

Na Stacji Paliw

Nr 1 (10) | styczeń–marzec 2018

Temat numeru

NIEDZIELNA REWOLUCJA W HANDLU

**Czy nowe przepisy
poprawią obroty stacji?**

Leki tylko z apteki?

Dyskusje o sprzedaży leków na stacjach

Sklepy convenience

Pięć trendów kształtujących przyszłość rynku

UNIMOT zrealizował cel. Ma 15 stacji AVIA w Polsce

29.12.2017

**UNIMOT zrealizował cel emisyjny na ten rok.
Dziś uruchomił planowaną 15. stację paliw
pod marką AVIA.**

W miejscowości Skorzów, w województwie świętokrzyskim, od dzisiaj działa stacja paliw zrzeszona w sieci franczyzowej AVIA. Tym samym spółka UNIMOT, która odpowiada za rozwój marki AVIA w Polsce, wypełniła zobowiązanie uruchomienia 15 stacji paliw pod tym brandem do końca bieżącego roku.

– Chciałbym przypomnieć, że UNIMOT uzyskał zgodę na posługiwanie się marką AVIA w Polsce w grudniu 2016 r. W ciągu zaledwie 12 miesięcy naszej Spółce udało się zbudować znakomity zespół fachowców, który nie tylko stworzył i wypromował na rynku paliw konkurencyjną

ofertę franczyzową, ale także przekonał do niej właścicieli stacji niezależnych i przeprowadził proces rebrandingu w 15 placówkach, w różnych regionach Polski. – komentuje Marcin Zawisza, Wiceprezes Zarządu UNIMOT S.A. Jesteśmy z tego procesu zadowoleni, ale na najbliższe lata również stawiamy sobie ambitne cele. Do końca roku 2020 planujemy otwarcie przynajmniej 100 stacji AVIA – dodaje Zawisza.

Nowo otwarta stacja AVIA w Skorzowie zlokalizowana jest przy drodze krajowej nr 73, oferuje 7 stanowisk do tankowania, w tym 2 dedykowane dla samochodów ciężarowych. Stacja spełnia wszystkie standardy dla marki AVIA, na które składają się: własny koncept gastronomiczny Esenso Cafe, paliwo premium – AVIA Diesel Gold oraz usługa Tankuj24, czyli mobilna aplikacja, dzięki której kierowcy mogą kupować paliwo on-line po niższych cenach.

**Międzynarodowa marka,
lokalne rozwiązania**



Przynależność do międzynarodowego stowarzyszenia



Niezależność w wyborze dostawcy paliwa



Pełna wizualizacja stacji AVIA



Wsparcie zespołu UNIMOT w prowadzeniu biznesu

Dołącz do sieci ponad **3000** stacji paliw, które odnoszą sukces w całej Europie!
Wejdź na stronę www.aviapolska.pl i skontaktuj się z nami.

Od redaktora

Zmiana związana z ograniczonym handlem w niedziele to z pewnością rewolucja w dziedzinie konsumenckich nawyków Polaków i ważny ruch legislacyjny dla stacji paliw, wyłączonych spod zakazu. Z tego powodu zdecydowaliśmy się poświęcić tematowi otwierające teksty niniejszego numeru. Postaramy się w nich odpowiedzieć o realny potencjał, jaki niosą za sobą zmiany, a także jak właściwie sieci przygotowują się do zmian przewidzianych na 2018 rok. Liczymy, że teksty, które zaprezentujemy będą dobrą inspiracją biznesową i pozwolą zorientować się w kierunku zmian trendów rynkowych.

Nie uciekamy także od innych tematów, pilnujemy aktualności i nie boimy się zadawać trudnych pytań – chociażby takich jak te, które dotyczą sprzedaży para-

farmaceutyków na stacjach benzynowych. Chcemy patrzeć na rynek paliwowy szeroko i staramy się dostrzegać zmiany – dlatego uznaliśmy też za ważną diagnozę dotyczącą przyszłości rynku sklepów convenience.

Chcemy pozostawać jak najbliżej bieżących problemów branży i dlatego zachęcamy gorąco, abyście Państwo sygnalizowali nam, na jakie tematy chętnie przeczytalibyście Państwo teksty w kolejnych wydaniach „Na Stacji Paliw”. Piszemy dla Was i gorąco dziękujemy za czytelniczy odzew.

Życzymy miłej lektury pierwszego w tym roku wydania naszego kwartalnika!

dr JAKUB BOGUCKI
REDAKTOR NACZELNY

Spis treści

WYDARZENIA Newsy z rynku	4-5
TEMAT NUMERU Po niedzielne zakupy na stację paliw?	6-7
TEMAT NUMERU Grupa Chorten chce współpracować ze stacjami paliw	8
TEMAT NUMERU Czy będą supermarketostacje?	9-11
TWOJA STACJA 5 trendów kształtujących przyszłość rynku convenience	12, 14-15
TWOJA STACJA Leki tylko z apteki? Co dalej ze sprzedażą leków na stacjach	16-18
RYNEK PALIWOWY Rok 2018: czy paliwo przełamie „psychologiczną barierę”?	19
ARTYKUŁ SPONSOROWANY MOYA rośnie najszybciej w Polsce	20
JAKOŚĆ PALIW Biododatki w paliwach... zbawienie czy klątwa	22-23
ARTYKUŁ PROMOCYJNY Jak zwiększyć obroty na stacji paliwowej?	24-25
PRAWNIK RADZI Normatywne ubytki paliw na stacji a koszt uzyskania przychodu	26-27
RYNEK PALIWOWY Grudniowy „strzał w dziesiątkę”	29-32
CO SĄDZĘ... Co sądzię o... perspektywach dla stacji paliw w związku z ograniczeniem handlu w niedziele	34

Na Stacji Paliw

M A G A Z Y N
B R A N Ż O W Y C H
I N S P I R A C J I

Nr 1 (10) 2018

Wydawca:

Information Market S.A.
ul. Legnicka 46a/10
53-674 Wrocław
tel.: +48 71 787 69 70
fax: +48 71 787 69 96
redakcja@nastacjipaliw.pl

Redaguje zespół w składzie:

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

Zapraszamy do kontaktu z nami. Na wszystkie prośby i pytania postaramy się odpowiedzieć jak najszybciej.

Newsy z rynku



KONSUMPCJA ROŚNIE BEZ SZAREJ STREFY

Po trzech kwartałach 2017 konsumpcja paliw w Polsce była o 12 proc. wyższa niż rok wcześniej, tak wynika z informacji, którą przedstawiła Polska Organizacja Przemysłu i Handlu Naftowego (POPiHN). Można to wiązać z ograniczeniem aktywności szarej strefy. Od stycznia do września 2017 r. na rynek trafiło prawie 2,6 mln m³ paliw więcej, niż w tym samym czasie w 2016 r.



MARKA KORPORACYJNA ORLENU NA FACEBOOKU

PKN Orlen uruchomił pod koniec 2017 roku na portalu Facebook stronę poświęconą marce korporacyjnej. Płocki koncern chce za pomocą tego medium pokazywać różnorodne aspekty funkcjonowania: sponsoringowe, społeczne, biznesowe i produkcyjne. Ponadto Orlen prowadzi także konto na Twitterze i LinkedIn. Dalsze plany to sięgnięcie po komunikację na YouTube i Instagramie. Jak informuje Waldemar Grzegorzczak, p.o. Dyrektora Wykonawczego ds. Komunikacji Korporacyjnej, Orlen nie tylko produkuje paliwa, ale też tankuje największe okręty, samoloty, tworzy nowoczesną chemię, wydobywa węglowodory w Kanadzie czy prowadzi innowacyjne projekty biotechnologiczne.



KTO CHĘTNY NA MOP?

Oferty na dzierżawę Miejsc Obsługi Podróżnych (MOP) przy autostradzie na południu Polski można składać do końca lutego 2018. Chodzi o przetarg, który ogłosił rzeszowski oddział Generalnej Dyrekcji Dróg Krajowych i Autostrad na placówki w biegu autostrady A4. Chodzi o obiekty Paszczyzna Płn., Paszczyzna Płd., Łukawiec, Pawłosiów, Cieszacin, Chotyńc i Hruszowice. Umowy dzierżawy mają być zawierane na 20 lat z możliwością 10-letniego przedłużenia. Ogłoszenie o przetargu głosi m.in., że ilość stacji prowadzonych pod własną marką przez oferenta to minimum jedna, a przychód netto to minimum 3 mln zł.

W NOWY ROK Z JPK I STIR

Zmiana obowiązująca od 1 stycznia 2018 r. generuje obowiązek przekazywania ewidencji VAT w formie Jednolitego Pliku Kontrolnego (JPK). Nowy rok to także nowe przepisy dotyczące Systemu Teleinformatycznego Izby Rozliczeniowej (STIR). Dzięki STIR możliwe będzie blokowanie kont bankowych, umożliwianie administracji dokonywania analiz finansowych i daje możliwość identyfikacji przepływów w zakresie wyłudzeń skarbowych. Nowe rozwiązania prawne mają dawać Krajowej Administracji Skarbowej szanse szybkiej reakcji w sytuacji nieuczciwych działań przedsiębiorców.



BEZ ZMIAN W WYSTAWIANIU PARAGONÓW



Resort finansów wycofał się z pomysłu wprowadzenia zakazu wystawiania faktur VAT na paragony bez numerów NIP. Dotyczy to m.in. sposobu wystawiania paragonów m.in. przez stacje paliw. Jednym z najpoważniejszych krytyków byli przedsiębiorcy. U źródeł pomysłu leżała znana praktyka polegająca na wystawianiu tzw. pustych faktur do paragonów nieodebranych przez klientów. Generowało to wręcz przypadki obrotu nieodebranymi potwierdzeniami zapłaty za towar, co umożliwiało nieuczciwym firmom odliczanie VAT i zawyżanie kosztów. Argumentem przedsiębiorców przeciw takiej sytuacji były trudności z weryfikacją przesłanek uprawniających do wystawienia faktur, a także wysokie koszty nowych systemów.



JUŻ WKRÓTCE KONIEC REBRANDINGU CIRCLE K

Zakończenie zmian stacji Statoil na terenie całego kraju ma zakończyć się w pierwszym kwartale tego roku. Kolejne dwa lata Circle K poświęci na dalszy rozwój organiczny oraz poszerzenie sieci franczyzowej. Ambicją marki jest wsparcie inwestycyjne czterech filarów biznesu, jakimi są segment paliw, myjni, kawy oraz część gastronomiczno-spożywcza. Jeśli chodzi o partnerów we franczyzie, sieć również zamierza proponować nowe rozwiązania w tej grupie i chce dalej rozwijać jej liczebność.

OPTYMISTYCZNY RAPORT UOKiK

W raporcie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) o jakości paliw sprzedawanych na stacjach w 2017 roku (chodzi o okres między 16 stycznia i 30 listopada) pojawiają się dobre wyniki – raport wykazuje optymistycznie, że coraz mniej stacji sprzedaje paliwa, do których można mieć zastrzeżenia jakościowe. Szeroko na ten temat pisze na swych stronach UOKiK, który prezentuje tam m.in. mapę stacji i hurtowni paliw skontrolowanych przez Inspekcję Handlową na zlecenie Urzędu.



ORLEN W SKLEPIE INTERNETOWYM?

Radio Zet poinformowało, że PKN Orlen na lata 2017-2021 w swój plan rozwojowy włączył handel internetowy. Zakupy przez sieć będzie można m.in. odebrać na wybranej stacji paliw. Z pewnością liczebność sieci Orlen powoduje, że wprowadzenie modelu „click&collect” – czyli zakupów online z odbiorem osobistym daje płockiej spółce spore szanse na ważne miejsce na rynku. Niewykluczone, że zmiany przepisów odnośnie handlu w niedziele będą sprzyjać realizacji takich projektów w zakresie sprzedaży detalicznej.



Po niedzielne zakupy na stację paliw?

GABRIELA KOZAN

Ustawa o zakazie handlu w niedziele w momencie tworzenia tego tekstu, czeka na podpis Prezydenta, ale z ostatecznego jej kształtu wynika, że od marca 2018 r. rozpocznie się ograniczanie sprzedaży w niedziele przez większość placówek handlowych.

Zgodnie zapisami ustawy, w 2018 r. z handlu zostanie wyłączonych 27 niedziel. Od 1 marca praca ma być dozwolona w dwie niedziele handlowe – pierwszą i ostatnią w miesiącu. Dodatkowo w niektóre niedziele wypadają dni ustawowo wolne od pracy: w Wielkanoc 1 kwietnia, w Zesłanie Ducha Świętego 20 maja oraz w Święto Niepodległości 11 listopada. Od marca w pozostałe dwie niedziele sklepy będą mogli otwierać tylko ich właściciele oraz podmioty z listy wyłączeń z zakazu, czyli m.in. sklepy na dworcach kolejowych i autobusowych, stacje paliw, kwaciarnie, apteki i punkty pocztowe. W kolejnych latach ograniczenia niedzielnego handlu będą jeszcze większe, a to może sprawić, że sieci

handlowe zaczną poszukiwać dróg załatwienia braku sprzedaży w ten jeden z siedmiu dni i zaczną stawiać swoje sklepy przy stacjach paliw, których ograniczenia nie dotyczą lub zaczną otwierać stacje paliw pod własnym szyldem i w niedziele handel przenieść do przystajnych sklepów.

Przepisy o zakazie handlu w niedziele nie otrzymały ostatecznego kształtu, ale stacje były przez ustawodawcę i pomysłodawców projektu, ze względu na możliwe ryzyko, od początku mocno brane pod lupę. Najpierw „Solidarność” chciała ograniczenia metrażowego i związek proponował, by stacja w niedziele mogła się otwierać, jeśli powierzchnia hali sprzedaży miała do 80 m², a w przypadku placówek na

autostradach i ekspresówkach do 150 m². Na protesty stacji paliw nie trzeba było długo czekać. Już w kwietniu 2017 r. Polski Koncern Naftowy Orlen ostrzegł w liście do minister Pracy i Polityki Społecznej Elżbiety Rafalskiej, że zmiany w prawie zakazujące handlu w niedziele mogą doprowadzić do tego, że nawet połowa stacji przy autostradach i drogach ekspresowych zostałaby zamknięta, a Polacy np. wracając z weekendu, miałby problem z zatankowaniem. Ustawodawca w trakcie prac legislacyjnych najpierw wycofał się z kryterium metrażowego, potem znów je wprowadził, ale w ostatecznej wersji projektu ustawy wielkość sklepu przy stacji paliw nie została określona. W tym kontekście możliwe stanie się w przyszłości uruchamianie stacji benzynowych z obszernymi sklepami stacijnymi, przypominającymi małe markety.

Zapytaliśmy przedstawicieli wiodących sieci handlowych w Polsce o plany związane z prowadzeniem działalności handlowej po wprowadzaniu ograniczeń dotyczących handlu, a docelowo po jego wyłączeniu w niedziele. Część sieci handlowych nie chce komentować zmian, a inni, którzy zdecydowali się zabrać głos, nie potwierdzają opinii ekspertów dotyczących spadku obrotów i spowolnienia gospodarczego wynikającego z powodu dodatkowych dni wolnych od handlu.



Z raportu PwC wynika, że obroty w sklepach spadną rocznie o prawie 10 mld zł, a wskutek wprowadzenia zakazu handlu w niedziele pracę może stracić 36 tys. osób. Eksperti wyliczyli, że w centrach handlowych zatrudnienie zmniejszy się o 19-20 tys. pracowników. Przedstawiciele Polskiej Rady Centrów Handlowych szacują, że oprócz zwolnień pracowników dodatkowe wolne dni oznaczają dla właścicieli sklepów rezygnację z usług pracowników ochrony czy serwisu sprzątającego. Czy zatem część sklepów będzie chciały znaleźć furtkę i na swoich terenach uruchomić stacje benzynowe, na wzór np. Intermarche, gdzie oprócz paliwa sprzedają podstawowe towary spożywcze, normalnie dostępne na sklepowych półkach.

Lidl Polska z umiarkowanym spokojem przyjmuje zmiany i zapewnia, że niezależnie od zmieniających się warunków otoczenia, sklepy są przygotowane

na wzmożony ruch w dniach poprzedzających niedziele wolne od handlu.

– *Od wielu lat operujemy na rodzimym rynku, dostosowując się do bieżących warunków ekonomicznych. Nasza sieć rozwija się stale w sposób organiczny – każdego roku otwieramy kilkadziesiąt nowych sklepów i takie tempo rozwoju planujemy utrzymać. Nieustannie pracujemy nad rozwojem naszych obiektów. Do końca 2017 roku zakończyliśmy modernizację wszystkich sklepów Lidl* – komentuje Aleksandra Robaszkiewicz z Lidl Polska.

Przedstawicielka Polomarketu, w piśmie przesłanym do naszej redakcji przekazuje, że sieć spodziewa się mniejszych obrotów w związku z wprowadzeniem ograniczeń handlu w niedziele. W opinii sieci sklepów, z czasem klienci przyzwyczają się do nowej sytuacji. Praktyka pokazuje, iż konsument robi większe zakupy, kiedy spodziewa się dni wolnych od pracy i tak zapewne

będzie również w przypadku wolnych niedziel.

– *Po wejściu ustawy w życie spodziewamy się zatem przesunięcia ruchu klienta w największym stopniu na sobotę, ale także i na poniedziałek* – powiedziała Ewa Szul-Skjoeldkrona z biura prasowego Polomarketu.

Zapytani przez nas organizatorzy sieci handlowych, wśród których były m.in. Biedronka, Lidl, Polomarket czy Netto odmówiły odpowiedzi lub wprost zaprzeczyły, że rozważają lub planują w najbliższym czasie uruchamianie stacji paliw, aby zrekompensować sobie część utraconych obrotów, dniami dodatkowo wolnymi od handlu. Dla właścicieli stacji paliw takie jasne stanowisko ze strony wiodących sieci handlowych w Polsce może oznaczać jedynie pozytywne ryzyko zwiększenia się obrotów asortymentu pozapaliwowego w niedziele.



Grupa Chorten chce współpracować ze stacjami paliw

Nowe przepisy o ograniczeniu handlu w niedziele i święta oraz w niektóre inne dni na razie (w 2018 r.) ograniczają, a w 2020 r. zupełnie uniemożliwią handel w sklepach w niedziele.

Jak szacują Państwo skalę utraconych obrotów Państwa sieci handlowej wynikających ze zmian w przepisach w roku 2018 oraz 2019–2020? (rozumianej jako całość sprzedaży do punktów handlowych).

Monika Kosz-Koszevska, Dyrektor Marketingu, Rzecznik Prasowy Grupy Chorten: Przede wszystkim Grupa Polskich Sklepów Spożywczych Chorten nie jest siecią handlową, a zrzeszeniem niezależnych punktów handlowych prowadzonych przez indywidualnych właścicieli, które korzystają z atrakcyjniejszych warunków z producentami i dystrybutorami uzyskanych dzięki efektowi skali. Nie szacujemy więc całościowo zysków lub ewentualnych strat wszystkich sklepów. Jednakże, jako Grupa Chorten nie spodziewamy się spadku obrotów związanych z wprowadzeniem od marca ograniczenia handlu w niedziele, wręcz przeciwnie, dla większości naszych sklepów jest to zmiana wyczekiwana i korzystna. Z ekonomicznego punktu widzenia pracująca niedziela była zawsze w przypadku wielu sklepów z Grupy Chorten nieco słabszym dniem, a generowała to problem związany z zatrudnieniem pracowników. Przy dobrym zatowarowaniu w soboty i poniedziałki sklepy mogą na tym ograniczeniu zyskać. Trzeba bowiem

zrozumieć, że większość zrzeszonych pod szyldem Chorten sklepów, to punkty o mniejszej i średniej powierzchni handlowej, na szybkie zakupy po sąsiedzku, a na handlu w niedzielę korzystała głównie nasza zagraniczna konkurencja. W przypadku naszych punktów, gdzie handlować zechce sam właściciel lub zatrudni się obsługę na umowę zlecenie, sprzedaż będzie nadal możliwa.

Czy zgodnie z przepisami o ograniczeniu handlu w niedziele, która wyłącza spod ograniczeń m.in. stacje benzynowe planują Państwo, jako grupa, uruchomienie stacji paliwowych na terenie należącym do sklepów i handel towarami ogólnospożywczymi w sklepie na stacji paliw?

Nie planujemy takiego ruchu, po prostu jako Grupa Chorten podpisaliśmy umowy handlowe z niezależnymi stacjami

benzynowymi, takimi jak choćby Petrodom, które na swoim terenie już miały sklepy i które mogą rozszerzyć ofertę asortymentową w związku z ograniczeniem handlu w niedzielę dla innych placówek handlowych.

Czy rozważają Państwo/podejmują dalsze kroki zmierzające do podjęcia stałej współpracy z siecią stacji paliw lub właścicielami kilku stacji w charakterze dostawcy produktów segmentu FMCG?

Cały czas prowadzimy rozmowy z właścicielami niezależnych stacji benzynowych, które posiadają lub chcą rozszerzyć sprzedaż produktów alkoholowych i spożywczych, a chciałyby korzystać z naszych umów handlowych u producentów i dystrybutorów. W końcu grudnia dołączyła do nas m.in. stacja benzynowa Pami z województwa warmińsko-mazurskiego. W planach są kolejne umowy z takimi właścicielami stacji paliw. ■



Czy będą supermarketostacje? Jak stacje paliw szykują się do niedziel z ograniczeniem handlu

dr SZYMON ARASZKIEWICZ

Odkąd tylko rozpoczęły się poważne prace nad ustawowym zakazem czy też ograniczeniem handlu w niedziele, pojawiły się głosy ze strony ekonomistów, publicystów i klientów, że jeśli stacje paliw zostaną spod tych przepisów wyłączone, to będą chciały zapłacić lukę i staną się istnymi supermarketami. Ustawa wchodzi w życie w marcu 2018, na razie większość graczy na polskim rynku paliwowym dość ostrożnie wypowiada się o perspektywach z tym związanych, choć są i tacy którzy już ostrzą sobie zęby i sygnalizują, że chcą przejąć klientów.

„Ustawa z 10 stycznia 2018 o ograniczeniu handlu w niedziele i święta oraz w niektóre inne dni” została uchwalona przez Sejm po poprawkach Senatu i podpisana przez Prezydenta RP pod koniec stycznia. Zakłada ona, że w niedziele i święta zakazany jest w placówkach handlowych handel, wykonywanie czynności związanych z handlem oraz powierzanie pracownikom (czy to zatrudnionym na etacie, czy to w ramach umów cywilnoprawnych) handlu lub czynności związanych z handlem. Przez placówkę handlową ustawa rozumie m.in. sklep, stoisko, stragan, hurtownię czy dom towarowy, a handel to proces sprzedaży polegający na wymianie towaru lub wyrobu na środki pieniężne. Przepisy wejść mają w życie od marca, z tym że jeszcze w 2018 r. zakaz handlu nie obejmie pierwszej i ostatniej niedzieli w każdym miesiącu, a w 2019 – ostatniej. Dopiero od 2020 r. zdecydowana większość niedziel ma być wolna od handlu, z wyjątkiem wskazanych w ustawie niedziel, np. bezpośrednio poprzedzających Boże Narodzenie i Wielkanoc.

Ustawa wymienia też szereg rodzajów placówek, które spod zakazu są wyłączone, jak np. kwaciarnie, apteki, kioski z biletami komunikacji miejskiej czy zakładami gier liczbowych, sklepy z dewocjonaliami,

placówki pocztowe, sklepy w hotelach czy na dworcach oraz wiele innych. Handel może być prowadzony w placówkach których właścicielem jest przedsiębiorca będący osobą fizyczną, we własnym imieniu i na własny rachunek. Na liście obiektów wyłączonych spod zakazu – czyli takich, które w niedziele i święta czynne być mogą – znalazły się też stacje paliw.



W trakcie prac nad ustawą o ograniczeniu handlu w niedziele długo przewijał się pomysł, by ewentualne wyłączenie stacji paliw od zakazu handlu powiązać z kryterium powierzchni sprzedażowej – stacja mogłaby pracować w niedziele, jeśli na ekspozycję i sprzedaż towarów pozapaliwowych przeznaczona byłoby na niej maksymalnie 80 m² (dla stacji przy autostradach – 150 m²). Z branży docierać zaczęły głosy, że dla wielu obiektów oznacza to tak naprawdę zamknięcie, pojawiały się też

plotki o różnych pomysłach na przerabianie powierzchni sklepów, by mogły spełniać kryteria. Prezes PKN Orlen wystąpił nawet z listem do Minister Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej, prosząc o działania na rzecz umożliwienia funkcjonowania stacji paliw w niedziele. Ostatecznie w ustawie kryterium powierzchniowego nie ma, zdecydowano że skoro znaczna część obiektów ma większe sklepy, to trudno zmuszać właścicieli do dzielenia powierzchni na handel w niedziele i w inne dni.

▶▶ Handel dobrami pozapaliwowymi na stacjach paliw to w Polsce od wielu lat już standard. W zależności od stacji oferta dodatkowa może być szersza lub węższa, spotykamy i takie stacje, przy których kupimy tylko garść akcesoriów motoryzacyjnych, i takie, gdzie zrobimy zakupy w zasadzie jak w sklepie osiedlowym, niemniej taka oferta prawie wszędzie już jest. Wprowadzenie zakazu handlu w niedziele zastaje więc polski detaliczny rynek paliwowy przygotowanym, z szeroką propozycją dla klienta i doświadczeniem w sprzedaży produktów innych niż benzyna czy olej napędowy. Kwartalnik „Na Stacji Paliw” zapytał uczestników polskiego rynku paliw, jak szykują się do ograniczenia handlu w niedziele i czy oni faktycznie, tak jak sugerują to dziennikarze czy publicyści, postrzegają te przepisy jako szansę dalszego rozwoju i zwiększania przychodów. Największy operator rynku stacji paliw w Polsce, PKN Orlen, podkreśla w przekazanej informacji, że od wielu lat rozwój oferty pozapaliwowej i dodatkowych usług stanowi priorytet w rozwoju sieci stacji paliw, co znalazło odzwierciedlenie w kolejnych aktualizacjach strategii. Koncern zwraca uwagę na rozbudowę oferty gastronomicznej, pilotażowe testy sklepów na stacjach we współpracy np. z Tesco czy Eurocach, plany wprowadzania własnych marek produktów czy rozwój formatów „Stop Café” i „O!Shop”.

- Klient stacji paliw to obecnie świadomy konsument, który oczekuje kompleksowej obsługi w jak najkrótszym czasie. Dlatego w PKN ORLEN dążymy do zaofiarowania pełnego pakietu usług. Już dziś

jestemy w stanie zapewnić naszym klientom bogatą ofertę gastronomiczną, w tym produkty spożywcze pierwszej potrzeby oraz innowacyjne usługi, jak wynajem auta na minuty, czy wkrótce wypożyczenie rowerów – informuje biuro prasowe Orlenu, podkreślając, że te działania to nie reakcja na konkretne zmiany prawne, tylko przemyślana, długofalowa strategia, która przynosi owoce. Grupa Lotos z kolei twierdzi, że analizuje i testuje różne rozwiązania. – Mamy przygotowane nowe listy asortymentowe, ale rozwiązania, które będą wprowadzane na poszczególnych stacjach, będą dostosowywane do lokalnego rynku – mówi Krzysztof Kopeć z Lotosu.

Circle K, to sieć stacji paliw, która ma dostęp do bogatego zaplecza, wiedzy i doświadczenia w zakresie handlu detalicznego i prowadzenia sklepów dzięki swoim kanadyjskim właścicielom, firmie Alimentation Couche-Tard, będącej znaczącym uczestnikiem rynku handlu detalicznego w wielu państwach. Czy doświadczenie to okaże się pomocne wobec ograniczenia handlu w niedziele w Polsce? - *Na ten moment analizujemy różne scenariusze, ale jednocześnie staramy się zachować bardzo pragmatyczne podejście i stawiać potrzeby naszych klientów na pierwszym miejscu – zapowiada Michał Ciszek, prezes Circle K w Polsce. - Nie ma wątpliwości co do tego, że zapisy ustawy w obecnym kształcie będą miały swoje przełożenie na rynek – zaznacza. - Na tym etapie jest jednak za wcześnie, aby mówić, w jaki sposób zmienią się zwyczaje zakupowe naszych klientów i jak będzie się kształtował popyt. Pokażą to pierwsze miesiące po wprowadzeniu no-*

wych przepisów – podsumowuje Ciszek. Konkretnych działań związanych ze zmianami w prawie nie zapowiada też na razie inny liczący się uczestnik detalicznego rynku paliw w Polsce – BP. - Zakaz handlu w niedzielę to nowe roz-



wiązanie i tak jak wszyscy pozostali uczestnicy rynku będziemy analizować szczególnie proponowane przepisy oraz wynikające z nich skutki – mówi Magdalena Kandefer-Kańtoch z BP. Ona też podkreśla, że ta sieć także konsekwentnie od lat stawia na rozwój oferty pozapaliwowej, czy to poprzez rozszerzanie własnego asortymentu, czy pilotażową współpracę z właścicielami sklepów w różnych państwach (w Polsce z siecią „Piotr i Paweł”). - Wyraźnie widzimy zmieniające się trendy, takie jak rozwój oferty gastronomicznej i kawiarnianej, coraz więcej klientów chętnie jada poza domem, rozwój asortymentu w sklepach na stac-

jach, który ewoluuje w kierunku sklepów „convenience”, dodatkowo coraz częściej na stacjach rozwijają się miejsca do relaksu i wypoczynku. Naszą ambicją nie są zakupy tygodniowe, czy zastąpienie supermarketów, nasz cel to ułatwić życie i oszczędzić czas naszego klienta. Format „convenience”, w wyobrażeniu BP, opiera się na świeżej żywności – taki sklep ma umożliwić szybkie zakupy, ma zastępować klientom domową lodówkę. Jesteśmy gotowi modernizować nasze usługi i ofertę tak, aby była jak najbliższa oczekiwaniom kierowców odwiedzających nasze stacje – podkreśla Magdalena Kandefer-Kańtoch.

Swój udział w rynku paliwowym w Polsce mają też wielkie sieci handlowe, które prowadzą stacje tzw. „przymarketowe”. Przeważnie są to jednak obiekty na których można kupić tylko paliwa, z niewielkimi budkami kasowymi – po zakupy klienci udają się mogą do hal sprzedażowych. Efekt synergii zakupów i tankowania może jednak zostać w ostatni dzień tygodnia wyeliminowany, właśnie przez zamknięcie marketów. Skorzystać może na tym sieć Intermarché – prowadzi ona ponad 60 stacji paliw, a na większości z nich działają już od lat osobne sklepiki, niezależnie od wielkich marketów. Również Tesco w Polsce ma stacje paliw ze sklepikami, ale to w tej sieci rzadkość, przeważają budki kasowe. Intermarché jak najbardziej szykuje się do wykorzystania nowych przepisów. - W tej chwili trwają ostatnie analizy, które mają dać odpowiedź jakiego asortymentu klient będzie szukał w wolne niedziele. Oczywiście nie mówimy tu o takich oczywistościach jak pieczywo, czy masło i mleko. Analizujemy szersze spektrum – powiedział Aleksander Hologna, kierownik działu stacji paliw Intermarché w Polsce. - Drugim aspektem, nad którym pracujemy, to przekonceptowanie naszych sklepów przystacyjnych, aby jeszcze lepiej przygotować je do zamkniętych niedziel. Chcemy wygospodarować miejsce na dodatkowe urządzenia, które będą wspomagały nasze stacje w niedzielnej sprzedaży – dodaje Hologna.



Stacje przymarketowe mają też Auchan, Carrefour i E. Leclerc, ci gracze nie stawiali jednak dotąd na rozwój na nich oferty pozapaliwowej, ograniczając się do wspomnianej wcześniej prostszej synergii. Niestety, „Na Stacji Paliw” nie udało się dowiedzieć, czy sieci te wprowadzą zmiany w funkcjonowaniu swych stacji w związku ze zmianami prawa. Już w marcu pierwsze niedziele bez zakupów w dużych marketach czy galeriach handlowych. Dostyc szybko powinniśmy zobaczyć, w którym kierunku pójdzie zmiana przyzwyczajień dotychczasowych niedzielnych klientów, czy w ogóle i w jakim stopniu popyt z ich strony przejdzie w kierunku stacji paliwowych. ■

5 trendów kształtujących przyszłość rynku convenience

GRZEGORZ MAZIAK

To, że oferta pozapaliwowa jest głównym źródłem zysku stacji paliw nie jest już dla nikogo zaskoczeniem. Znaczenie sklepowych przychodów dla stacji jeszcze wzrośnie, po tym jak w Polsce wejdą w życie przepisy zakazujące handlu w niedziele. Dlatego warto sprawdzić, jakie trendy będą wpływać na rozwój sektora detalicznej sprzedaży w formacie convenience.

Według Joego Boyle'a, zarządzającego sklepami pod marką FreshStop, najdynamiczniej rozwijającą się siecią typu convenience w RPA, przyszłość branży będzie kształtować pięć kluczowych trendów: szybkość, zdrowie, pokolenie mileniów, technologia oraz osobiste doświadczenia zakupowe.

SZYBKOŚĆ

Jedną z podstawowych przewag sklepów w formacie convenience nad dyskontami i hipermarketami, obok dogodnej lokalizacji, jest szybkość, z jaką klienci mogą dokonać zakupów. Zapewnia ją odpowiednio dobrany asortyment, który pozwala łatwo znaleźć potrzebne produkty oraz mniejsze kolejki przy kasach. W trend związany z potrzebą szybkich zakupów dobrze wpisuje się rozwój oferty gastronomicznej w sklepach typu convenience. Proste i szybkie do przyrządzenia jedzenie na wynos lub gotowe kanapki czy posiłki są coraz częściej obecne na sklepowych półkach.

W przypadku stacji paliw wyzwaniem staje się pogodzenie podstawowej potrzeby klienta, czyli szybkiego zatankowania samochodu z zachętą do odwiedzenia sklepu i skorzystania z oferty pozapaliwowej. Stacje paliw w Polsce niechętnie udostępniają opcję płatności bezpośrednio przy dystrybutorze, nie chcąc oddawać bez walki atrakcyjnych marż ze sprzedaży oferty sklepowej. Z perspektywy klienta taka wymuszona wizyta w sklepie może jednak obniżać poziom satysfakcji, szczególnie w sytuacji często spotykanych kolejek do kasy generowanych przez kierowców zainteresowanych ofertą gastronomiczną.

Według szacunków Joego Boyle'a 8 na 10 konsumentów zrezygnuje z zakupów w sytuacji kiedy kolejka do kasy będzie zbyt długa. W przypadku tankowania kierowca z zakupu raczej nie zrezygnuje, ale zniechęcony niekorzystnym doświadczeniem zakupowym następnym razem może poszukać innej stacji.

Rozsądnym kompromisem w tej sytuacji mogą być rozwiązania coraz powszechniej stosowane w tradycyjnych punktach sprzedaży detalicznej, czyli kasy samoobsługowe. Sprawdzają się one także w gastronomii (choćby w sieci McDonald's) i takie połączenie możliwości zapłaty za paliwo, z zamówieniem kawy czy hot-doga w automacie, może przyspieszyć obsługę klienta na stacji. Skrajnym przykładem tego nowego trendu do szybkiej samoobsługi jest koncept Amazon Go, czyli sklepu bez kas, testowany przez obecną do tej pory jedynie w Internecie firmę Amazon.

Test urządzeń typu self-service we wrześniu ubiegłego roku na swoich stacjach zakończył PKN Orlen. Klientom wewnątrz budynku udostępniono oplatometry, które miały na celu przyspieszenie płatności za paliwo oraz wybrane grupy produktowe ze sklepu. Płatność była możliwa kartami flotowymi takimi jak: FLOTA, OPENDRIVE, MIKROFLOTA, TANKBANK oraz kartami płatniczymi. – *W przypadku tego pilo- ➡*



Twój potencjał widzimy dużo wcześniej

- Doradzamy, szkolimy, budujemy wizerunek
- Prowadzimy dedykowane badania rynku paliwowego
- Wspieramy firmy w ich ekspansji na nowe rynki

www.consulting.informationmarket.pl



➡ *tażu odnotowaliśmy zainteresowanie ze strony klientów, którzy docenili możliwość szybkiej realizacji transakcji. Obecnie trwa wnikliwa ocena efektów programu pilotażowego, na podstawie której podejmiemy decyzję o ewentualnym rozszerzeniu usługi na kolejne obiekty – poinformowało nas biuro prasowe płockiego koncernu.*

Krok dalej we wdrażaniu innowacyjnych rozwiązań z zakresu samoobsługi poszedł koncern Shell, który na jednej ze stacji w Londynie we współpracy z IBM testował nowy rodzaj kasy. Przyspieszenie kasowania jest w niej

możliwe dzięki chipom, zainstalowanym w każdym produkcie.

W momencie postawienia zakupów w przeznaczonym do tego miejscu są one skanowane i zapisywane – by zapłacić wystarczy uruchomić odpowiednią aplikację w telefonie i przyłożyć go do czytnika.

ZDROWIE

Trend zdrowego odżywiania dla dużej grupy klientów przestaje być tylko modą, a staje się stylem życia. Konsument coraz świadomiej wybiera produkty spożywcze, szukając tych, które są jak najbardziej naturalne i pomogą im w realizacji założonego celu zdrowego odżywiania. Dlatego na sklepowych półkach nie może zabraknąć artykułów, które odpowiedzą na tę

potrzebę. Dla grupy kierowców, szczególnie tych w dłuższej trasie, dostępność żywności ekologicznej czy zdrowych posiłków z kategorii fit może być decydującym czynnikiem w wyborze miejsca tankowania.

Duże sieci stacji paliw już dzisiaj odpowiadają na te potrzeby klientów np. Orlen w swojej ofercie gastronomicznej ma specjalne menu ze zdrowymi propozycjami. Wzrost zainteresowania produktami bazującymi na naturalnych zauważa też sieć Moya. Jak informowała na początku 2017 r. na łamach „Na Stacji Paliw” Joanna Kowacz-Makówka, odpowiedzialna za rozwój Caffè Moya, zdrowa żywność to trend, który z pewnością zdeterminuje kierunek rozwoju oferty gastronomicznej na stacjach. Dlatego artykuły z tego segmentu są stale obecne na półkach sklepowych sieci Moya, a w ofercie Caffè Moya wiosną zeszłego roku pojawiły się koktajle ze świeżych owoców.

POKOLENIE MILENIALSÓW

Milenialsi (pokolenie Y), czyli grupa urodzonych w latach 80-tych i 90-tych XX wieku, to w ocenie specjalistów ds. marketingu zupełnie nowa kategoria konsumentów. Oswojeni z nowoczesną technologią, aktywnie korzystający z mediów cyfrowych, ale też wolni, kapryśni, skoncentrowani na sobie i krytyczni – to cechy przypisywane milenialsom. Specyfika tego segmentu klientów już wpływa na funkcjonowanie handlu, a obserwatorzy rynku detalicznej sprzedaży wskazują na postępujące zmiany w obyczajach konsumentów. Presja na szybkość obsługi, dostępność zdrowych produktów czy innowacje technologiczne, związane są z rosnącą siłą zakupową pokolenia Y.

W ostatnich tygodniach stycznia głośno było o tym we Francji, w związku z planami sieci Carrefour, która zapowiedziała masowe zwolnienia pracowników i zmiany w funkcjonowaniu koncernu. W ocenie cytowanego przez agencję PAP Davida de Matteis z biura doradztwa i analiz handlu OC&C „[...]konsumenty zaprzestali cotygod-

niowych wielkich zakupów w hipermarketach na rzecz wielokrotnych wizyt w pobliskich sklepach oraz dostaw do domu takich artykułów, jak woda i mleko". Ponadto jego zdaniem prawdziwą rewolucję w sposobie robienia zakupów przez młodszych klientów spowodował Internet.

To odejście od zakupów w dużych sklepach daje szansę rozwoju sieciom typu convenience, jeśli będą umiały dostosować swoją ofertę oraz model funkcjonowania do potrzeb rosnącej grupy konsumentów z pokolenia Y. Prognozy wskazują np. na mocny wzrost sprzedaży żywności on-line – według przywoływanego już badania „Global Convenience Retailing” do 2022 r. zwiększy się ona o ponad 17%. Format convenience może dobrze wpisać się w ten trend oferując np. codzienne zakupy w modelu click&collect.

TECHNOLOGIA

Nowoczesna technologia coraz mocniej wpływa na zachowania klientów. Adaptują się oni do nowego, cyfrowego stylu życia i także w codziennych zakupach wymagają spersonalizowanej i atrakcyjnej oferty, która za pośrednictwem nowych technologii będzie dostępna „od ręki”. Handel detaliczny stara się dostosować do tych trendów upraszczając proces zakupów – przykładem tego typu działania są wspomniane wcześniej stanowiska do samoobsługi czy ultranowoczesny sklep bez kas Amazon Go, gdzie klienci po prostu wkładają

produkty do torby, a opłata nalicza się automatycznie.

Znaczenia nabierają też aplikacje przewidujące potrzeby konsumentów i angażujące ich w spersonalizowany sposób. W Stanach Zjednoczonych sieci convenience coraz odważniej sięgają po mobilne narzędzia, które wykorzystują sztuczną inteligencję i oferują klientom dedykowane koszyki zakupowe, promocje i opcje płatności, bazując na historii ich dotychczasowych zakupów. To odpowiada oczekiwaniom pokolenia milenialsów – według badań Salesforce zrealizowanych za oceanem w 2015 r. nawet 61% ludzi z pokolenia Y chętnie udostępni sklepom swoje dane personalne, by być lepiej obsłużonym w trakcie zakupów czy móc otrzymywać atrakcyjne oferty i promocje.

Stacje paliw w Polsce cały czas są ostrożne w swoim podejściu do wykorzystania nowych technologii w kontakcie z klientem. Biorąc jednak pod uwagę kierunek zmian na rynku paliw i coraz większe znaczenie oferty pozapaliwowej w stacyjnym biznesie, wcześniej lub później będą musiały zmienić swoje podejście, podążając za ogólnymi trendami na rynku convenience.

OSOBISTE DOŚWIADCZENIA ZAKUPOWE

Według Joego Boyle'a tylko 1 na 5 klientów ocenia sklepy typu convenience, jako atrakcyjne miejsca zakupów. Warto pracować nad zmianą to postrze-



ganie, bo pozytywne doświadczenia zakupowe mogą skusić konsumentów do ponownej wizyty w danej lokalizacji. W dobie ogólnodostępnych i nieróżniących się od siebie produktów, to właśnie atmosfera w sklepie pozwala odróżnić się od konkurencji. Odpowiednio zaaranżowana przestrzeń sklepową, zastosowanie technik aromamarketingu i audiomarketingu czy choćby zapewnienie łatwo dostępnych miejsc parkingowych to narzędzia, które można wykorzystać budując pozytywne doświadczenia zakupowe.

RYNEK CONVENIENCE LIDEREM WZROSTU SPRZEDAŻY

Perspektywy na najbliższe lata wyglądają obiecująco. Według autorów raportu „Global Convenience Retailing” sprzedaż w sklepach convenience będzie szybko rosła i pod względem tempa wzrostu przychodów lepsze od nich będą tylko dyskonty. Do 2022 r. globalnie sprzedaż w kanale convenience wzrośnie o 4,8 proc. Przyspieszenie na stacjach w Polsce może być jeszcze większe dzięki nowym przepisom ograniczającym handel w niedziele. Warto być na to gotowym. ■



Leki tylko z apteki? Co dalej ze sprzedażą lekarstw na stacjach

MAGDALENA ROBAK

Z danych Naczelnej Izby Aptekarskiej wynika, że w Polsce działają 35 462 punkty¹⁾ posiadające prawo do obrotu lekami bez recepty (OTC)²⁾. Wśród nich są przede wszystkim ogólnodostępne sklepy i stacje benzynowe³⁾, od których nie wymaga się zezwolenia na prowadzenie obrotu pozaaptecznymi produktami leczniczymi. Cierpiący na ból ucha kierowca może zatem zatrzymać się na stacji tankowania i kupić środek na jego usmierzienie. Stacje mają w pozapaliwowej ofercie nie tylko środki przeciwbólowe i przeciwgorączkowe, ale również tabletki na gardło, kaszel, grypę, przeziębienie, dolegliwości żołądkowe, środki łagodzące skutki nadmiernego spożycia alkoholu oraz prezerwatywy. Jak dowiemy się z poniższej analizy, opartej na danych Federacji Konsumentów i informacji będących w posiadaniu Stowarzyszenia „Leki tylko z apteki”, w części krajów Europy nie jest to możliwe, a tamtejsze przepisy regulujące dostęp do leków OTC i wyrobów medycznych⁴⁾ poza aptekami są dużo bardziej restrykcyjne niż polskie.

W Austrii leki typu OTC (w tym również homeopatyczne i ziołowe) oraz wyroby medyczne można kupić jedynie w aptekach (te drugie także w sklepach posiadających specjalną licencję). Poza nimi dostępne są tylko suplementy diety. W Belgii możliwa jest pozaapteczna sprzedaż wyłącznie tzw. parafarmaceutyków: dermokosmetyków, past do zębów, witamin i szamponów.



W Bułgarii lekarstwa bez recepty są natomiast do nabycia w automatach vendingowych, których właścicielami mogą być tylko farmaceuci. W swobodnej sprzedaży są suplementy diety. W Chorwacji leki sprzedawane są wyłącznie w aptekach. W Czechach 20 lat temu część leków OTC (przede wszystkim ziołowych) została dopuszczona do sprzedaży poza nimi⁵⁾. Mogą być one ponadto eksponowane w strefach samoobsługowych. Będąc w odwiedzinach u naszego południowego sąsiada nie tylko w aptece kupimy też suplementy diety i wyroby medyczne. Aby właściciel placówki handlowej mógł jednak sprzedawać leki dostępne bez recepty, w ciągu 15 dni od jej rozpoczęcia musi on zgłosić ją państwowemu urzędowi kontroli leków. Ponadto jest on zobowiązany do

zaopatrywania się w nie wyłącznie u hurtowników lub producentów legitymujących się licencją wspomnianego urzędu. Pod pewnymi względami podobnie sytuacja wygląda w Danii, gdzie w 2001 r. rozpoczęła się liberalizacja przepisów dotyczących dostępu do lekarstw nabywanych bez recepty. Wtedy to pozwolono na sprzedaż pozaapteczną, w tym w supermarketach i na stacjach benzynowych, niektórych leków przeciwbólowych (w opakowaniach zawierających maksymalnie 10 tabletek), środków przeciwkaszlowych, pastylek na ból gardła, gum nikotynowych, lekarstw na chorobę lokomocyjną. W 2003 r. pozwolenie objęło również środki antyhistaminowe, grzybobójcze, przeciw-wirusowe, a w 2007 r. również leki gastryczne. Nie można ich jednak wystawiać w strefach samoobsługowych, a sklepy chcące je sprzedawać, muszą posiadać licencję Duńskiej Agencji Zdrowia. Inne regulacje obowiązują w Finlandii, która z wyjątkiem leków nikotynowej terapii zastępczej, dopuszcza sprzedaż lekarstw wyłącznie w aptekach. Francja także nie zezwala na pozaapteczny handel lekami i innymi produktami spełniającymi definicję leku (np. suplementami diety czy wyrobami medycznymi). Nie istnieją w niej również regulacje prawne odnoszące się do samoobsługowej sprzedaży leków OTC w miejscach innych niż apteki⁶⁾. Tak samo jest w Grecji – leki i suplementy diety można nabyć

tylko w aptekach. W Hiszpanii kupimy poza nimi leki ziołowe, ale tylko pod warunkiem, że ulotki do nich dołączone nie zawierają informacji o właściwościach profilaktycznych lub leczniczych. W Holandii natomiast od 2007 r. niektóre leki OTC (m.in. ibuprofen 200 mg) są sprzedawane nie tylko w aptekach, ale także poza nimi. Podobnie jest w Irlandii. Tam w obrocie pozaaptecznym kupimy środki zawierające paracetamol, ibuprofen, kwas acetylosalicylowy, syropy na kaszel, witaminy, suplementy diety⁷⁾. Irlandzkie uregulowania prawne dopuszczają również w punktach sprzedaży poza aptekami samoobsługę. Z odmienną sytuacją prawną mamy natomiast do czynienia na Litwie, Łotwie i w Estonii, gdzie leki dostępne są tylko w aptekach, a poza nimi nabędziemy jedynie wyroby medyczne i suplementy diety. Również w Niemczech lekarstwa są dostępne wyłącznie w aptekach. Poza nimi można kupić środki na bazie roślinnej: na przeziębienie, zgagę, ból gardła, środki dezynfekujące, preparaty witaminowe i inne suplementy diety. U naszego zachodniego sąsiada lekarstwa poza apteką mogą być ponadto sprzedawane tylko przez osoby, które zdały stosowny egzamin. W Norwegii wolno sprzedawać leki bez recepty w licencjonowanych sklepach i w tzw. medicines outlets, będących oddziałem apteki. Leki są ponadto dostępne w automatach. W Portugalii od 2005 r.

osobom, które ukończyły 16 lat można sprzedawać leki typu OTC poza aptekami z zastrzeżeniem, że wydaje je technik farmaceutyczny, farmaceuta lub pod jego nadzorem sprzedawca. Co więcej, w placówkach obrotu pozaaptecznego medykamenty te nie mogą być wystawiane w części samoobsługowej. W Rumunii leki można kupić w aptekach i w tzw. druggist's shops oferujących leki bez recepty. Na Słowacji nie istnieje pozaapteczna sprzedaż leków. W Słowenii niektóre środki OTC, wyroby medyczne, suplementy diety poza aptekami oferują specjalistyczne sklepy. W Szwajcarii sprzedaż pozaapteczna uruchomiona została w 2001 roku. W 2009 roku rynek pozaapteczny otwarto również w Szwecji dla części leków sprzedawanych bez recepty. Placówka chcąc je sprzedawać (wyłącznie osobom pełnoletnim) musi zgłosić się do rządowej agencji. Ponadto wymaga się, aby lekarstwa były przechowywane w zamkniętych szafach lub pod nadzorem personelu. Na Węgrzech od stycznia 2007 r. osoby, które ukończyły 14 lat mogą kupić niektóre leki typu OTC poza aptekami (w tym na stacjach benzynowych). Podobnie jak w Szwecji konieczna jest jednak licencja oraz środki te muszą być przechowywane pod zamknięciem. Stacja czy supermarket, które mają zamiar je sprzedawać, muszą ponadto zatrudnić osobę odpowiedzialną za spełnienie warunków bezpiecznej sprzedaży i zarejestrować ją we właściwym urzędzie. W Wielkiej Brytanii istnieje wymóg uzyskania zgody, aby środki takie jak: proste leki przeciwbólowe (maksymalnie 16 tabletek), leki na zgagę, ból gardła, kaszel czy antyseptyki były dostępne poza apteką. Możliwa jest również samoobsługa. We Włoszech od 2006 r. wszystkie leki typu OTC mogą być sprzedawane poza aptekami, ale tylko przez farmaceutę i jedynie w wyznaczonych specjalnie strefach. Ich oznakowanie musi być na tyle jednoznaczne, aby nie budziło wątpliwości, że nie są to apteki. W 2016 r. Polska zajmowała trzecie miejsce na świecie pod względem

spożycia medykamentów i w Europie była liderem, jeśli chodzi o przyjmowanie leków OTC. Z szacunków firmy badawczej PMR wynika, że w 2021 r. wartość polskiego rynku OTC może wzrosnąć nawet do 14,2 mld zł. Pytanie jednak, czy rzeczywiście tak się stanie, ponieważ środowisko farmaceutów silnie lobbuje na rzecz ograniczenia sprzedaży pozaaptecznej. Ministerstwo Zdrowia rozpoczęło prace nad zmianą przepisów w tym zakresie, które jednak, jak dowiemy się z dalszej części artykułu, zostały zaniechane. Resort w projekcie rozporządzenia zmieniającego rozporządzenie w sprawie wykazu produktów leczniczych, które mogą być dopuszczone do obrotu w placówkach obrotu pozaaptecznego oraz punktach aptecznych przedstawił m.in. propozycje zredukowania dawek substancji czynnych zawartych w lekach OTC oraz zmniejszenia opakowań medykamentów sprzedawanych w innych punktach niż apteki. Ponadto ministerstwo opowiedziało się za wycofaniem z nich środków do rozpuszczania w wodzie, zawierających kwas acetylosalicylowy i kofeinę czy tabletek na grypę z paracetamolem i innymi składnikami wykorzystywanymi do leczenia przeziębienia. W zamian dostępna miała być popularna polopiryna, aspiryna lub pigułki zawierające wyłącznie paracetamol. Chociaż wybór lekarstw dostępnych poza aptekami w planach resortu zdrowia miał ulec znacznemu ograniczeniu (z 52 substancji czynnych do 18), to w dalszym ciągu miałyby być również dostępne na stacjach benzynowych oparte na wyciągach z roślin produkty lecznicze stosowane w stanach zapalnych jamy ustnej i gardła, leki stosowane z walce z uzależnieniem od kofeiny, środki dezynfekujące i antyseptyczne, zawierające loratydynę leki na alergię (dwie tabletki w opakowaniu), pastylki do ssania w trakcie infekcji gardła z flurbiprofenem czy leki przeciwbiegunkowe i na wrzody żołądka (oba środki po dwie tabletki w opakowaniu). Ponad rok temu projekt rozporządzenia trafił do konsultacji społecznych, po



Krzysztof Romaniuk, Dyrektor ds. Analiz Rynku Paliw – Polska Organizacja Przemysłu i Handlu Naftowego

Na stacjach oferowane są leki, stosowane w doraźnym leczeniu takich dolegliwości, jak ból głowy czy zęba. Z możliwości zakupu na stacjach korzysta wielu kierowców i pasażerów, a także okolicznych mieszkańców, zwłaszcza w małych miejscowościach i na terenach wiejskich⁹⁾, co często generuje dodatkowy ruch w punktach dystrybucji paliw. Sprzedaż leków bez recepty w takich lokalizacjach stanowi też realizację prawa pacjentów do możliwie szybkiego i bezproblemowego dostępu do leków. Ma to szczególne znaczenie w godzinach nocnych oraz w dni wolne od pracy. Utrudnienia w dostępie do podstawowych leków dla osób będących w drodze i szukających szybkiego

i bezpiecznego rozwiązania na swoje dolegliwości mogą mieć negatywny wpływ na bezpieczeństwo ruchu drogowego.

Sprzedaż leków bez recepty stanowi nikły procent obrotu aptecznego i nie wpływa na sytuację ekonomiczną aptek. Jednocześnie z naszych informacji wynika, że wartość sprzedaży leków w stosunku do wartości całej sprzedaży towarów pozapaliwowych na stacjach paliw waha się w granicach od 0,35% do 0,5% w zależności od sieci, czy lokalizacji stacji paliw. To bardzo niewiele, ale wprowadzenie zakazu czy też jakichkolwiek ograniczeń w zakresie handlu tego typu towarami może mieć istotny wpływ na funkcjonowanie podmiotów,



prowadzących stacje paliw. Marże w obrocie paliwami pozostają na niskim poziomie. Sprzedaż towarów pozapaliwowych – w tym leków – pozwala na utrzymywanie cen paliw na relatywnie niskim poziomie, a czasami wręcz na utrzymanie małych, lokalnych stacji paliw.

▶▶ którym to etapie procesu legislacyjnego prace nad nim wstrzymano. Wstrzymano, jak nieoficjalnie mówi się, z powodu odejścia z Ministerstwa Zdrowia jego wiceszefa – Krzysztofa Łandy oraz z powodu kontrowersji, jakie wzbudził on w niektórych środowiskach. Część z nich, jak np. Stowarzyszenie „Leki tylko z apteki” czy Naczelna Izba Aptekarska zaniechała prac nad projektem przyjęła z niepokojem i rozczarowaniem, podkreślając, iż „nadrzędną ideą, jaką powinno kierować się Ministerstwo Zdrowia jest zdrowie, życie i bezpieczeństwo pacjenta, nie zaś troska o interes przedsiębiorców prowadzących obrót hurtowy i detaliczny produktami leczniczymi⁸⁾”. NIA argumentowała w swoim stanowisku m.in., że „W placówkach obrotu pozaaptecznego produkty lecznicze wyeksponowane są w miejscach łatwo dostępnych dla dzieci, co bez wątpienia zagraża ich bezpieczeństwu”. Ponadto „W przypadku sklepu ogólnodostępnego, czy też stacji benzynowej sprzedawca nie ma obowiązku weryfikacji wieku dzieci nabywających produkty lecznicze. Dodatkowo nie ma żadnej pewności odnośnie wiarygodności oryginalności

leków sprzedawanych w tychże placówkach. Placówki obrotu pozaaptecznego często nie spełniają zasad związanych z przechowywaniem leków, a nawet poprzez brak należytej wiedzy osoby prowadzącej taką placówkę produkty lecznicze są przechowywane w nasłonecznionych miejscach”. Z przeciwnej jednak strony odetchnęła z ulgą część przedsiębiorców: właściciele stacji benzynowych i sklepów ogólnodostępnych oraz producentów medykamentów. Zastrzeżenia do projektu zgłosili m.in. członkowie Polskiego Związku Producentów Leków Bez Recepty w obawie przed np. niemożliwością sprostania przygotowania dwutabletkowego opakowania w większości linii produkcyjnych. Niewątpliwie istotne znaczenie w publicz-

nej debacie nad projektem miał również głos Polskiej Organizacji Przemysłu i Handlu Naftowego – reprezentującej interesy firm naftowych działających na polskim rynku.

Jak poinformowało we wrześniu 2017 r. Ministerstwo Zdrowia, resort odstąpił od kontynuowania prac nad wprowadzeniem w życie nowych przepisów. Środowisko farmaceutów oczekuje jednak, że rychło wróci on do tematu, przedstawiając kolejny projekt, który zaostrzy aktualne regulacje. Wydaje się, że część producentów leków, operatorzy stacji paliw, właściciele sklepów ogólnodostępnych i zwykły Kowalski utrzymanie obecnego stanu prawnego dotyczącego obrotu pozaaptecznego lekami typu OTC traktuje jak wygraną. ■

1) Stan na 2017 rok

2) OTC – skrót od angielskiego Over the Counter

3) Według firmy IMS Health w 2016 r. sprzedaż leków w sklepach ogólnodostępnych i na stacjach benzynowych stanowiła ok. 6% całkowitej sprzedaży środków dostępnych bez recepty, z czego 80% dotyczyła małych sklepów.

4) Wyrobem medycznym w rozumieniu Ustawy o wyrobach medycznych z dnia 20 maja 2010 r. są np. prezerwatywy i materiały opatrunkowe.

5) Otwarcie rynku OTC w Czechach nie dotyczy paracetamolu i ibuprofenu. Jeśli chodzi o pierwszą substancję, podobnie rzecz ma się w Niemczech, Hiszpanii, Szwecji, Słowenii, we Francji, na Malcie i Litwie.

6) Podobnie jest w Belgii, Grecji i Hiszpanii.

7) Sprzedaż ibuprofenu poza aptekami została wprowadzona w Irlandii w 2005 r. (tabletki 200 mg, maks. 12 tabletek w opakowaniu bądź w niektórych wskazaniach tabletki 400 mg, opakowanie maksymalnie 1200 mg na dobę, co jest równe 3 tabletkom).

8) Ten cytat, jak i dwa następne pochodzą z Stanowiska Prezydium Naczelnej Izby Aptekarskiej w sprawie obrotu pozaaptecznego.

9) Na tę samą kwestię zwróciła również uwagę Krajowa Rada Izby Rolniczych.

Rok 2018: czy paliwo przełamie „psychologiczną barierę“?

dr JAKUB BOGUCKI



Czy kolejne miesiące przyniosą nam zaskoczenie w postaci cenowych zwyczajek? Czy osiągniemy wynik wynoszący 5 zł za litr benzyny 95-oktanowej, tak chętnie nazywany przez dziennikarzy „psychologiczną barierą“?

Wiele wskazuje, że redukcja globalnej podaży przyczyni się do wyższych cen ropy na rynku światowym. A to z dużym prawdopodobieństwem może się odbić także i kosztach tankowania aut na polskich stacjach.

Spokojny rok za nami

Miniony rok w cenach paliw był dla kierowców łaskawy. Najdrożej było w pierwszych miesiącach – wtedy to litr benzyny 95-oktanowej kosztował około 4,80 zł/l, a za paliwo dieslowskie płacono niemal 4,65 zł/l. W kolejnych miesiącach ceny notowały obniżki, a latem płaciliśmy za benzynę około 4,30 zł/l, a w dieslu – nawet 4,15 zł/l. Warto także przypomnieć, że konsumpcja po pierwszych trzech kwartałach wynosiła według Polskiej Organizacji Przemysłu i Handlu Naftowego (POPiHN) 12 proc. więcej licząc rok do roku. Aktualny poziom to 23,9 mln metrów sześć. – informuje organizacja. Miniony rok był jednak czasem wysokiej nadpodaży na rynku globalnym, która dopiero pod koniec roku – w miarę porozumień organizacji OPEC z innymi krajami może zacząć odczuwalnie topnieć, co powoduje wyższe ceny w 2018 roku.

W domu najlepiej?

Z pewnością dobrą informacją dla polskich kierowców może być miejsce Polski wśród innych krajów europejskich w kontekście wysokości naszych cen paliw. Jeśli chodzi o olej napędowy w roku 2017 niemal wszędzie tankowano to paliwo zauważalnie drożej niż między Bugiem a Odrą. Niższą średnią całoroczną miały jedynie Kosowo, Luksemburg, Litwa, Łotwa i Rumunia,

natomiast w Bułgarii płacono niemal tyle samo: 4,43 zł/l. Podobnie w przypadku benzyny Pb95 lokowaliśmy się w gronie najtańszych krajów Starego Kontynentu. Za niższe ceny napelniali swe baki jedynie Rumuni, Bułgarzy i mieszkańcy Kosowa. Zrozumiałe, że nie porównujemy się w tym momencie do krajów zachodniej Europy, ale także i nasi pobratymcy o podobnej sytuacji gospodarczej, jak choćby Czesi, Węgrzy czy Słowacy musieli w mijającym roku płacić za paliwo więcej.

Z całą pewnością możemy spać spokojnie, biorąc pod uwagę, że w wielu krajach europejskich tankuje się po 7 zł/l. Rok 2018 raczej nie zmieni naszego miejsca w tej tabeli, bowiem ceny paliw na rynkach są pochodną zmian na rynku międzynarodowym – które dotyczą z grubsza wszystkich jednakowo, a także obciążeń podatkowych czy kosztów dystrybucji paliwa, które w Polsce są relatywnie niskie i z tego powodu na tle rynku europejskiego możemy wyglądać bardzo korzystnie.

5 złotych jest prawdopodobne

Prognoza cen paliw na 2018 rok nie jest raczej optymistyczna dla kierowców – jest prawdopodobne, że na pylonach stacyjnych zobaczymy 5 zł/l. Poczesać może zapewne fakt, że nie będzie to zbyt szybko, bowiem dopiero od letnich wakacji – jednak druga połowa

roku będzie nam upływać zwyczajowo. W prognozie e-petrol.pl średnia cena benzyny zakładana na rok 2018 wynosić ma 4,90 zł/l. Pięćzłotowe średnie zobaczymy m.in. w sierpniu i jesieni. Poczesać może być także fakt, że zapewne finał roku może przynieść pewną cenową obniżkę. Końcówce roku wiele zależy będzie od przedłużenia decyzji OPEC i współpracowników o ograniczonym wydobyciu – na razie pojawiły się jedynie śladowe zapowiedzi ze strony Arabii Saudyjskiej, że taki krok jest możliwy. Wiele zależy także od produkcyjnej dynamiki w USA, która w ostatnim czasie wahała się, ale jest jednak cały czas wysoka i może wpływać hamująco na wzrosty cen na rynku międzynarodowym.

W polskich cenach oleju napędowego natomiast tegoroczne szczyty przypadną zapewne na październik i listopad – wtedy jednak średnia cena nie powinna sięgać jeszcze 5 zł za litr. Dla diesla zatem rok 2018 będzie zdecydowanie łagodniejszy, niż dla benzyny 95-oktanowej. Na temat prognoz rynku hurtowego i detalicznego w 2018 roku szerzej piszemy w przygotowywanej przez nas corocznej publikacji „Raport Polski Rynek Paliw 2017/2018”, której premiera będzie mieć miejsce wiosną tego roku.

MOYA rośnie najszybciej w Polsce

Spośród wszystkich sieci stacji paliw obecnych na polskim rynku, jedna zdecydowanie wyróżnia się pod względem dynamiki działania i rozwoju. To należąca do firmy Anwim, sieć placówek pod marką MOYA.

MOYA jest najszybciej rosnącą siecią stacji paliw w Polsce zarówno pod względem procentowym, jak i ilościowym. Jakże liczby pozwalają uznać taki status?

Przyrost w roku 2017 to dokładnie 34 nowe stacje w sieci, co przekłada się na 22% wzrost. Dołączyło do nas 21 stacji Partnerów i 13 obiektów własnych. W całej historii MOYA to był zdecydowanie najbardziej dynamiczny rok, na co oprócz liczby otwarć, złożyło się również testowanie i wprowadzenie wielu nowości oraz ogólnopolska loteria i towarzysząca jej kampania w mediach.

Czego dotyczą wspomniane nowości?

Przede wszystkim nowej wizualizacji i konceptu gastronomicznego, ale też całkowicie nowego formatu, jakim jest stacja hybrydowa – połączenie stacji automatycznej dla floty, z tradycyjną placówką z obsługą klientów detalicznych. Taką stację otworzyliśmy w Szczecinie, nieopodal przejścia granicznego w Kołbaskowie. Natomiast nową wizualizację wraz z rozszerzoną wersją konceptu gastronomicznego – Pizza & Caffè MOYA – zaprezentowaliśmy po raz pierwszy na naszej stacji własnej w Warszawie, którą otworzyliśmy w kwietniu.

Jak długo trwały przygotowania do tych wdrożeń i jakie przyniosły efekty?

Nad nowym wyglądem stacji pracowaliśmy około roku, z czego oczywiście najbardziej intensywne były ostatnie miesiące, czyli pierwszy kwartał 2017. Nad projektem warszawskiej stacji, która stała się wyznacznikiem standardu sieci ściśle pracowała odpowiedzialna za wizualizację zewnętrzną i wewnętrzną naszej sieci Agata Sta-

nicka, Z-ca Dyrektora ds. Operacyjnych MOYA, z renomowanym biurem Kaniewski Design, które specjalizuje się we wzornictwie przemysłowym i szeroko pojętych conceptach motoryzacyjnych. Ta stacja odpowiada na najbardziej zaawansowane potrzeby klientów takich placówek, cechuje się wyjątkową ergonomią i ciekawymi rozwiązaniami. Czerpiemy z niej inspiracje do opracowywania planów zagospodarowania kolejnych obiektów, zależnie od lokalnych uwarunkowań i potrzeb. Adekwatnie do wyglądu zmianie uległy też formaty sklepów na nowych stacjach – staramy się, by zawsze oferowały miejsce, w którym spokojnie można usiąść i zrelaksować się przy kawie oraz odpowiednią do uwarunkowań gamę produktów pozapaliwowych, w tym convenience.

A stąd już blisko do gastronomii – co nowego można o niej powiedzieć w kontekście stacji MOYA?

Nasza gastronomia też zyskała nowy wygląd, ale również całkowicie nową, rozszerzoną wersję – wspomniany już koncept Pizza & Caffè MOYA. Obok tradycyjnie dostępnych zapiekanki i hot-dogów jego oferta jest poszerzona o wypiekaną na miejscu, ze świeżych składników pizzę w kilku wariantach. Na ten moment takie menu jest obecne na stacji w Warszawie i w Zatorze, nieopodal Energylandii – największego parku rozrywki w Polsce. Te dwie placówki akcentują dodatkowo

rodzinny charakter, jaki chcielibyśmy podkreślać i kojarzyć z naszą marką – poprzez obecność przewijaków, kąciaków zabaw czy dostępnej latem strefy zieleni.

Stacja w stolicy, blisko centrum, wydaje się być istotnym ruchem w kierunku umocnienia wizerunku.

Zdecydowanie. Większość stacji, które otworzyliśmy w tym roku to placówki w większych miastach, głównie na Śląsku, ale nie tylko. Zdajemy sobie sprawę, że duży wpływ na naszą rozpoznawalność ma właśnie obecność w dużych aglomeracjach i ekspozycja na jak największą liczbę potencjalnych klientów. Odczuliśmy to już w tym roku i konsekwentnie będziemy realizować tę strategię dalej.

No właśnie – jakie są plany sieci na 2018 rok?

W obliczu zbliżania się do końca realizacji pięcioletniego planu, który zakłada 250 stacji na koniec 2019 roku, w tym z pewnością przekroczymy próg 200 placówek w sieci. Liczymy na dołączenie ok. 30 Partnerów i zamierzamy otworzyć ok. 10 stacji własnych. To powinno pozwolić nam utrzymać status najszybciej rozwijającej się sieci stacji w Polsce. Oprócz tego wciąż testujemy i rozszerzamy na resztę sieci nowe rozwiązania, które sprawiają, że cała oferta poza i okołopaliwowa będzie jeszcze bardziej kompleksowa.

Filip Puchalski
Dyrektor ds. Operacyjnych MOYA

NAJSZYBCIEJ ROZWIJAJĄCA SIĘ SIĘĆ W POLSCE

Jesteśmy partnerską siecią o ogólnopolskim zasięgu. Oferujemy wsparcie dla właścicieli, wysokiej jakości paliwo oraz atrakcyjne programy promocyjne. Pierwszą stację uruchomiliśmy w 2009 roku, a dziś pod marką MOYA funkcjonuje ponad 160 obiektów. Planujemy, by do końca 2019 roku działało 250 stacji MOYA w całej Polsce. Zbuduj swój sukces razem z nami. Zapraszamy do współpracy.

Kontakt: tel. 22 496 00 30

DOŁĄCZ DO NAS!



-  STACJE TRANSCYZJONOWE
-  STACJE WŁASNE
-  STACJE AUTOMATYCZNE

GWARANTOWANA JAKOŚĆ PALIW

NA KAŻDEJ Z PONAD 160 STACJI



Biododatki w paliwach... zbawienie czy klątwa?

dr KLAUDIA DRAB, JANUSZ KLECKI
i-Petrol sp. z o.o.

Temat biododatków w paliwach jest tematem kontrowersyjnym już od kilku lat. W Internecie można znaleźć wiele wpisów o tej tematyce, a większość artykułów ma wydźwięk negatywny. Zazwyczaj przedstawiają one biododatki jako małe chochliki nagryzające nasze samochody i sposób naciągnięcia użytkowników samochodów na dodatkowe koszty. Jednak, jak wszystko, i ta sprawa ma dwa oblicza.

Proces wytwarzania paliw, w tym oleju napędowego i benzyny, należy do relatywnie kosztownych. Istotny jest również fakt ograniczonych zasobów surowca, a poszukiwanie coraz to nowszych miejsc wydobywania ropy przyczynia się do wzrostu cen paliw na stacjach benzynowych. Czynniki te przyczyniły się do poszukiwania alternatywnych rozwiązań umożliwiających obniżenie ceny paliwa. Wprowadzenie biododatków do paliw miało przyczynić się do redukcji cen oleju napędowego oraz benzyny. Jako że są to produkty pochodzenia organicznego, stanowią stosunkowo tani komponent, a zwiększenie ich zawartości w paliwie przyczynia się do obniżenia zużycia czystych produktów. Co więcej produkcja biododatków miała przyczynić się do rozwoju rolnictwa w zakresie uprawy roślin stanowiących produkt wyjściowy w produkcji biododatków paliwowych oraz sprostaniu unijnych wymogów w zakresie udziału energii ze źródeł odnawialnych w transporcie. W przypadku oleju napędowego biododatki stanowią estry metylowe kwasów tłuszczowych (FAME) pozyskiwane z tłuszczów roślinnych zawartych np. w oleju rzepakowym. W przypadku benzyny jest to alkohol etylowy wyprodukowany z surowców pochodzenia roślinnego, np. zbóż. Niestety obniżenie cen za litr

paliwa pozostało niespełnionym marzeniem, a dodatek substancji roślinnych znacząco przyczynił się do wzrostu cen za żywność. Jednak jak donoszą najnowsze wieści, ceny żywności mają zostać obniżone poprzez zastosowanie do pozyskania biododatków roślinności niszowej, np. alg. Kolejnym argumentem przemawiającym za wprowadzeniem dyrektyw o dodatkach miała być walka z szarą strefą i ograniczenie problemu okradania Skarbu Państwa na horrendalne kwoty.

Kolejny punkt na liście to czynniki ekologiczne związane z obniżeniem emisji do środowiska CO₂, pochodzącego ze spalania produktów naftowych i obniżeniem stężenia gazów cieplarnianych, ale również i ten czynnik często poddawany jest pod wątpliwość.

Nowe regulacje mają pozwolić na osiągnięcie Narodowego Celu Wskaźnikowego, czyli minimalnego udziału biokomponentów i innych paliw odnawialnych w ogólnej ilości paliw zużywanych w transporcie. Zgodnie z aktualnymi wymaganiami ilość biododatków w paliwach wynosi odpowiednio do 7% FAME dla oleju napędowego oraz w uproszczeniu, do 10% bioetanolu lub 22% eterów dla benzyny. Rzadko podkreśla się jednak iż zgodnie z panującymi wymaganiami zawartymi w Roz-

porządzeniu Ministra Gospodarki z 9 października 2015 roku zawartość biododatków dopuszczalna na rynku paliwowym w omawianych paliwach określa maksymalną dopuszczalną zawartość dodatków w paliwach. Aspekt ten jest często pomijany we wspomnianych rozważaniach internetowych w których prezentuje się w aktualne wymagania jako wymóg konieczny. A górna granica 7% FAME w przypadku oleju napędowego może oznaczać, że paliwo zawiera go tylko 1% i spełnia odpowiednie dyrektywy prawne.

Technicznie, biododatki znacząco zmieniają właściwości paliwa, zmieniona zostaje gęstość, lepkość a także inne parametry istotne dla prawidłowej pracy układów mechanicznych w pojazdach. Jednym z charakterystycznych parametrów oleju napędowego jest jego smarność. Parametr ten odgrywa istotną rolę w przypadku zużycia układów wtryskowych silników oraz sekcji tłoczących pomp rotacyjnych, obniżając tarcie poszczególnych elementów. Dodatek do oleju napędowego estrów metylowych kwasów tłuszczowych znacząco polepsza te właściwości. Niemniej jednak biododatki przyczyniają się do podwyższenia zawartości wody w paliwie. Ta właściwość niesie za sobą dość drastyczne skutki. Przede wszystkim w przypadku benzyn woda obecna czy to w zbior-

niku czy baku samochodu, znacznie łatwiej rozpuszcza się w alkoholu aniżeli samej benzynie przez co obecność bioetanolu doprowadza do pojawienia się dwóch faz wodnej oraz paliwa, na granicy której mogą rozwijać się mikroorganizmy, przyczyniające się do zapychania filtrów, czy układów wtryskowych, ale przede wszystkim zwiększają ryzyko korozji. Sytuacja związana z dodatkiem FAME do oleju napędowego ma się bliźniaczo, obecność wody sprzyja pojawieniu się granicy faz stanowiącej idealne środowisko do rozwoju mikroorganizmów, dla których biododatki będące pochodną materii organicznej, stanowią doskonałą pożywkę. Badania przeprowadzone przez AGH potwierdzają że dodatek substancji „bio” do paliwa, znacząco wpływa na korozję silnikowych zaworów wylotowych. Pociąga to za sobą potrzebę produkcji części stalowych o zwiększonej zawartości chromu i itru. Potwierdzają to specjaliści branży motoryzacyjnej i mechanicy, którzy twierdzą, że paliwo takiej generacji może przyczynić się do: większego spalania od 3-5%, co ostatecznie podwyższa wydatki na paliwo o kilkaset złotych rocznie, szybszego zużycia części i zwiększonego zużycia silnika. Istnieje również obawa, że niektóre typy silników nie będą w stanie pracować

na mieszczancie z większą zawartością biopaliw. Zdania wciąż jednak są podzielone jedni uważają, że problem ten dotyczy, przede wszystkim, samochodów produkowanych przed rokiem 2000. W pozostałych przypadkach producenci samochodów zapewniają, że świadectwa homologacji dopuszczają paliwa z biododatkami i nie będzie to przeszkodą w sprawnym działaniu samochodu. Z kolei inni specjaliści twierdzą, że układy wtryskowe starszych diesli są mniej wrażliwe na jakość stosowanego paliwa i bez problemu pracują także zasilane ON o dużej zawartości biokomponentów. Najlepszym rozwiązaniem jest zapoznanie się ze specyfiką swojego samochodu.

Warto się również zastanowić nad pełnym ujęciem tematyki biopaliw, a także nad faktem odnotowanej na łamach wielu czasopism nagonki na regulacje prawne związane z podwyższeniem zawartości FAME w oleju napędowym z 5% do 7%. Czy wzrost zawartości FAME w paliwie o 2% aż tak drastycznie wpłynie na kondycję samochodu, przyczyni się do jego korozji zwłaszcza 20 letniego pojazdu?

I czy nie należałoby również rozważyć wszelkich aspektów środowiskowych i zdolności użytkowania samochodu zanim ostatecznie wyciągniemy wnioski. Dyskusja na temat stosowania biododatków wciąż trwa. Zwolennicy akcentują korzyści z ich stosowania. Tyle, że są to głównie korzyści na poziomie gospodarki krajowej lub regionalnej. Wzrost popytu na płody rolne, budowa instalacji przerobczych czy częściowe choćby uniezależnienie od importu surowca. Przeciwnicy zwracają uwagę na fakt zwiększonego ryzyka eksploatacji silników zasilanych biopaliwem. Ci z kolei postrzegają możliwe problemy ich stosowania z perspektywy użytkowników pojazdów spalinowych. I znacznie mniej istotne jest dla nich osiągnięcie Narodowego Celu Wskaźnikowego.

Wydaje się więc, że temat związany z biododatkami jest ściśle związany z optyką postrzegania zagadnienia. Z bliskiej perspektywy dostrzegane są głównie wady związane z biopaliwem. Zmiana właściwości fizykochemicznych, większa podatność na wilgoć, mniejsza odporność na utlenienie, to elementy przemawiające przeciw takiemu rozwiązaniu. Z punktu widzenia ministerialnego, sukces biorewolucji paliwowej związany jest z maksymalizacją dodatków. ■



Jak zwiększyć obroty na stacji paliwowej?

Co zrobić, by więcej osób wybierało właśnie Waszą ofertę?
Okiem producenta gamy urządzeń gastronomicznych – firmy INSTANCO.

Według danych CEPIK z 2017 roku liczba zarejestrowanych samochodów (różnego rodzaju – od osobowych, przez ciężarowe, motocykle, do autobusów) wynosi około 28 milionów. Według danych POPIHN (Polskiej Organizacji Przemysłu i Handlu Naftowego) na 2017 rok stacji jest około 6600. Co zrobić, by spośród tak różnorodnej konkurencji klient wybrał właśnie Waszą stację? Dobra cena paliwa nie wystarcza, to, że jest niższa, wcale nie oznacza, że potencjalny klient skorzysta właśnie z Waszej stacji.

Na rynku pojawia się coraz więcej usług oferowanych przez stacje benzynowe. Oprócz zatankowania paliwa możemy skorzystać z myjni samoobsługowej, ze strefy gastro, wypić kawę czy kupić podstawowe artykuły spożywcze. Gama produktów i usług znacząco się powiększa, niektóre stacje przekształcają się już w minimarkety, inne stawiają na rozszerzenie strefy gastronomicznej. Wprowadzenie do oferty stacji benzynowych hot-dogów było strzałem w dziesiątkę. Czas przygotowania jest bardzo krótki, inwestycja w sprzęt potrzebny do ich przygotowywania też nie jest duża. Jako producent takich urządzeń zdajemy sobie sprawę, że zyski, jakie osiągają właściciele stacji dzięki sprzedawanym przez nich „daniom”, są wysokie. Osoby, które myślą o takiej inwestycji, często zwracają się do nas z prośbą o przedstawienie oferty – oczywiście mówimy tutaj o prywatnych właścicielach stacji paliwowych, w przypadku sieci odbywa się to bowiem zupełnie inaczej. Za każdym razem staramy się przekonać klientów, że mimo ceny, która początkowo może wydawać się wysoka, jest



to zakup, który po krótkim czasie się zwraca i szybko zaczynamy zarabiać. Oczywiście jesteśmy w stanie przewidzieć, w jakim czasie, ten parametr zależy jednak to od wielu czynników – od jakości przygotowywanych produktów po liczbę klientów oraz ceny hot-dogów.

W naszej ofercie jest wiele różnego rodzaju modułów przeznaczonych do sieci stacji. Jednym z nich jest Moduł Hot-Dog – nie ukrywamy, że jesteśmy bardzo dumni z tego produktu. Zawiera wszystko to, co powinien, a dodatkowo zajmuje naprawdę mało miejsca.

Konfigurację wybiera sam klient, to, co my proponujemy, to grill kontaktowy – idealny do opiekania bułek – oraz grill rolkowy, na którym pieczemy kielbaski. Dodatkowo oferujemy podstawę chłodniczą, w której możemy przechowywać bułki i kielbaski, które będziemy wykorzystywać w później. Oszczędzamy dzięki temu czas i zyskujemy pewność, że liczba klientów nas nie zaskoczy.

Jednym z rozwiązań, z którym możemy połączyć Moduł Hot-Dog, jest ekspres do kawy – możemy go odwrócić przodem do klienta lub do obsługi. Ekspres



sy w naszej ofercie mają piktogramy, dzięki którym klient bez problemu będzie mógł wybrać swoją ulubioną kawę. Kolejnym rekomendowanym przez nas rozwiązaniem jest połączenie modułu z witrynką neutralną lub grzewczą. W grzewczej możemy przechowywać ciepłe produkty, takie jak kanapki, a w neutralnej różnego rodzaju ciastka lub pączki. Zarówno jedna, jak i druga pozwala na wyeksponowanie produktów i zachęca klientów do kupna.

Jako firma stawiamy na poszerzenie naszej gamy produktów i innowacyjność w proponowanych przez nas rozwiązaniach. Firma Instanco nieustannie śledzi segment rynku fast-food, odwiedzamy targi gastronomiczne na całym świecie i rozmawiamy z klientami o ich problemach i pomysłach. To wszystko pozwala nam kreować nowoczesne rozwiązania i zawsze jesteśmy o krok przed konkurencją.

Biorąc pod uwagę wszystkie sugestie naszych klientów, postanowiliśmy rozszerzyć naszą ofertę o hybrydowy piec konwekcyjno-mikrofalowy. Konwekcja sprawia, że gorące powietrze przyspiesza i wyrównuje proces gotowania. Piec hybrydowy INSTANCO ma elektroniczny sterownik z wejściem USB, dzięki czemu obsługa jest dużo prostsza. Zapamiętuje również przepisy. Jego efektywność najprościej wyrazić jednak w liczbach. Piec ten przygotowuje:

- pizzę w 90 sekund,
- hamburgery w 40 sekund,
- skrzydełka drobiowe w 180 sekund.

Zdajemy sobie sprawę, że czas przygotowania dań na stacjach paliwowych jest bardzo ważny – to on często warunkuje liczbę klientów. Jeszcze ważniejsza jest jednak jakość. Piec INSTANCO gwarantuje jedno i drugie, dodatkowo cena, jaką proponujemy, jest konkurencyjna. Mówiąc wprost, na polskim

rynku nie kupią Państwo pieca konwekcyjno-mikrofalowego za równie niewielkie pieniądze.

Odpowiadając na postawione w tytule pytanie „Jak zwiększyć obroty na stacji benzynowej?“, z pełnym przekonaniem mówimy: współpracując z firmą INSTANCO i rozszerzając ofertę gastronomiczną.



Normatywne ubytki paliw na stacji a koszt uzyskania przychodu

Czy zdaniem Kancelarii stacja paliw ma prawo do rozliczania normatywnych (tj. w granicach przyjętych norm) ubytków paliw w trakcie np. inwentaryzacji i zaliczania ich wartości do kosztów działalności operacyjnej (kosztów uzyskania przychodów)?

Odnosząc się do kwestii „rozliczania normatywnych ubytków paliw w trakcie np. inwentaryzacji i zaliczania ich wartości do kosztów działalności operacyjnej (kosztów uzyskania przychodów), powyższe pytanie rozumiemy jako pytanie w zakresie możliwości uznania strat powstałych z niezawinionych niedoborów (ubytków paliw) jako koszt uzyskania przychodu.

Zgodnie z przepisami ustawy z dnia 15 lutego 1992 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych (tj. Dz.U. z 2016 r., poz. 1888 ze zm.; dalej ustawa CIT) kosztami uzyskania przychodów są koszty poniesione w celu osiągnięcia przychodów lub zachowania albo zabezpieczenia źródła przychodów, z wyjątkiem kosztów wymienionych w art. 16 ust. 1

Wydatki związane z prowadzoną działalnością gospodarczą po wyłączeniu zastrzeżonych

w ustawie, są kosztami uzyskania przychodów, o ile pozostają w związku przyczynowo-skutkowym z osiąganymi przychodami. Kosztami będą zarówno koszty pozostające w bezpośrednim związku z uzyskiwanymi przychodami, jak i pozostające w związku pośrednim, jeżeli zostanie wykazane, że zostały w sposób racjonalny poniesione w celu osiągnięcia przychodów lub zachowania albo zabezpieczenia źródła przychodów, nawet wówczas, gdy z obiektywnych powodów przychód nie zostanie osiągnięty. Zatem do kosztów uzyskania przychodów podatnik ma prawo zaliczyć wszystkie koszty, zarówno te bezpośrednio, jak i pośrednio związane z przychodami, o ile zostały one prawidłowo udoku-

mentowane, za wyjątkiem kosztów ustawowo uznanych za nie stanowiące kosztów uzyskania przychodów.

Stosownie natomiast do art. 16 ust. 1 pkt 47 ustawy CIT, nie uważa się za koszty uzyskania przychodów strat powstałych w wyniku nieobjętych zwolnieniem od podatku akcyzowego ubytków wyrobów akcyzowych oraz podatku akcyzowego od tych ubytków.

W tym miejscu wskazać należy na przepisy ustawy z dnia 6 grudnia 2008 r. o podatku akcyzowym (tj. Dz. u. z 2017 r. poz. 43 ze zm. dalej jako ustawa o podatku akcyzowym).

W myśl art. 2 pkt 20 lit. a ustawy o podatku akcyzowym, ubytki wyrobów akcyzowych, określonych w załączniku nr 2 do ustawy, objętych stawką akcyzy inną niż stawka zerowa, powstałe podczas



stosowania procedury zawieszenia poboru akcyzy, z wyłączeniem strat powstałych podczas produkcji wyrobów energetycznych lub wyrobów tytoniowych.

Stosownie do przepisu art. 8 ust. 3 tej ustawy, przedmiotem opodatkowania akcyzą są również ubytki wyrobów akcyzowych.

W przedmiotowym stanie faktycznym mamy do czynienia z ubytkami wyrobów energetycznych sprzedawanych z zapłaconą akcyzą wg stawek określonych w art. 89 ust. 1 ww. ustawy, z zachowaniem warunków określonych w ust. 5-10 i ust. 14-15 tego artykułu, powstałych w trakcie obrotu paliwem.

Zatem, ubytki opisanych wyrobów energetycznych powstałe w trakcie obrotu paliwem, poza procedurą zawieszenia poboru akcyzy, nie mieszczą się w dyspozycji art. 2 pkt 20 lit. a ustawy o podatku akcyzowym i nie podlegają opodatkowaniu akcyzą. W związku z tym, cytowany wyżej art. 16 ust. 1 pkt 47 ustawy CIT nie znajduje w przedmiotowej sprawie zastosowania. Ustawa o podatku dochodowym od osób prawnych nie zawiera w art. 16 ust. 1 strat w środkach obrotowych. Zatem, co do zasady straty te, jako związane z prowadzoną działalnością, mogą być uznane za koszty uzyskania przychodów.

Należy jednak podkreślić, iż jedynie straty w środkach obrotowych powstałe w trakcie normalnego, racjonalnego działania podatnika, ze szczególnym uwzględnieniem dochowania należytej staranności w trakcie prowadzenia działalności gospodarczej, mogą być uznane za koszt uzyskania przychodu. Każdy przypadek straty w środkach obrotowych, należy rozpatrywać indywidualnie, z uwzględnieniem okoliczności faktycznych towarzyszących sprawie i oceniać pod kątem całości kształtu prowadzonej działalności.

Przechodząc do kwestii związanej z obliczeniem oraz udokumentowaniem strat powstałych w środkach obrotowych jakim są paliwa, przede wszystkim zasady rozliczania magazynu –



w przypadku jednostek prowadzących księgi rachunkowe – powinny znaleźć odzwierciedlenie w posiadanej przez te jednostki polityce rachunkowości.

[Dopuszczalne jest w tym przypadku przyjęcie w polityce rachunkowości maksymalnych norm dopuszczalnych ubytków \(strat\) magazynowanych paliw na stacji benzynowej do rozliczania magazynów paliw określonych rozporządzeniem Ministra Finansów z dnia 15 grudnia 2015 r. w sprawie dopuszczalnych ubytków niektórych wyrobów akcyzowych \(Dz.U. z 2015 r., poz. 2181 ze zm.\).](#)

Określona zgodnie z powyższym wartość strat w środkach obrotowych (paliwie) będzie mogła zostać ujęta do kosztów uzyskania przychodów. Należy jednak pamiętać o właściwym udokumentowaniu wyliczenia powstałej straty w środkach obrotowych.

Analogicznie wygląda kwestia związana z rozliczeniem strat w przypadku podatników będących osobami fizycznymi (art. 22 ust. 1 oraz art. 23 ust. 1 pkt 44 ustawy z dnia 29 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych, tj. Dz.U. z 2016 r., poz. 2032 ze zm.).

Powyższy sposób rozliczenia potwierdza również Ministerstwo Finansów np. w interpretacji indywidualnej z dnia 9 czerwca 2010 r., znak: ILPB3/423-231/10-4/MC.

Reasumując należy stwierdzić, iż pomimo braku opodatkowania podatkiem akcyzowym stwierdzonych ubytków w paliwach sprzedawanych na stacjach paliw (poza procedurą zawieszenia poboru akcyzy), z punktu widzenia podatku dochodowego (CIT/PIT) podatnik ma prawo do ujęcia wartości powstałych strat w środkach obrotowych, o ile mieszczą się one w dopuszczalnych normach przyjętych przez podatnika (np. w oparciu o przepisy rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 15 grudnia 2015 r. w sprawie dopuszczalnych ubytków niektórych wyrobów akcyzowych).

Opracowanie:
Redakcja – CWW S. Cetera,
M. Węgrzyn-Wysocka i Wspólnicy
Kancelaria Radców
Prawnych i Adwokatów
spółka komandytowa

SYSTEM DLA STACJI PALIW McSPAL 7

System dla stacji paliw McSPAL 7 to wydajne zarządzanie stacjami paliw. Klienta zachęcisz promocjami centralnymi, kuponami rabatowymi, kodami PLU, ceną dnia SPOT. Szybko wygenerujesz potrzebne raporty. McSPAL 7 posiada przyjazny, dotykowy interfejs kasjera.

PRZYKŁADOWE FUNKCJE

- wystawianie faktur do wielu paragonów nie blokuje stanowiska kasowego
- możliwość drukowania faktury na drukarce fiskalnej
- swobodne planowanie promocji, rabatów
- automatyczne przesyłanie danych do księgowości (moduł McEXP)
- generowanie plików JPK
- sprawne przyjmowanie dostaw paliw, przeprowadzania inwentaryzacji

SYSTEM CENTRALNY McHOSS

System centralny McHOSS to aplikacja przeznaczona dla **sieci stacji paliw**, dostępna z poziomu przeglądarki internetowej (platforma WiiO).

PRZYKŁADOWE FUNKCJE

- możliwość centralnego zarządzania siecią stacji w chmurze
- centralne tworzenie rabatów i promocji dla całej sieci
- wydawanie i obsługa kart stałego klienta
- tworzenie własnych kart flotowych
- centralny eksport danych i centralna obsługa JPK
- tworzenie analiz i budowanie raportów dla sieci stacji paliw w oparciu o Centralną Listę Asortymentową
- centralna obsługa zamówień, centralne księgowanie poszczególnych transakcji, płatności i zapisów księgowych
- dodatkowe moduły poprawy obsługi klienta i marketingu: tworzenie i propagowanie okresowych promocji dla całej sieci; graficzne wsparcie kasjera
- zbieranie danych o klientach (Big data)

NAGRODY I WYRÓŻNIENIA



ZAPRASZAMY DO WSPÓŁPRACY !

Kraków: Andrzej Sikora, tel: 602 364 667 **Warszawa:** Wojciech Kosiński, tel: 512 165 178

Grudniowy „strzał w dziesiątkę”

BP w grudniu 2017 osiągnęło imponujący wynik jeśli chodzi o ilość otwartych obiektów pod własnym szyldem. To jednak nie jedyny sukces spółki. O tym, jak wygląda ostatnia działalność BP Polska i jakie są plany firmy na kolejny rok mówi redakcji „Na Stacji Paliw” dr Magdalena Kandefer-Kańtoch, Rzecznik Prasowy BP Europa SE, Oddział w Polsce.



Ile stacji otworzyło BP w grudniu, a ile w całym 2017?

W 2017 r. otworzyliśmy 12 stacji własnych i 18 stacji partnerskich. Zatem struktura i liczba stacji z logo BP na koniec 2017 wyglądała następująco: 290 stacji własnych, w tym 23 własne stacje autostradowe, 249 stacje partnerskie. Łącznie liczba stacji BP na koniec 2017 roku wynosiła 539 obiektów. Jeśli chodzi o otwarcia stacji w grudniu to w tym miesiącu rozpoczęło działalność 10 nowych stacji BP. Były to: stacja partnerska BP Busko-Zdrój (woj. świętokrzyskie), stacja partnerska BP Pionki (woj. mazowieckie), stacja BP Pogoria w Dąbrowie Górniczej (woj. śląskie), stacja partnerska BP Promna (woj. mazowieckie), stacja partnerska BP Węgrów (woj. mazowieckie), stacja partnerska BP Tęgoborze (woj. małopolskie), stacja BP Fordon w Bydgoszczy (woj. kujawsko-pomorskie), stacja partnerska BP Kopytkowo (woj. pomorskie), stacja partnerska BP Ostrołęka (woj. mazowieckie) i stacja partnerska BP Szczecinek (woj. zachodniopomorskie).

Jak wygląda atrakcyjność oferty franczyzowej BP w ostatnim czasie, kiedy na rynku pojawiają się nowi gracze walczący o miejsce na rynku?

BP w Polsce od 25 lat z sukcesem rozwija swój biznes. Co roku przybywa kilkanaście nowych stacji partnerskich pod marką BP. To najszybciej rozwijająca się część sieci BP w Polsce. Budowanie sieci stacji partnerskich jest bardzo ważnym elementem wzmacniania marki BP na rynku polskim i ważną częścią strategii inwestowania BP w Polsce. W 2017 uruchomiliśmy w kanale DODO kolejnych 20 kawiarenek Wild Bean Cafe (6 na stacjach istniejących i 14 na stacjach nowo wybudowanych). Współpraca w ramach umowy ma charakter partnerski i na takiej formie kooperacji nam zależy. Właściciele prywatnych stacji sprzedających paliwa pod marką BP zyskują wszystkie te korzyści, które niesie ze sobą znak firmowy BP. Otrzymują ze strony koncernu bardzo duże wsparcie marketingowe w postaci promocji

i reklamy, pakiet szkoleń dla kierowników i załóg stacji. Partnerzy mogą zawsze liczyć na pomoc przy projektowaniu stacji, przy jej modernizacji, uzyskaniu dostępu do najnowszych technologii i materiałów oraz na część elementów wyposażenia stacji. Oferta BP dla prywatnych inwestorów jest propozycją całościowego programu mającego na celu nawiązanie długoletniej i satysfakcjonującej każdą ze stron współpracy. Z drugiej strony stacje partnerskie są świetną wizytówką marki BP: doskonale zarządzane, w świetnych lokalizacjach, z dobrej jakości obsługą i produktami. BP – pomimo bardzo dużego zaangażowania w proces wdrażania na stacji partnerskiej odpowiednich standardów obsługi i bezpieczeństwa, udziału finansowego w kosztach związanych z modernizacją stacji, a także instalacji wielu elementów jej wyposażenia i wystroju – nie narusza stosunków własności stacji. Oznacza to, że stacja partnerska pozostaje własnością dealera, a działalność gospodarcza, jaką pro- ➤➤

➤ wadzi na stacji, odbywa się w jego imieniu i na jego rachunek. Właściciele prywatnych stacji sprzedających paliwa pod marką BP zyskują wszystkie te korzyści, które niesie ze sobą znak firmowy BP. To wszystko wynika ze standardów, jakimi kieruje się BP w swojej działalności. Ich gwarantem jest właśnie znak BP na stacji, ale także, a może nawet przede wszystkim, wysokie kwalifikacje naszych partnerów. Stacje partnerskie to takie, które pozostają własnością partnera, ale działają pod marką BP na zasadzie umowy współpracy.

Propozycja BP dla prywatnych stacji opiera się na zasadzie równości partnerów. Nie ma żadnych opłat wstępnych – zarówno partner, jak i BP ponoszą koszty związane z uruchomieniem stacji pod znakiem BP. BP gwarantuje stacjom partnerskim ciągłe i terminowe dostawy wysokiej jakości paliw. System zaopatrzenia eliminuje w praktyce uciążliwe i często zawodne procedury zamawiania przez partnera osobno każdej dostawy paliwa na stację. Pracownicy BP każdego dnia monitorują stany magazynowe w zbiornikach i sami organizują dostawy tak, aby na stacjach BP nigdy nie zabrakło paliwa. Partner ma oczywiście możliwość, z zachowaniem przyjętej procedury, dodatkowego uzgadniania wielkości i terminów dostaw, o ile zachodzi taka potrzeba. W ten sposób może on zamówić dodatkowe ilości paliw lub czasowo ograniczyć dostawy w przypadku przewidywanego zmniejszonego popytu. Dostawy realizowane są przez doświadczonych dysponujących najnowocześniejszym i najbezpieczniejszym taborem firmy transportowe. Systemy kontroli przewozów stosowane przez nie w praktyce eliminują możliwość powstawania szkód w trakcie transportu.

Stacjom nowowytbudowanym zapewniamy pierwsze napełnienie zbiorników na dogodnych warunkach, tzn. wydłużonych terminach płatności. Wysokie standardy bezpieczeństwa i ochrony środowiska wymagane na

wszystkich stacjach BP zobowiązują nas do dbałości o poziom techniczny stacji oraz odpowiednie przygotowanie załogi. Z tego powodu ścisła współpraca pomiędzy BP a prywatnym inwestorem podejmowana jest możliwie najwcześniej. Dzięki temu już w fazie projektowania, a następnie oczywiście w trakcie budowy ma miejsce wymiana doświadczeń w zakresie technologii, know-how, merchandisingu, standardów bezpieczeństwa. Wszystkie działania służą jednemu celowi – stworzeniu stacji, która odniesie sukces rynkowy i da satysfakcję każdemu z partnerów.

BP udziela swoim partnerom daleko idącej pomocy finansowej przeznaczonej na cele inwestycyjne, przede wszystkim na podniesienie standardu technicznego i bezpieczeństwa ekologicznego stacji oraz wszechstronnej pomocy specjalistów. Możliwość skorzystania z wiedzy koncernu to możliwość skorzystania z doświadczeń BP zdobywanych od ponad wieku na tysiącach stacji na całym świecie. Załoga każdej stacji jest szkolona na koszt BP z zakresu procedury odbioru paliw przez profesjonalnych trenerów z działu szkoleń BP. Tylko osoby przeszkolone mogą odbierać dostawy paliw na stacjach BP.

W trosce o bezpieczeństwo pracowników i klientów oraz wysoki standard obsługi na stacjach partnerskich BP zapewnia załogom stacji pakiet szkoleń i treningów.

Program szkoleń przygotowany przez BP przewiduje przekazanie pracownikom stacji niezbędnej wiedzy m.in. z zakresu obsługi klientów, standardów bezpieczeństwa stacji, codziennych procedur dotyczących kontroli i kompletowania dokumentów.

Każdego roku stacje partnerskie uczestniczą w cyklu lokalnych i ogólnokrajowych, krótko- i długoterminowych promocji, dzięki którym mogą powiększać swoją sprzedaż, zdobywać nowych i zwiększać przywiązanie swoich dotychczasowych klientów.

Właściciel stacji może również prowa-

dzić własne promocje sklepowe i paliwowe. W roku 2011 rozpoczęliśmy wprowadzanie Wild Bean Cafe na stacje partnerskie. Tym bardziej że partnerzy podkreślali, iż klienci tak bardzo przyzwyczaili się do tej marki, że wjeżdżając na stację z logo BP, spodziewają się tam znaleźć kawiarenkę WBC. Na podstawie doświadczeń wypracowaliśmy optymalny model współpracy w zakresie oferty gastronomicznej z pozostałymi franczyzobiorcami.

Mimo że przedmiotem umowy podpisanej między BP a właścicielem jest w zasadzie sprzedaż paliw, BP przywiązuje ogromną wagę do wyglądu i jakości całej stacji. Sklep, bar, myjnia i inne części kompleksu stacji muszą być utrzymywane w jak najlepszym stanie, bowiem rzutują na całość wizerunku obiektu, na którym znajduje się logo BP. Dlatego wspólnie pracujemy przy organizacji i projektowaniu tych sfer aktywności. Jeżeli partner tego potrzebuje zapewniamy pomoc finansową, doradztwo i dostęp do najnowszych rozwiązań w tych dziedzinach. BP nie wpływa na asortyment towarów sprzedawanych w sklepie ani strategię handlową czy dobór towarów.

Wszystko powyższe jest bardzo ważne w sprawnie działającej współpracy na linii BP – Partner, ale zawsze najważniejsze są – szacunek i zaufanie oraz równowaga obu stron prowadzących wspólny dochodowy biznes paliwowy.

Jakie są plany rozwojowe sieci na rok 2018?

Naszą strategią jest dalsze intensywne uczestniczenie w rozwoju Polski. Chcemy pozostać czołową dostawcą energii dla transportu oraz spełniać obecne i przyszłe potrzeby swoich klientów. Kluczem do sukcesu jest nieustanna analiza rynku, umiejętność dostrzegania szans oraz rozumienie klientów, bo dzięki nim, ich zaufaniu i lojalności możliwy jest rozwój firmy. BP nie tylko rośnie, ale też modyfikuje swoją ofertę paliwową, jak i pozapaliwową pod kątem potrzeb klientów.

Działa też na rzecz poprawy klimatu inwestycyjnego. Chcemy utrzymać tempo rozwoju. Będą powstawać nowe stacje BP, własne i partnerskie, w tym także tych wielkoformatowe (autostradowe). Firma dalej planuje zatrudnianie po kilkaset osób rocznie, w tej chwili na ponad 530 stacjach pracuje prawie 4 tys. osób. BP w ciągu 25-letniej działalności zainwestowało w Polsce już 1,5 mld dolarów i odprowadziło do budżetu państwa z tytułu podatku VAT, akcyzy i podatku paliwowego 15 mld złotych. Wspiera polski rynek, korzystając z polskich biur projektowych, robiąc zakupy u polskich dostawców, czy współpracując z polskimi wykonawcami i podwykonawcami. I planuje utrzymać ten format współpracy.

Jednym z najważniejszych wydarzeń, które miały wpływ na sytuację i tempo inwestycji na rynku stacji paliw w 2016 i 2017 i będą mieć w 2018 są zmiany w prawie, uszczelniające rynek paliw (pakiet paliwowy, energetyczny i przewozowy), czynniki związane z ceną baryłki ropy, czy problemy z pozyskaniem pracowników. Branża paliwowa w Polsce od lat walczyła z szarą strefą, która utrudniała funkcjonowanie legalnie działającym przedsiębiorcom i uszczuplała dochody budżetu państwa. W roku 2016 weszło w życie kilka aktów prawnych o zasadniczym znaczeniu dla walki z przestępczością w obrocie paliwami. Zaszedł szereg pozytywnych zmian, na pewno jest dużo lepiej, niż w latach ubiegłych, ale jeszcze nie jest to sytuacja idealna. Mówiąc o inwestycjach BP warto wspomnieć o sukcesie wprowadzonych w 2016 roku paliw z technologią ACTIVE. Są to zarówno paliwa wzbogacone: BP Ultimate z technologią ACTIVE, jak i paliwa regularne z technologią ACTIVE. Firma rozwinęła też ofertę w ramach systemu Routex i płatności kartami paliwowymi BP PLUS. Karta BP PLUS o zasięgu polskim i europejskim, to kompleksowe narzędzie pozwalające optymalnie zarządzać flotą samochodów i w pełni kontrolować wszystkie wydatki na



paliwo. Umożliwia bezgotówkowe regulowanie opłat za wybrane produkty i usługi na ponad 18 000 stacji w całej Europie i Rosji zrzeszonych w porozumieniu Routex. Znaczne sukcesy biznesowe i wzrost odnotował także biznes olejowy Castrol. BP jest również obecne na polskim rynku paliw lotniczych w ramach spółki joint venture Lotos-Air BP.

Firma intensywnie inwestuje w rozwój oferty pozapaliwowej, więc udział sprzedaży sklepu w ogólnym obrocie stacji benzynowej systematycznie rośnie, tak jak rośnie liczba klientów odwiedzających stacje tylko z powodu oferty sklepowej lub gastronomicznej oraz myjni.

Rozwój segmentu convenience stawia przede wszystkim na wygodę. Oferta w przystajonych sklepach BP może być porównana do asortymentu sklepów osiedlowych, a nawet części dyskontów, jest to oczywiście żywność, napoje, ale też m.in. produkty typu fit i wyroby regionalne czy żywność dla diabetyków. Już co trzeci tankujący na BP klient kupuje także kawę. Wprowadzony w 2016 program Barista pozwala klientom na kreowanie smaku swojej kawy oraz wybór nowych, spienianych ręcznie kaw, których do tej pory nie mogli zakupić w kawiarniach przy stacjach benzynowych. Kawiarenki Wild Bean Cafe wprowadziły szereg nowinek w menu przekąsek. W 2017 roku rozpoczęła się ewolucja i nowa odsłona samej marki Wild Bean Cafe,

nowy format nosi nazwę WBC Evolution. Ważnym elementem oferty pozapaliwowej jest myjnia. Myjnię na stacjach BP to najnowocześniejsza i największa sieć myjni automatycznych i bezdotykowych. Są one stale ulepszone i modernizowane. Na kilkudziesięciu stacjach znajdują się też najnowsze myjnie automatyczne Car Wash Premium, które wyróżniają się dodatkowymi funkcjonalnościami i oferują udoskonalone programy i lepszą jakość mycia niż w myjni standardowej. Na stacjach BP wprowadzone są też usługi nie kojarzące się dotąd z tym miejscem - kilka lat temu powstał kącik kwiatowy, w którym przez całą dobę klienci mogą kupić świeże kwiaty. Na większości stacji dostępne są bankomaty, a coraz częściej – paczkomaty InPostu.

Jakie są plany sieci w odniesieniu do sprawy „handlu niedzielnego” – czy planujecie Państwo rozszerzenie współpracy lub nowe formy działalności? Czy współpraca z Piotrem i Pawłem będzie rozszerzana? Czy Państwa asortyment stacyjny będzie się rozszerzał w związku ze zmianami dot. „handlu niedzielnego”?

Zakaz handlu w niedzielę to nowe rozwiązanie i tak jak wszyscy pozostali uczestnicy rynku będziemy analizować szczegółowo proponowane przepisy

oraz wynikające z nich implikacje. Chce jednak wyraźnie zaznaczyć, że BP, niezależnie od wprowadzanych tych nowych przepisów, od dłuższego już czasu inwestuje intensywnie w rozwój oferty pozapaliowej, w tym oferty sklepowej, testując rozmaite rozwiązania oraz wprowadzając szereg innowacji. Realizujemy już od kilku lat strategię poszerzania oferty produktów i usług w sklepach na naszych stacjach oraz coraz głębsze wchodzenie w segment retail. Wyraźnie widzimy zmieniające się trendy, takie jak: rozwój oferty gastronomicznej i kawiarnianej, w tym konceptów food to go- oraz więcej klientów chętnie jada poza domem, rozwój asortymentu w sklepach na stacjach, który ewoluuje w kierunku sklepów convenience, dodatkowo coraz częściej na stacjach rozwijają się miejsca do relaksu i wypoczynku, itd. Sklepy przystajenne BP od dawna nie oferują już wyłącznie produktów związanych z motoryzacją, a ich oferta jest konkurencyjna do osiedlowych sklepików czy dyskontów. Coraz więcej klientów robi zakupy w sklepach na naszych stacjach. Klientów zajętych,

w drodze do biura, do domu, w podróży. Klienci Ci oczekują też – jak wynika z badań – produktów gotowych, szybkich albo łatwych w przygotowaniu. Wsłuchując się w potrzeby rynku zdecydowaliśmy się rozpocząć w roku 2017 testowy projekt we współpracy z siecią supermarketów Piotr i Paweł. Powstał koncept „Piotr i Paweł po drodze”. Stacja benzynowa – gdzie można zatankować, doładować kartę, zjeść bagietkę czy wypić kawę – stała się miejscem, gdzie można zrobić zakupy, które nie wymagają dużej ilości czasu w trakcie, ale również podczas, których kupimy w większości produkty, które są bądź gotowe bądź pozwolą w kilka chwil przygotować posiłek. Naszą ambicją nie są zakupy tygodniowe, czy zastąpienie supermarketów nasz cel to ułatwić życie i oszczędzić czas naszego klienta. Jako BP mamy bardzo dobrze zdefiniowaną strategię convenience i doświadczenie we współpracy z partnerami biznesowymi. Od dawna nasze stacje współpracują z Marks&Spencer, a wiadomo że angielski rynek jest bardzo rozwinięty pod kątem dań gotowych. W Niemczech współpracujemy z Rewe pod szyldem „Reve To Go”, w Holandii z Albert Heijn. Wszystkie te koncepty są nieco odmienne, przystosowane do lokalnego rynku. Format convenience, w wyobrażeniu BP, opiera się na świeżej żywności – taki sklep ma umożliwić szybkie zakupy, ma zastępować klientom domową lodówkę. Z Piotrem i Pawłem na razie jednak jesteśmy na

etapie projektu pilotażowego – działają 3 pilotażowe placówki. Piotr i Paweł uzupełnił ofertę sklepu BP o ok. 200 indeksów marki własnej, ale ta współpraca zostanie rozszerzona, bo naszym wspólnym zadaniem jest przygotowanie komplementarnej oferty dla klientów. Przez okres testowy będziemy sprawdzali, jak przyjęty zostanie nowy format sklepów i w tym czasie oferta produktów będzie się zmieniać. Planujemy wprowadzić badania satysfakcji klientów na stacjach BP i będzie to jeden z najważniejszych czynników, składających się na ocenę współpracy BP oraz Piotra i Pawła. Jesteśmy gotowi modernizować nasze usługi i ofertę tak, aby była jak najbliższa oczekiwaniom kierowców odwiedzających nasze stacje.

Jakimi atutami najłatwiej przyciągnąć stacyjnika w Polsce do współpracy partnerskiej?

Przede wszystkim wielkość i renowa BP: firma znajduje się na liście 500 największych firm, na 4 miejscu wśród firm paliwowych. W rankingu plasuje się za krajowymi koncernami, lecz wyprzedza zagraniczne spółki paliwowe. Spółka BP Europa SE, oddział w Polsce w 2017 roku znalazła się na 47 miejscu wśród największych firm Europy Środkowo-Wschodniej. Uwzględniając bezpośredni wpływ BP oraz wpływ łańcucha logistycznego spółki, BP wsparło polski PKB generując wartość dodaną brutto wynoszącą ok. 1,6 mld złotych (369 mln EUR).

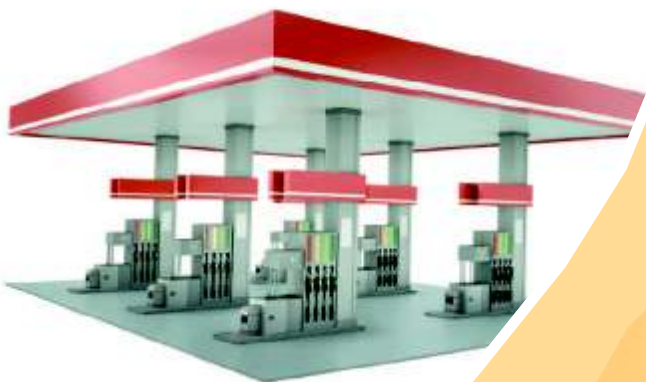
Ale w prowadzeniu biznesu z partnerem zawsze najważniejsze są – szacunek i zaufanie, oraz równowaga obu stron prowadzących wspólny dochodowy biznes paliwowy. ■





JAKIE PYTANIA ZADAJESZ SOBIE KAŻDEGO DNIA?

- Za ile sprzedaje konkurencja na swoich stacjach?
- Na której bazie kupię najtaniej?
- Jakich cen mogę się spodziewać w hurcie jutro?
 - Kto najtaniej sprzeda mi autogaz?



PAKIET 6 USŁUG WSPIERAJĄCYCH TWÓJ BIZNES

- Średnie ceny detaliczne w regionie (wybranym)
- Hurt autogaz w regionie (wybranym)
 - Upusty na bazach
 - Prognozy 2-dniowe cen paliw w hurcie
- Dostęp do Sekcji Prawnej na e-petrol.pl
- Elektroniczna Giełda Paliw w zakresie składania ofert zakupu

ZARZĄDZANIE STACJĄ NIE BYŁO JESZCZE TAK PROSTE!

ZOSTAŃ LIDEREM
W SWOIM REGIONIE

Pakiet
Na Stacji Paliw

Wypróbuj bezpłatnie
przez dwa tygodnie

www.e-petrol.pl/pakiet-nsp



Co sądzę o... perspektywach dla stacji paliw w związku z ograniczeniem handlu w niedziele

dr SZYMON ARASZKIEWICZ

Wobec ustawowego ograniczenia handlu w niedzielę część klientów zamkniętych sklepów najpewniej trafi na stacje paliw. Trudno raczej wyobrazić sobie, by stacje zastąpiły galerie handlowe, ale w roli ciekawej alternatywy dla sklepiku osiedlowego stacje powinny radzić sobie coraz lepiej – już taką rolę zresztą praktycznie pełnią. Właściciele i menadżerowie stacji to obrotni i pomysłowi ludzie, więc choć na razie są dość ostrożni w zapowiedziach swoich dalszych posunięć, wierzę, że będą potrafili zareagować na pojawiającą się szansę rozsądnie i zgodnie z możliwościami.

Załóżmy, że ustawa będzie działała zgodnie z intencją jej twórców. Tak nawiasem mówiąc, to mamy cały wysyp różnego rodzaju „patentów”, o których słyszy się w kontekście ograniczenia handlu: że markety będą udawały piekarnie lub kwaciarnie, bo takim wolno działać; że markety na jeden dzień staną się „salonami pokazu towarów”, w których będzie można odebrać towar kupiony sekundę wcześniej zupełnie legalnie, bo przez internet, na stronie danego sklepu; że towar będzie można wziąć w niedzielę, a zapłacić w poniedziałek; że przy istniejących dużych sklepach pojawi się dystrybutor z paliwem i w ten sposób hipermarket będzie udawał sklep przystacyjny, i wiele, wiele innych... Kto mówi, że Polakom brakuje pomysłowości? Nie dajmy się zwariować w całym tym zalewie „dobrych rad”, bo niektóre z nich brzmią jak zupełne science fiction, coś jest ogólnie na rzeczy, niemniej wygląda na to, że nawet jeżeli niedzielny zakaz handlu nie będzie miał w praktyce aż tak szerokiego zasięgu jak zakłada ustawodawca, to

krajobraz sklepowy i tak bardzo mocno się zmieni.

W dniu podpisania przez Prezydenta ustawy o ograniczeniu handlu w niedzielę słyszałem w radiu rozmowę słuchacza, który zadzwonił i wraz z prowadzącymi audycję poartowali na temat możliwych skutków nowych przepisów. Jak stwierdził słuchacz, nie ma co się bać zamkniętych sklepów, bo od teraz pewnie na stacjach paliw będzie mógł kupić, jak sam powiedział, skarpety i dostanie za to jeszcze więcej punktów lojalnościowych niż za hot-dog! Słyszałem też żart, że już wkrótce na stacjach pojawią się nowe regały produktowe – i tu padło kilka znanych sieciowych marek modowych. Żarty żartami, a w mediach w ostatnich tygodniach sporo jest głosów ekonomistów czy prawników komentujących nową ustawę właśnie stwierdzeniem, że popyt zakupowy najpewniej, ich zdaniem, przejmą stacje. W opinii kierowców stacje będą dalej rozszerzać swoją ofertę pozapaliwową, by przynajmniej częściowo zastąpić supermarkety.

Sami przedstawiciele stacji są w większości (z nielicznymi wyjątkami) mocno enigmatyczni w zapowiedziach co do swych zamiarów wobec niedzieli bez sklepów, niektórzy nawet z lekką irytacją reagują na medialne sugestie reagowania na niedzielny zakaz. Szerzej – w osobnym artykule na ten temat w bieżącym numerze „Na Stacji Paliw”, w wielkim skrócie – wielu z nich twierdzi, że już mają tak dobrą ofertę niepaliwową, iż nieważne czy w niedzielę duże sklepy i galerie handlowe będą otwarte – i tak warto zajrzeć na ich stacje.

Chciałem napisać, że trudno wyobrazić sobie handel odzieżą na stacji paliw, ale

przypomniałem sobie, że wieszaki z ubraniami do kupienia widziałem kilka lat temu na jednej z niezależnych stacji w małej miejscowości w woj. opolskim. Co do zasady jednak logika i zdrowy rozsądek podpowiadają, że nie wszędzie da się wszystko sprzedać – bo logistyka, bo warunki, itp. Jak pokazują ostatnie lata, da się jednak sporo zmieścić w pozapaliwowej ofercie stacji, a gdy pojawia się klient i zgłasza konkretną potrzebę, to elementarna zasada przedsiębiorczości nakazuje działać, by tę potrzebę spełnić i załatać powstającą lukę (chyba że mamy do czynienia z zupełną abstrakcją, ale nie o tym tu mówimy).

Tak jak zaznaczali nasi rozmówcy z branży paliwowej, trudno już dziś stawiać konkretne prognozy dotyczące tego, jak ograniczenie handlu w niedzielę przełoży się czy to na polską gospodarkę, czy – w węższej skali – na rynek stacji paliw. Na pewno przemiany stacji, które działy się w ostatnich latach, czyli odejście od „punktów sprzedaży paliw” w kierunku bardziej kompleksowej oferty, spowodowały, że paliwowi detaliści wobec nowej rzeczywistości stają jednak przede wszystkim jako gracze czynni, aktywni, a nie tylko bierni odbiorcy nowego przepisu. Umieją sprzedawać znacznie więcej niż tylko paliwa i nie boją się szukać nowych źródeł przychodu, zwłaszcza gdy sytuacja w otoczeniu sama zachęca do działania. To jest największy atut właścicieli i zarządzających stacjami wobec nowych reguł, a także wielka szansa. Może nie będzie aż takiej rewolucji, jak uważają niektórzy komentatorzy, ale zainteresowanie, między innymi stacjami paliw, ze strony klientów najpewniej wzrośnie. ■

Już 100 stacji w Polsce sprzedaje paliwo on-line

**Aplikacja mobilna Tankuj24 zrzeszyła już 100 stacji paliw w Polsce.
To najszybciej rozwijająca się wirtualna sieć stacji paliw,
która w przeciągu 8 miesięcy funkcjonowania zdobyła aż 13 tys. użytkowników.**

Aplikacja Tankuj24, czyli nowatorski projekt spółki UNIMOT S.A. pozwalający na zakup paliwa on-line, rozwija się w rekordowym tempie. W ciągu zaledwie 8 miesięcy od wejścia na rynek współpracę z aplikacją podjęło aż 100 stacji paliw. Wśród nich są zarówno stacje takich marek jak: BP, Lotos, Circle K, Moya czy Huzar, jak również placówki niezależne. Współpraca z Tankuj24 jest też standardem na każdej stacji paliw pod marką AVIA, której sieć w naszym kraju tworzy właśnie UNIMOT.

- Zakładając 25 lat temu firmę specjalizującą się w sprzedaży paliw, nie przypuszczałem, że w przyszłości będę oferował paliwo on-line, przez urządzenia mobilne – twierdzi Adam Sikorski, Przewodniczący Rady Nadzorczej UNIMOT S.A. i pomysłodawca projektu Tankuj24. – Aplikacja została bardzo dobrze przyjęta przez rynek i mam nadzieję, że w kolejnych latach stanie się popularnym narzędziem wykorzystywanym przez dużą część kierowców w Polsce.

Aplikacja Tankuj24 to połączenie świata wirtualnego z realnym. Największą zaletą aplikacji Tankuj24 jest możliwość zakupu paliwa taniej, ponieważ zamawiamy je on-line. Odbiór zamówionego paliwa odbywa się zawsze na wybranej „realnej” stacji

współpracującej z aplikacją Tankuj24. Zamawiać można każde paliwo: zarówno benzynę, olej napędowy jak również gaz LPG – a ich cena zakupu (zawsze niższa niż na stacji „realnej”) jest gwarantowana przez 24 godziny od momentu zamówienia. Tyle samo czasu ma klient na realizację transakcji, czyli odbiór paliwa na wybranej przez niego stacji paliw. Na każdym litrze zakupionego paliwa przez aplikację użytkownik oszczędza od kilku do kilkunastu groszy. Aplikacja jest też znakomitym rozwiązaniem dla firm, ponieważ jej użytkownicy otrzymują jedną, zbiorczą fakturę za wszystkie tankowania w miesiącu.

Tankuj24 rozwija sieć stacji partnerskich w różnych lokalizacjach kraju. Obejmuje ona największe miasta w Polsce (np. Kraków, Poznań, Trójmiasto, Warszawa), miasta duże (np. Częstochowa, Lublin, Szczecin), miasta średniej wielkości (np. Elbląg, Łomża, Siedlce), a także bardzo małe miejscowości (np. Turek, Bidziny, Granowo). Twórcy aplikacji nie zapominają także o stacjach usytuowanych przy ważnych węzłach komunikacyjnych i zjazdach z autostrad – tam również można odebrać zamówione wcześniej paliwo. Pełna lista punktów z usługą Tankuj24 jest dostępna na mapie w aplikacji lub w serwisie internetowym Tankuj24.pl



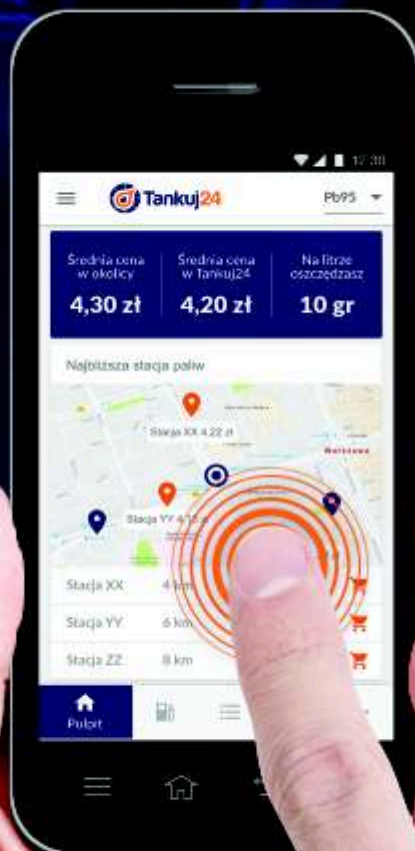
TANKUJ ZYSKI DO PEŁNA!

Dołącz do aplikacji Tankuj24:

- 📍 Sprzedawaj paliwo mobilnie
- 📍 Odkryj nowy kanał sprzedaży
- 📍 Pozyskaj nowych klientów
- 📍 Sprzedawaj więcej paliwa
- 📍 Zwiększaj obroty w sklepie



Aby dołączyć do aplikacji,
skontaktuj się z naszym handlowcem!
Lista adresów na stronie www.Tankuj24.pl





**ATRAKCYJNY
PROGRAM**

**OFERTY
RABATOWE**

**Najszybciej
rozwijające się
Targi Paliwowe
w Polsce**

**SZKOLENIA
I WARSZTATY**

**SPOTKANIA
BRANŻOWE**



Międzynarodowe Targi Paliwowe
**STACJA I BIZNES
PRZYSZŁOŚCI**

**26-27 września 2018 r.
Wrocław, Hala Stulecia**

**NAJWIĘKSZA
STREFA MYJNI
W POLSCE**

**STREFA
ELEKTRO-
MOBILNOŚCI**