęp do bazy wiedzy
- rzetelne analizy rynku
- szkolenia pracowników

ROZUMIEMY
TWÓJ BIZNES



DAJEMY
KONKRETNE
KORZYŚCI

**Wspieramy firmy paliwowe w ich działaniach.
Skorzystaj i zobacz, że można więcej zarobić!**