

PETROL

... síla pro mobilitu

SPECIÁL: UNITI expo 2016



Kristína Félová

Podpora rozvoje biopaliv



ATRAKTIVNÍ EDICE

SoftCare Pro Classic Race



Rychlost, když ji potřebujete!
Krátké časy programů v mycí špičce.

PETROL
PARTNER

WashTec Cz

U Trati 48, 100 00 Praha 10
e-mail: washtec@washtec.cz
web: www.washtec.cz
tel.: 274 021 231

Thustá čára za minulostí

Veletrh UNITI expo ve Stuttgartu ukázal trendy vývoje moderních čerpacích stanic. Je potěšitelné, že i u nás celá řada provozovatelů značkových i nezávislých čerpacích stanic má motivaci nabídnout zákazníkům zaručenou kvalitu a prostředí pro nákupy na srovnatelné úrovni s evropskou špičkou. Investují do vývoje prémiových paliv, do technologií, aby zajistili maximální efektivitu provozu i vysokou úroveň bezpečnosti a ochrany životního prostředí, nákladně modernizují prodejny i exteriér svých čerpacích stanic, aby nabídli jejich návštěvníkům příjemnou atmosféru a komfort pro nákupy i odpočinek.

V Česku na rozdíl od ostatní „pumpařsky vyspělé“ Evropy ale existuje jeden fenomén, kdy komerčně úspěšné jsou i takové čerpací stanice, které nesplňují ani základní atributy současného moderního obchodu. Vděčí za to mnohdy až nesoudné snaze části českého národa nakoupit co nejlevněji bez ohledu na kvalitu a úroveň. Jedinou konkurenční výhodou těchto čerpacích stanic nevalné úrovně a pověsti je nízká cena pohonných hmot. Právě v této kategorii se Česko může „pochlubit“ v evropském měřítku naprostým unikátem v podobě sítě čerpacích stanic Tank ONO. Ta každoročně vykazuje na necelé čtyřicítce svých stanic srovnatelné tržby jako Unipetrol, jehož síť Benzina čítá na čtyři stovky benzínových pump. Jde o naprosto ojedinělý hospodářský zázrak? Proč se ve snaze převzít alespoň drobný zlomek know-how tak úspěšného konceptu nesjíždí k Tank ONO provozovatelé čerpacích stanic z celé Evropy?

Nedávno majitel Tank ONO Petr Ondra v České televizi potvrdil, že přes 98 procent dodávek benzínu a nafty zabezpečuje pro jeho síť Unipetrol na základě dlouhodobého kontraktu. Tank ONO díky své strategii extrémně nízkých cen historicky mnohdy za hranicí seriózní reality řadí nejen odborníci z branže na první místo mezi ultradiskontní společnosti, které dlouhodobě narušují tržní prostředí v českém retailu čerpacích stanic. V současnosti Tank ONO jako velký obchodní partner Unipetrolu konečně získal punc serióznosti, avšak jeho obchodní strategie založená na cenovém

dumpingu a permanentním vyvolávání cenových válek dostává poněkud jiný rozměr. Pozitivní je však zjištění, že i u nás roste segment zákazníků, kteří dávají přednost nákupu kvalitního zboží a služeb v příjemném prostředí za odpovídající ceny.

Tomáš Mikšovský






5



38



22



44



66

Editorial

- 1 Tlustá čára za minulostí

Události

- 4 Čeští studenti vyhráli soutěž společnosti MOL
4 Lukoil Aviation Czech dostal pokutu přes 27 milionů korun
4 Třetina Čechů věří věrnostním programům čerpacích stanic
5 OMV začala nabízet benzin MaxxMotion 100plus
5 V Ománu zvažují prodej benzinu s oktanovým číslem 92
6 Vláda vrací zelenou naftu
6 Total dodává oleje automobilkám Kia a Aston Martin
6 Unipetrol a Mero se konečně dohodly na přepravních tarifech
6 MOL slaví výročí. Před rokem otevřel v Česku první čerpací stanici
7 Unipetrol poprvé po 9 letech vyplatí dividendu
8 Partnerský den Unipetrolu RPA

Rozhovor a polemika

- 10 „Chceme být první volbou pro zákazníka“

Čerpací stanice měsíce

- 14 Ve Vyškově MOL ověřuje nový koncept prémiových čerpacích stanic
18 Čerpací stanice kladenského zmrzlinového krále

UNITI expo 2016

- 22 Největší v Evropě?
24 Přehlídka kompletní technologické špičky přesahující hranice Evropy
30 High-tech výdejní technika se stoletou tradicí
31 Informace z čerpací stanice v mobilu či tabletu
32 LCD zobrazovače se vrací
34 Úspěch unikátní technologie ETK revitalizace nádrží plastovými vložkami

- 35 Koncept multimediálního stojanu Wayne nové generace
36 Velká expozice a nové stojany na alternativní paliva
37 Žhavé novinky pro distributory paliv
38 Zdroje (alternativní) tu jsou... třeba vodík!
40 Obchod čerpací stanice disponuje největším obchodním potenciálem

Trh, ropa, produkty

- 44 Rafinerie v Kralupech bude odstavena minimálně na čtvrt roku
46 Negativní vliv legislativy EU na konkurenceschopnost rafinérií
48 Univerzální chladicí kapalina neexistuje
50 Kvalita aditivovaných paliv Unipetrolu RPA

Alternativa

- 52 Biopaliva první generace budou na trhu i po roce 2020
56 Limity udržitelnosti bez podpory biopaliv nelze splnit

Technika a provoz

- 60 UTA vstupuje na český trh
62 Bude EET fungovat na čerpacích stanicích?

Mytí a servis

- 64 Úspěšné sloučení dvou nesmiřitelných konkurentů
66 Bez vlastní myčky to dnes nejde

Shop a gastro

- 70 Pivo chutná zvlášť na cestách
72 Zmrzlina na pumpách: vede impuls

Poradenský servis

- 76 Supermarket na čerpací stanici: ano, či ne?

PETROLpartner

Máte čerpací stanici. Máte zákazníky?

PETROL
PARTNER

Pro byznys je důležitá vzájemná důvěra:

ČEPRO představuje Certifikovaný velkoobchod ČEPRO – systém, který se zaručí za Vaše kvality.

První program na trhu určený pro majitele čerpacích stanic, který zahrnuje sledování kvality a kvantity PHM od jejich příjmu a výdeje na terminálu Čepra přes přepravu cisternami až po jejich prodej na čerpací stanici.



CHCETE?

- mít dodávky PHM na Vaši čerpací stanici pod kontrolou?
- prodávat PHM s garantovanou kvalitou a získat na ně nové zákazníky?
- chcete získat Pečeť kvality za výhodnou cenu?

NEHCETE?

- platit drahé pojištění pro případy, že u Vás zákazník natankuje nekvalitní palivo?
- mít obavy, že dostanete od ČOI pokutu za nejakostní PHM?
- přijít o dobrou pověst mezi zákazníky?

Certifikovaný velkoobchod ČEPRO

- garantované dodávky kvalitních PHM s prokázaným původem
- online sledování stavu dodávky
- získání pečeti „Certifikovaný velkoobchod ČEPRO“ a Pečeti kvality od společnosti SGS
- možnost využití logistického modelu Čepra
- legislativní a daňové poradenství od Čepra
- marketingový potenciál pro získání nových zákazníků

VYUŽIJTE NABÍDKU ČEPRA!

- Kontaktujte Vašeho obchodního zástupce, nebo volejte: 221 968 175, 221 968 270, nebo napište: info@certifikovanyvelkoobchod.cz



www.ceproas.cz

Čeští studenti vyhráli soutěž společnosti MOL

Finále 10. ročníku mezinárodní studentské soutěže FRESHHH se letos poprvé uskutečnilo v Praze. Do finále postoupilo pět týmů z České republiky, Slovinska, Maďarska a Pákistánu. Soutěž spočívající v budování ropné společnosti vyhrálo české trio, nejlepší týmy získaly odměnu ve výši 25 tisíc eur. Český tým byl složen ze studentů CERGE-EI a ČVUT. Jeho členkou byla i jediná žena mezi všemi finalisty. Všichni tři čeští finalisté – Thuy Linh Do, Marek Rakowski a Jakub Kuba – měli z úspěchu v mezinárodní soutěži obrovskou radost. „Moc si to vítězství užívá-

me. Letos byly všechny týmy velmi silné. Bylo důležité, že jsme tým složený z lidí s různým vzděláním i odborností, to byl klíč k našemu úspěchu," řekla zástupkyně něžného pohlaví v českém týmu Thuy Linh Do. FRESHHH je mezinárodní online studentská soutěž, ve které mají nejtalentovanější studenti možnost prokázat své znalosti prostřednictvím týmové práce na řadě úkolů. V průběhu prvního například studenti budovali virtuální ropnou společnost, kdy museli dělat řadu technických a strategických rozhodnutí.

Lukoil Aviation Czech dostal pokutu přes 27 milionů korun

Odvolací soud rozhodl, že firma Lukoil Aviation Czech, jejímž jednatelem byl až do likvidace firmy prezidentův poradce Martin Nejedlý, musí zaplatit Státní správě hmotných rezerv 27,7 mil. korun. Spor se datuje do roku 2009, kdy firma, která patřila společnosti Lukoil, uzavřela s SSHR smlouvu o obměně zásob leteckého petroleje. Jenže za petrolej v hodnotě 275,6 mil. korun vrátila sotva polovinu, což zástupce SSHR sankcionovali pokutou, kterou se však Lukoil zdráhal zapla-

tit. Důvodem byla skutečnost, že tím nikomu nevznikla žádná škoda. To sice byla pravda, ale pokuta pramenila z uzavřené smlouvy, takže byla oprávněná. Spor se táhl několik let, až vznikla možnost promlčení nároku, ale naštěstí ani toto nemohlo být uplatněno, neboť stát žalobu podal až v roce 2014. Nejedlý již prý pokutu zaplatil, a tak prý podle prezidenta Zemana není důvod, aby nemohl být nadále jeho poradcem.

Třetina Čechů věří věrnostním programům čerpacích stanic



Podle průzkumu společnosti Shell, který provedla ve spolupráci s agenturou STEM/MARK, jsou věrnostní programy značek mezi zákazníky v České republice stále velmi oblíbené. Češi podle této studie vlastní v průměru čtyři karty patřící různým věrnostním programům. Za smysluplné je považují dvě třetiny respondentů, za svou věrnost oceňují nejvíce slevy na zboží a služby. Z výsledků průzkumu také vyplynulo, Češi vlastní hlavně karty velkých obchodních řetězců, třetina dotazovaných ale považuje za výhodné i karty vydávané řetězci čerpacích stanic. Prim v tomto ohledu hraje Shell. Nejčteněji uváděné důvody, jež přimějí zákazníky do věrnostního programu vstoupit, jsou přímé materiální výhody. Celých 92 % respondentů preferuje ocenění za důvěru značce prostřednictvím slevy a zvýhodněných podmínek pro získání určité služby nebo zboží.



OMV začala nabízet benzin MaxxMotion 100plus



Společnost OMV uvedla v České republice na trh zbrusu nové palivo OMV MaxxMotion 100plus. Nový benzin dosahuje nejvyššího možného hodnocení kvality, neboť splňuje podmínky kategorie 5 Světové palivové charty (Worldwide Fuel Charter). Nový benzin by měl zlepšovat výkon a zajišťovat optimální funkčnost a životnost motorů. „OMV MaxxMotion 100plus umožňuje vyšší výkon motoru, jakož i výraznější zrychlení,“ vysvětluje Nikolaj Schubert, vedoucí oddělení inovací a rozvoje OMV. Aditiva zabraňují tvorbě koroze v částech motoru, v systému vstří-

kování paliva a v palivové nádrži. Stávající usazeniny jsou ze sacích ventilů účinně odstraňovány, což prodlužuje životnost a maximalizuje výkon motoru. Nové palivo se vyrábí v rafinérii OMV v rakouském Schwechatu a dosud jej mohli tankovat řidiči v Rakousku a Německu. V České republice, na Slovensku a v Maďarsku byl jeho prodej zahájen v červnu. Na podporu nového paliva je spuštěna mezinárodní marketingová kampaň, v ČR navíc paliva MaxxMotion získala nového ambasadora, kterým je Pavel Turek, expert na tematiku Formule 1.

Krátce

Novým předsedou dozorčí rady Unipetrolu je od dubna 67letý Wojciech Jasiński, předseda představenstva společnosti PKN Orlen. Nahradil Jacka Krawiece, který byl odvolán v prosinci. Dalším novým členem dozorčí rady se stal Zbigniew Leszczyński. Dozorčí rada Unipetrolu má devět členů. Jejimi členy jsou například někdejší ministr financí Ivan Kočárník nebo předseda Odborového svazu ECHO Zdeněk Černý.

Francoouzská ropná společnost Total se dohodla na získání akcií společnosti Saft, která vyvíjí a vyrábí baterie pro průmyslovou infrastrukturu, civilní i vojenský sektor a věnuje se také skladování elektrické energie u dopravních a telekomunikačních společností. Ve snaze dále rozvíjet podnikání v oblasti obnovitelné energie by měl Total zaplatit 36,50 eur za všechny vydané a neaplacené akcie Saft, dohromady jde o částku 950 milionů eur.

Novým ředitelem společnosti Shell Česká republika se od června stal 43letý Pavel Los, který v této funkci střídá Petra Pražského. Ten přechází na plný úvazek do vedení provozu čerpacích stanic Shell ve střední a východní Evropě, zatímco Los se stává předsedou představenstva společnosti.

České dráhy poptávají motorovou naftu pro provoz svých diesellových lokomotiv. Celkem státní dopravce očekává v období od začátku června 2017 do konce května 2020 odběr až 213 milionů litrů nafty. Hodnotu zakázky dopravce předběžně stanovil na šest miliard korun. Naftu pro České dráhy dlouhodobě dodává společnost Unipetrol, která s dopravcem spolupracuje od roku 2011.

V Ománu zvažují prodej benzinu s oktanovým číslem 92



Státní Rafinerie Oman Oil a Petroleum Industries Company zvažují zavedení paliva N92, což by měl být bezolovnatý benzin s oktanovým číslem 92, který bude kvalitou i cenou někde mezi benziny N90 a N95. Podle představitelů firmy by palivo N92 mělo přinést lepší výnosy, protože je levnější než N95 a pro mnoho motoristů dostačující, takže by po něm měla být velká poptávka. Problém ovšem není s výrobou, ale s infrastrukturou a distribucí čtvrtého druhu benzinu, protože současné čerpací stanice nemají kapacitu na čtyři druhy paliva.

Vláda vrací zelenou naftu



Vláda schválila slíbené znovuzavedení daňové úlevy pro zemědělce, které se říká zelená nafta. Nově by měli dostat z 1000 litrů nafty celkem 4 380 Kč, zákon platí zpětně od 1. ledna 2016. Návrh novely zákona o spotřebních daních předložil Andrej Babiš, který se kvůli střetu zájmů zdrží hlasování v parlamentu. Pokud schvalovací proces proběhne v termínu, měla by daňová úleva platit od července. Státní pokladna tím ročně přijde asi o 385 milionů korun, o peníze by si podle odhadu ministerstva zemědělství mělo zažádat asi 1000 subjektů. Vratku budou nově moci uplatnit zemědělci či plemenáři, kteří se zabývají živočišnou výrobou, a nárok na její uplatnění mají také vinaři, ovocnáři či pěstitelé zeleniny, kteří dostanou 40 % daně u motorové nafty a 57 % u bionafty. Podle ministra Jurečky pomůže zelená nafta stabilizaci pracovních míst na venkově.

Total dodává oleje automobilkám Kia a Aston Martin

Automobilka Kia a společnost Total Lubrifiants obnovily strategickou dohodu o partnerství. Po následujících pět let zůstane Total přednostním dodavatelem maziva poprodejních služeb pro Kia Motors Corporation. Automobilová maziva Total budou dostupná zákazníkům v celé servisní síti Kia, která čítá okolo 5 500 dealerů ve 180 zemích světa. V síti Kia budou dostupné

všechny motorové oleje Total Quartz. Vedle toho oznámil Total nové partnerství na roky 2016–2017 také s automobilkou Aston Martin. Součástí dohody je také podpora závodního týmu Aston Martin Racing v seriálu FIA World Endurance Championship (WEC). Díky tomu mohou pracovníci Totalu celé dva roky zkoumat další možnosti využití produktů Total Excellium.

MOL slaví výročí. Před rokem otevřel v Česku první čerpací stanici



Začátkem května oslavili u společnosti MOL první výročí od představení své první čerpací stanice v České republice, aktuálně se do bílo-zeleno-červených barev převléklo již okolo 160 pump. Úspěšně tak pokračuje rebranding čerpacích stanic Agip, který bude dokončen během letních měsíců. Síť čerpacích stanic MOL se sjednotí pod značky MOL a Pap Oil v druhé polovině letošního roku. „Držíme tempo přibližně čtyř nových čerpacích stanic týdně. Současně s tím samozřejmě stále probíhají i úpravy vybraných čerpacích stanic do nového konceptu Fresh Corner,“ uvedl Radim Špůrek, ředitel maloobchodu MOL v ČR.

Unipetrol a Mero se konečně dohodly na přepravních tarifech

Česká rafinérská a firma Mero se konečně dohodly na přepravních tarifech, což bylo upraveno dodatkem k již platné smlouvě o poskytování služeb úschovy a přepravy ropy, kterou představitelé obou firem podepsali na začátku letošního roku. Smlouva byla uzavřena na dobu neurčitou. „Dohoda o výši tarifů je důležitou tečkou za dlouhými jednáními spojenými s nastavením standardního smluvního vztahu mezi



oběma společnostmi,“ řekl k tomu generální ředitel společnosti Mero Stanislav Bruna. „Podepsaný dodatek je součástí širší dohody a posiluje surovinovou bezpečnost tuzemské ekonomiky,“ dodal k tomu generální ředitel Unipetrolu Marek Świtajewski. Kromě tohoto dodatku podepsali zástupci obou firem také smlouvu o obstarání přepravy ropy ropovodem TAL, ve které je Mero zprostředkovatelem.

Unipetrol poprvé po 9 letech vyplatí dividendu

Unipetrol chce poprvé od roku 2007 vyplatit dividendu. Mezi akcionáři to ale velké nadšení nevyvolává. Především finanční skupina J&T, která chce mnohem více než 5,52 koruny na jednu akcii, kterou před valnou hromadou navrholo vedení firmy v čele s generálním ředitelem Markem Świtajewským. Ta proběhla mimořádně dramaticky a možná nebyla letos poslední.

Unipetrol měl loni rekordní čistý konsolidovaný zisk sedm miliard korun. Management firmy chce na výplatu dividendy dát miliardu korun, další 1,14 miliardy pak hodlá převést do nerozděleného zisku. V největší chemické firmě v Česku, která provozuje tuzemské rafinerie v Litvínově a Kralupech nad Vltavou, má od roku 2005 většinový podíl 63 procent polský koncern PKN Orlen. Necelou čtvrtinu akcií vlastní skupina J&T. Ta žádá výplatu 15 korun na jednu akcii před zdaněním. Podle analytiků má společnost na účtech čistou hotovost přes 9,5 miliardy korun, což je asi 53 korun na akcii, takže dividendu mohla být mnohem vyšší. J&T kritizuje polské majitele, že Unipetrol využívají ve prospěch mateřské společnosti a nechovají se k firmě jako

řádní hospodáři. Skupina nevylučuje ani možnost podání žaloby. Vedení Unipetrolu je ale opatrné, protože v předchozích pěti letech byla firma ve ztrátě. Připomíná i nedávné havárie v obou rafineriích a také investice, kdy jen stavba nové polyetylenové jednotky v litvínovském Záluží vyjde na 8,5 miliardy korun.

Protesty proti koupi neratovické Spolany

Další velké emoce vyvolala na valné hromadě Unipetrolu koupe Spolany Neratovice za milion eur. Prodejcem byl totiž chemický koncern Anwil, který jako Unipetrol patří státnímu koncernu PKN Orlen. Menšinové akcionáři si myslí, že mateřská firma na český Unipetrol jen přehodila odpovědnost za ekologické zátěže a nutnost investic do nových technologií. „Nákup vysoce ztrátové a technologicky zastaralé společnosti s ekologickou zátěží se mi jeví za sebestmýslivou cenu jako krajně nevýhodný“, uvedl Tomáš Hájek, jeden ze zástupců menšinových akcionářů. K tomu generální ředitel Marek Świ-

tajewski na valné hromadě připustil, že Spolana bude potřebovat investice. Jejich výši ale označil za obchodní tajemství. „Budeme realizovat projekty v oblasti údržby a investice do rozvoje, abychom posílili a zlepšili provoz Spolany.“ Podle vyjádření mluvčího Unipetrolu Mikuláše Dudy dává koupe Spolany ekonomický smysl, protože zlepšuje vyjednávací pozici Unipetrolu na českém trhu s etylenem. Analytici ale jsou k návratu neratovické chemičky pod křídla Unipetrolu skeptičtější. Spolana totiž generuje poslední roky velké ztráty, které dosud nesli akcionáři PKN Orlen, a nyní se to rozšíří i na akcionáře Unipetrolu. Loňská ztráta Spolany byla například 115 milionů korun, předtím dokonce 1,2 miliardy. Anwil prý chtěl prodat Spolanu už v roce 2011, ale v té době o ni nikdo neprojevil zájem. Pokud by měla být výroba ve Spolaně efektivní, je třeba do ní investovat, k čemuž se mohou hodit volné prostředky, a díky tomu by opět nedošlo k výplatě dividend. A to se právě nelíbí zástupcům finanční skupiny J&T, která kvůli tomu plánuje svolat mimořádnou valnou hromadu.

MONTI

MONTI SYSTEMS s.r.o. Příkop 843/4 602 00 Brno

Provozovna: Nad Zámkem 1072, 674 01 Třebíč

t: 420 568 421 280, f: 420 568 421 280, e: info@monti.cz

www.monti.cz

SPOLEČNOST MONTI UVÁDÍ NA TRH SOFTWARE PRO ŘÍZENÍ SERVISU A REVIZÍ ČERPACÍCH STANIC

Je součástí nyní již šesté generace systému M CONTROL

Servis, periodické prohlídky a revize stanic tvoří jednu z největších položek celkových nákladů na provoz stanic. Současně však také jednu z největších možností kde šetřit. To umožňuje právě modul SERVIS STANIC.



MODUL SERVIS STANIC UMOŽŇUJE ŘÍDIT CELÝ PROCES ŘEŠENÍ ZÁVADY OD HLÁŠENÍ PO FAKTURACI, A TÍM MÍT POD KONTROLOU ČAS, NÁKLADY A KVALITU PROVEDENÍ OPRAVY

- dispečink servisu lze sdílet s jednotlivými dodavateli (pokud nemají systém pro řízení servisu), popřípadě se dají sdílet jednotlivé „události“ (events, tickets) v systémech řízení servisu u dodavatelů
- přiřazení závady k zařízení umožňuje sledovat frekvenci závad a náklady servisu na jednotlivé části nebo klíčová zařízení, monitoruje se i jejich pořízení, záruční doba a stáří
- stejný princip je využit k vytváření plánu revizí a kontrole jejich plnění
- novinkou je i neustále updatovaný seznam povinností plynoucích z novel zákonů a norem

PETROL
PARTNER

Unipetrol RPA

Partnerský den Unipetrolu RPA

Jihomoravská destinace Kraví Hora u Bořetic se stala koncem dubna místem tradičního setkání provozovatelů partnerských čerpacích stanic Unipetrolu RPA.



Stovka účastníků

Letošní ročník navázal úspěšně na všechny předchozí především v celkovém počtu účastníků setkání. Zástupců partnerů Unipetrolu RPA se na Jižní Moravu sjelo na 100 z celého území ČR i ze Slovenska, kde rafinérská společnost zaujímá na velkoobchodním trhu významný podíl. Účast partnerů pak přesáhla 70% zastoupení partnerských čerpacích stanic Unipetrolu, kterých je v současnosti více než 120.

Odborné i společenské setkání

Letošní program setkání byl sestaven podle léty osvědčeného scénáře, který obsahoval tři programové bloky. Populárně-vědecká část na začátku setkání zavedla provozovatele čerpacích stanic na prohlídku prostoru těžby ropy a plynu Moravských naftových dolů v Uhřicích a Ždánici včetně návštěvy ropného terminálu v Kloboukách, odkud se černé zlato posléze dopravuje ropovodem Družba ke zpracování do českých rafinérií. Průvodcem dopolední exkurze byl jeden z našich nejpopulárnějších odborníků na těžbu ropy a plynu Stanislav Benada. Jeho mimořádně poutavý výklad plný technických i geologických zajímavostí je zárukou úspěchu.

Hlavní blok programu se odehrával v moderních konferenčních prostorách hotelu Kraví hora. V úvodní oficiální části současný ředitel Jaroslav Filip přivítal společně s početným týmem spolupracovníků Unipetrolu RPA všechny účastníky a pak se již na plné obrátky rozjel odborný seminář. S novinkami z trhu s pohonnými hmotami seznámil přítomné Václav Loula,

následoval exkurz do podstaty nových finančních a daňových předpisů (ing. Kottenová, GŘ) a důležitý průřez aktuálními nástrahami provozní legislativy čerpacích stanic (ing. Novák, Ekobena).

Třetí programový blok je neformálním setkáním, na kterém se všichni přítomní mohou nejen blíže seznámit, ale také konfrontovat své praktické zkušenosti s nově nabytými poznatky a vzájemně si utříbit názory na aktuální problematiku. Pořadatel letos připravil kromě pohoštění v moravském vinném sklípku také celou řadu zajímavých aktivit, od střelby lukem, kuší či foukačkou na cíl po celovečerní zábavu v mobilním kasinu se závěrečnou dražbou zajímavých cen za vyhrané žetony.

Partnerství – jistota a stabilita

Program Partnerských stanic Unipetrolu RPA historicky byl a je výrazným příspěvkem k procesu zvyšování čistoty a serióznosti trhu s pohonnými hmotami. Pro zákazníky jsou Partnerské čerpací stanice Unipetrolu důvěryhodnými a snadno identifikovatelnými partnery tvořícími seriózní segment prodejců kvalitních a řádně zdaněných pohonných hmot. Pro rafinérskou produkci Unipetrolu jsou partnerské čerpací stanice důležitým prodejním kanálem. Pro partnery a často i celé jejich rodiny je čerpací stanice součástí jejich života a partnerství s Unipetroleem pro ně znamená důležitou oporu, posilující jejich jistotu a stabilitu při podnikání na extrémně konkurenčním českém trhu.

■ PR Unipetrol RPA, Tomáš Mikšovský
FOTO: Tomáš Mikšovský, Unipetrol RPA

SHERON

motorista ví...



pevně
PET
lehké
recyklovatelné



PETROL
PARTNER

ČISTÍ... MYJE... FUNGUJE...

Kristína Félová



„Chceme být první volbou pro zákazníka“

S generální ředitelkou ropné a plynárenské skupiny MOL v České republice Kristínou Félovou jsme rozmlouvali nejen o attributech budování druhé nejpočetnější sítě čerpacích stanic u nás, ale i o zkušenostech ženy působící v tradičně „přemuznělém“ prostředí petrolejářské branže.

Čerpací stanice – orientace na zákazníka

Společnost MOL Česká republika provedla v poslední době nejmasivnější akvizici na trhu čerpacích stanic. Stávající českou síť stanic Slovnaftu jste v roce 2012 rozšířili o čerpací stanice PAP OIL, na sklonku roku

2014 jste akvírovali síť ruského Lukoilu a následně v létě 2015 síť Agip italské skupiny Eni. Jaký je důvod a cíle vaší expanze v Česku?

Důvody expanze jsou poměrně jednoduché a minimálně z mého pohledu logické. MOL se nikdy netajil tím, že chce být prvoligovým hráčem, a právě v regionu střední a východní

Evropy jím i je. My tento region považujeme za náš přirozený trh, na kterém působíme prostřednictvím našich hlavních aktivit, konkrétně rafineriemi, velkoobchodními aktivitami a čerpacími stanicemi. A v naší branži právě retail – síť čerpacích stanic – je tím bodem, kde jsme zákazníkovi nejbližší. Proto se snažíme neustále vnímat preference a potřeby zákazníků.

V České republice jsme co do počtu čerpacích stanic v současnosti druhou nejširší sítí s velmi jasnou ambicí stát se „první volbou“ zákazníka. Záměrně říkám první volbou, z mého pohledu je o mnoho důležitější to, do jaké míry se k vám zákazníci vrací, kolik a jak dokážete obsloužit zákazníků, než jen to, kolik máte čerpacích stanic.

Nyní stojíte před nelehkým úkolem konsolidovat několik sítí čerpacích stanic historicky různého stupně cenové, kvalitativní a výkonnostní úrovně.

Navzdory svým odlišnostem ty čtyři sítě určitě měly i společné rysy, a to především v tom, že každá se snažila poskytnout své zákaznické skupině, na kterou cílila, právě to „nej“. Když jsme začali ještě v průběhu přípravy akvizic přemýšlet o českém trhu, přijali jsme rozhodnutí, že na českém trhu budeme působit dvěma značkami, a to značkou MOL a značkou PAP OIL. PAP OIL je léta etablovanou značkou na českém trhu, která oslovuje především lokální zákazníky, zatímco MOL je minimálně pro český trh značkou zcela novou.

Rozdělení sítě není v tom, že na stanicích MOL bychom chtěli poskytovat zákazníkům lepší servis a na PAP OIL horší. Značku MOL vnímáme jako mezinárodní značku, kde chceme zákazníkovi poskytnout napříč celým regionem, kde působíme, srovnatelný servis a atmosféru. PAP OIL vnímáme spíše jako lokální značku, která má svoji silnou zákaznickou bázi, ve které já osobně vidím další potenciál pro rozvoj. Nyní jsme na začátku cesty a věřím tomu, že nejen na konci, ale už v polovině cesty dospějeme do bodu, že když přijde zákazník na kteroukoliv čerpací stanici MOL či PAP OIL, bude se cítit stejně příjemně a bude odcházet stejně spokojený.

Partneři – více prostoru pro péči o zákazníka

Čerpací stanice je stejně jako každý obchod především o lidech...

Já bych velmi chtěla zdůraznit jednu věc. Všechny naše plány a cíle by jen zůstaly na papíře bez spolupráce s provozovateli a obsluhou čerpacích stanic. Když akvírujete síť, provádíte „rebranding“ nebo i přestavujete vnitřek čerpacích stanic, měníte informační systémy, tak provozovatelé a obsluhující personál mohou mít, a musím říct, že právem, dojem, jakoby se na ně zapomnělo a jako kdyby ten „hardware“ byl důležitější. Já chci ujistit kolegy na čerpacích stanicích, že to tak vůbec není. My jsme potřebovali jistý čas na to, abychom ty „hardwarové“ záležitosti dostali alespoň na tu základní potřebnou úroveň. A další období je z mého pohledu klíčové pro nastartování intenzivní spolupráce a partnerství s provozovateli na čerpacích stanicích, abychom našli vhodný „modus operandi“, jakým způsobem z naší strany odkomunikovat a najít podporu pro naši strategii, a zase na druhé straně poskytnout pro její realizaci podporu nejen v podobě školení, ale vytvořit prostor pro sesbírání a prodiskutování jejich nápadů, návr-

hů, jelikož právě oni znají dokonale své zákazníky i zákaznickou bázi nejbližší konkurence. A já bych zdůraznila z naší strany zájem o partnerský přístup vůči provozovatelům čerpacích stanic a z druhé strany očekáváme skutečný podnikatelský přístup a prvotřídní péči o zákazníky.

MOL přistupuje k systému spolupráce s partnery, ve kterém partner sice i nadále figuruje jako podnikatelský subjekt se svými zaměstnanci, ale veškeré zboží, které dříve prodával na své IČO, je ve vlastnictví centrály. Někteří stávající nájemci mohou mít pocit, že se jejich role mění na takzvanou zaměstnaneckou agenturu...

To ale vůbec nevystihuje, jak se na to díváme my. Já vnímám provozovatele čerpací stanice jako partnera, kterému je svěřena čerpací stanice, aby ji provozoval tak, aby se tam zákazníci rádi vraceli. A to je z mého pohledu alfa a omega mise provozovatele. Jedním ze základních pilířů je určitě to, aby si partner vybral svůj správný tým, který by právě ten náš společný cíl být první volbou zákazníka dokázal realizovat. Za druhé, aby dokonale znal nejen ten svůj lokální trh, ve kterém působí, ale ještě více poznal své zákazníky, a dokázal to přenést k nám do centrály. Jen ten, kdo je podnikatel a má skutečný zájem o zákazníky, dokáže provozovat čerpací stanici, jakoby byla jeho, a je schopen dosáhnout maximální výsledek jak pro společnost, tak pro zákazníka a pro sebe a svůj tým. Z mého pohledu se ten vztah změnil hlavně v tom, že s novým systémem partner na čerpací stanici i jeho tým získává větší prostor pro péči o zákazníka.

Dříve bylo jedním z hlavních motivátorů nájemců čerpacích stanic vytvářet si prostřednictvím prodeje vlastního zboží zisk, ale v rámci nového systému dostává smluvní paušál. Jak motivujete partnera a jeho zaměstnance, aby podávali výkony, které si od nich slibujete?

Obdobným způsobem. Nadále jedním z klíčových, rozhodných faktorů pro to, kolik si provozovatel, partner čerpací stanice vydělá, je to, kolik prodá zboží, ať už palivového nebo nepalivového. To je jedna věc. Druhá věc – velmi intenzivně pracujeme na tom, abychom našli nejen pro partnera, ale i pro kolegy pracující jako obsluha na čerpací stanici ten správný motivační systém, který zabezpečí to, a omlouvám se, že se budu opakovat, že péče o zákazníka je to prvořadé. Věřím, že se nám podaří docílit toho, že kolegové budou chodit do práce ztotožnění s tím, že jejich úlohou je starat se o zákazníka a udělat mu krásný den.

Vstříc přáním zákazníků

Na českém velmi konkurenčním trhu existuje následující fenomén – ultradiskontní čerpací stanice, které prodávají pohonné hmoty za extrémně nízké ceny a cílí na velmi početnou část cenově senzitivních zákazníků. Znamená jejich působení potenciální riziko pro realizaci vaší obchodní a podnikatelské strategie?

Ano, je to fenomén. Když se podíváme na celý region střední a jihovýchodní Evropy, ve kterém působíme, tak je to opravdu silné specifikum českého trhu. Ale pokud bychom nebyli pevně přesvědčeni o tom, že na českém trhu existuje dostatečný potenciál mezi zákazníky, kteří hledají i něco jiného než jen nejnížší cenu, tak bychom ty akvizice zřejmě nerealizovali.

Jaký je váš typický zákazník v Česku?

Český zákazník je z mého pohledu hodně racionální. Je o hodně méně „tažený“ jen image značky, ale spíše jde po racionálních benefitech v rámci svého nákupu. Ale tu racionalitu vnímám v tom, že to není jen nejnížší cena, ale je to právě hodnota, kterou za určitou cenu získává. Pro někoho je důležité, že za dobrou cenu a kvalitní produkt sbírá věrnostní body, které potom může použít na produkty podle vlastního výběru anebo na produkty, které jsou exkluzivně dostupné jen v té síti. A pro někoho zase ne. Naším cílem není vnucovat zákazníkovi něco, o co nemá zájem. Věříme, že tato strategie bude tak silná, že nám dokáže zabezpečit, abychom byli první volbou pro zákazníka.

Myslíte si, že se struktura českých zákazníků pomalu mění ve prospěch těch, kteří před nízkou cenou ocení spíše kvalitu a vyšší úroveň?

Samozřejmě zákaznické průzkumy si děláme průběžně. Dělali jsme si je před vstupem anebo před rozšířením našeho působení na českém trhu, děláme si je průběžně, neboť zákaznické preference nejsou statické. Samozřejmě je skupina zákazníků, kteří jsou konzervativnější, a tím pádem se jejich preference mění pomaleji. Máme také zákazníky, jejichž preference se vyvíjejí poměrně rychle. A průzkumy nám potvrzují trend, že zákazník hledá hodnotu a hodnota se nerovná ceně. Pokud zákazník vnímá, že má pro něho cenu připlatit si za kvalitu, nadstandardní službu, tak to i udělá.

A jaké konkrétní trendy vám průzkumy ukázaly?

Pokud by průzkumy nepotvrzovaly, že český zákazník má zájem o kvalitní paliva a dokonce ➔

➔ i o prémiová paliva, pak bychom je nezačali nabízet. Dále nám průzkumy potvrzují, že existují zákazníci, kteří na čerpací stanici zajíždějí výlučně za účelem tankování. Naopak stále větší skupina zákazníků očekává od čerpací stanice více než jen načerpání paliva. Absolutním základem a samozřejmostí je dnes kvalitní káva. Dalším trendem, který jsme odpozorovali, je hodnota času. Zákazníci si chtějí na jednom místě pořídit co nejvíce věcí a takto ušetřit čas. Proto naši vizí je mít ještě více čerpacích stanic jako na Vyškově, kde ve velmi příjemné atmosféře můžete nejen nakoupit, ale i příjemně strávit čas, nabít si telefon nebo zasurfovat si na internetu díky bezplatné wifi.

Žena v „přemužnělém“ prostředí

Vaši profesionální kariéru jste začala v rádiu Twist, které bylo ve své době proslulé odvahou svých redaktorů, pak jste přešla na druhou stranu a pracovala jako mluvčí společnosti Slovnaft, posléze jste opustila svět komunikace a pracovala jako produktová manažerka, zanedlouho jste řídila byznys palivových karet MOL v Evropě, posléze jste se stala strategickým manažerem a řídila akvizici Lukoilu a Agipu a dnes jste generální ředitelkou MOL České republika. Jak jste se vyrovnávala s přeskakováním z jednoho velmi odlišného oboru do úplně jiného?

Zajímavé na tom je, že jsem to jako „přeskakování“ nikdy nevnímala. Já jsem člověk, kterého silně motivují nové výzvy, ale samozřejmě výzvy takové, které jsou nejen o tom, že člověk něco začne a hned skončí, ale prostě výzva „jdu do toho naplno“, položím výsledek na stůl a jdu dále. Z mého pohledu jsem to vnímala jako velmi zajímavou trajektorii učení se, kde mi každá pozice nebo práce přidala něco, co jsem uměla v té další velmi efektivně zužitkovat.

Při změně pozic jste se hlásila do konkurzů, nebo jste využila nabídek na základě pracovních výsledků, kterých jste dosáhla?

To bylo přesně tak, že vždy někdo v rámci naší skupiny přišel za mnou: „Tady jsi to zvládla, máš pěkné výsledky, neměla bys chuť vyzkoušet si něco jiného?“ A musím říct upřímně, byly i nabídky, které jsem odmítla. Ale tam, kde jsem se mohla něco nového naučit a rozšířit si obzor a zároveň dodat něco nového v té dané oblasti a přispět k úspěchu firmy, tak jsem většinou řekla ano. A tedy musím říct, že obzvláště zajímavé období byly „palivové karty“, kde jsem měla na starosti 11 zemí v rámci skupiny MOL, a potom samozřejmě ony strategické akvizice Agip

Kristína Félová

vystudovala Ekonomickou univerzitu v Bratislavě se zaměřením na zahraniční obchod a následně MBA v anglickém Birminghamu. Pracovní kariéru odstartovala v tiskové agentuře a rádiu Twist. Ve skupině MOL pracuje od roku 2003, kde začala v pozici mluvčí společnosti SLOVNAFT, později jako ředitelka korporátní komunikace. V roce 2009 přešla do divize Downstream jako generální ředitelka společnosti MOL Slovensko a později jako produktová ředitelka společnosti Slovnaft. Ve skupině MOL vedla od roku 2011 divizi palivových karet a byla odpovědná za kartový byznys v 11 zemích. Od července 2014 nastoupila na pozici projektového manažera pro strategické akvizice Skupiny MOL a vedla integraci společnosti Lukoil a ENI do Skupiny MOL. Ve funkci generální ředitelky a jednatelky ropné a plynárenské skupiny MOL v České republice je od 1. září 2015.

a Lukoil ve třech zemích. Ty mi otevřely úplně nové perspektivy a byly zajímavé i tím, že jsem pracovala s velkými týmy v daných lokálních zemích.

Je pro mě skutečnou výzvou spolu se svým týmem ze čtyř firemních kultur vytvořit takovou jednotnou firemní kulturu, ve které každý si najde něco, kvůli čemu se mu tu bude stále líbit – a nebude po určitém čase říkat: „Lépe bylo v Agipu nebo v Lukoilu a nebo v PAPOILu“.

Když se objeví žena v silně mužském prostředí, kterým bezesporu petrolejářský sektor je, mají přítomní muži tendenci minimálně zpočátku ji podceňovat.

Máte pravdu v tom, že toto odvětví je velmi silně muži zastoupené. Nikdy jsem ale nezpochybovala, že bych přišla na nějaký mítink a přítomní kolegové by se na mě dívali s nějakým despektem. Naštěstí mám kolegy, kteří se dívali spíš na to, co člověk umí, a neřešili to, odkud pochází, zda jde o ženu nebo muže. Řeknu upřímně, že mi v tom velmi pomohlo působení v rádiu Twist, kde jsem dobře uměla zvládnout i poměrně náročné respondenty. Když jsem nastupovala do Slovnaftu, moji kolegové mě už znali a věděli, že nejsem žádná květinka a že jsem vyrovnaným soupeřem pro jakoukoliv aktivitu.

Pokud chce žena uspět v převážně mužském kolektivu, musí se mužskému prostředí do jisté míry přizpůsobit, aby se prosadila...

Já na sobě vnímám to, že právě působením v tom „přemužnělém“ kolektivu, jsem se trochu, možná na škodu věci, posunula i já blíž do toho mužského světa, mužského myšlení. To se projevuje především tak, že jsem začala podstatně méně používat svoji intuici, která je silnější doménou pro dámy než pro pány, a musím říci, že někdy je to na škodu věci. Momentálně je mojí velkou snahou více se navrátit k naslouchání své vlastní intuici.

Myslíte, že na ženu jsou v typicky mužských oborech kladeny poněkud vyšší nároky, zatímco muži jsou v některých ohledech k sobě navzájem benevolentnější?

To je pravda. V některých situacích se od žen

očekává právě překonání „handicapu“ či obecného předpokladu: jestliže nejste v té dané situaci muž, tak jako žena musíte vědět víc. Dámy, které znám a které působí na podobných, ale i nižších pozicích, se s touto situací dokážou poměrně dobře vyrovnat. Vědí, že musí být na 100 % připravené, i když panu kolegovi postačí 95 %.

Dá se skloubit rodina a domácnost s časově i psychicky náročnou pozicí generální ředitelky velké společnosti?

Já si vůbec nemyslím, že mám z hlediska skloubení rodinného a pracovního života jinou anebo náročnější nebo komplexnější úlohu než mají dámy, které možná nepůsobí v manažerské pozici. Já si myslím, že to hodně závisí od toho, jak to máte doma nastavené, jak máte zorganizované rozdělení úkolů v rámci domácnosti. Já osobně věřím absolutně v „genderovou“ vyrovnanost, jak v práci, tak i doma. Je to skutečně v partnerském přístupu a velmi málo domácích prací mám zatříděných v kategorii „ženské práce“. Já si myslím, že v domácnosti přece žije celá rodina a mělo by být zájmem celé rodiny, aby domácnost fungovala, aby lednička byla plná, aby bylo uklizeno, aby děti chodily každý den do školy naučené atd. Já nevnímám svět polarizovaně jako žensko-mužský. V rodině to musí být o partnerském přístupu a ne o tom, že jeden je zadavatel a druhý ten, kdo to zabezpečuje. V tomto směru si doma nemám na co stěžovat.

Dokážete si udělat čas i sama na sebe, na své koníčky, na relaxaci?

Snažím se najít si nějaký čas i pro sebe už jen proto, že pro duševní zdraví a pro výkon, který se očekává, je to nesmírně důležité. Velmi ráda a cíleně jsem si vybírala v Praze bydlení podle toho, aby byl v blízkosti park, ve kterém mohu ve svém volném čase běhat. Moje vášeň je cestování a velmi ráda se učím cizí jazyky. Nyní jsem se pustila do italštiny. To vše mi dodává potřebnou energii pro práci.

■ AUTOR: S Kristínou Félovou
rozhmlouval Tomáš Mikšovský
FOTO: MOL



EASY RUNNING

Váš partner pro maziva

Your partner for lubricants

www.classic-oil.cz



ENJOY!



CLASSIC Oil® s.r.o., Oty Peška 343, Kladno
Česká republika

CLASSIC
Made in Germany

KVĚTEN - MOL Vyškov u Brna

Ve Vyškově MOL ověřuje nový koncept prémiových čerpacích stanic



Po cestě po páteřní české dálnici D1 z Ostravy třicet kilometrů před Brnem láká motoristy nově rekonstruovaná čerpací stanice MOL k tankování aditivovaných a prémiových paliv. K tomu nabízí občerstvení či odpočinek ve zcela nové prodejně Fresh Corner.

Změna sortimentu paliv

V lavinovém rebrandingu benzinových pump Lukoil či Agip je stanice ve Vyškově tak trochu výjimkou. Prošla totiž nejen důkladnou rekonstrukcí výdejní plochy, ale českému zákazníkovi navíc premiérově představila nový korporátní koncept shopu Fresh Corner.

Na frekventované odpočívce dálnice D1 vybuodovala čerpací stanici JET již v roce 1997 společnost Conoco-Phillips, která následně v roce 2000 na místě malinkého kiosku po-

stavila svůj první velkoprostorový shop Jiffi v Česku. Po odchodu Američanů ze středoevropského trhu prošla stanice pouze rebrandingem do barev nového majitele – ruského Lukoilu. Rozsáhlou rekonstrukci prodělala čerpací stanice začátkem pololetí minulého roku. Kromě nového totému, atik přestřešení a designových prvků ve standardu MOL byly na výdejní plochu osazeny zcela nové multiproduktové výdejní stojany pro výdej paliv, jež na každé refyži nadstandardně doplňují solitérní

stojany pro výdej kapaliny do ostřikovačů. Dojem trochu kazí starý nátěr podhledu přestřešení, na kterém zůstaly stopy po odstraněných světidlech při jejich náhradě za LED.

První velkou změnou je pro zákazníky nabídka paliv. Po dlouhých letech, kdy si na tomto místě navykli na nabídku pouze základního sortimentu paliv benzinu a nafty (Lukoil i JET vyznávali diskontní cenovou strategii), se MOL rozhodl jít cestou vysoké kvality a nabízí zde výhradně paliva aditivovaná, respektive prémiová. Účinnou pomocí při tankování je pro nerozhodné zákazníky bezesporu nový standard společnosti – pracovník venkovní obsluhy. Zákazníci nejenže neznají paliva značky EVO, ale často si pletou aditivaci s příměsí biosložek. A tak je „placař“ prakticky neustále v jednom kole a ochotně vysvětluje přínosy moderních sofistikovaných paliv zákazníkům. ➔



Fresh Corner navozuje příjemnou atmosféru

➤ Druhou a velmi citelnou změnou je nový shop, ve kterém byly v podstatě na původním půdorysu rozšířeny veřejné obchodní prostory. Moderní interiér prodejny navozuje velmi pozitivní a příjemné pocity u všech návštěvníků. Nosnou kategorií nového konceptu obchodu pod názvem Fresh Corner je kvalitní káva, kterou si mohou zákazníci samostatně našenkovat do to-go kelímku u dvou supermoderních samoobslužných kávovarů nebo jím ji v bistru do skla či porcelánu připravit obsluha klasickým baristickým způsobem na pákovém automatu. Dalším pilířem obchodu jsou čerstvé bagety, které průběžně připravují dvě výhradně na tuto činnost specializované pracovnice. Nabídku pokrmů doplňuje pečivo z rozpeku a teplá kuchyně založená na klasických a nejžádanějších artiklech – párku v rohlíku a dvou druhích polévek.

S proměnou čerpací stanice z víceméně diskontní na prémiovou se mění i její klientela. Zatímco dříve stanici navštěvovali především zákazníci citliví na ceny, dnes se zde stále více zastavuje movitější klientela, která si dokáže za kvalitu a pohodlí připlatit. Drtivou

většinu zákaznické klientely tvoří tranzitující, jednotlivě pak místní klientela. Díky poloze na cestě si čerpací stanici oblíbili Poláci, kteří tudy cestují na jih. Nový shop s bistro a pohodlným posezením s odpovídající kapacitou přilákal rychle celé autobusy plné turistů. Po půl roce od uvedení do provozu jdou prodejce utěšeně nahoru a provozovatelé se těší na začínající letní sezónu. Poněkud zaskočení ale budou imobilní zákazníci, kteří budou chtít využít pro ně určené WC, které slouží personálu jako úklidová komora. Vzhledem k tomu, že každou noc je celá odpočívka doslova zatrasena odstavenými kamiony, je dalším tématem k zamyšlení pro provozovatele stanice poskytnout řidičům kamionů za poplatek minikoupelnu se sprchou, která se dnes stává obecným standardem.

Nový koncept čerpacích stanic MOL v roce 2015 pilotně ověřovaný ve Vyškově přináší zákazníkům nejen pohodlí, pohodu a příjemný zážitek z návštěvy, ale i některé nové trendy. Důležitý je pak výsledný komerční úspěch v podobě deklarovaného zvýšení obchodního výkonu.

■ AUTOR: Tomáš Mikšovský

FOTO: autor

Na slovíčko s nájemcem



Zdeněk Korec (1974)

Kdy jste se dostal k provozování čerpací stanice a co jste předtím dělal?

Mám vystudovanou střední hotelovou školu ve Velkém Meziříčí. Po vyučení jsem pracoval v několika restauracích, nějakou dobu jsem podnikal jako provozovatel taxislužby a v roce 1999 jsem začal pracovat jako obsluha této čerpací stanice ve Vyškově, ještě pod barvami JET. Po zhruba půl roce mi byla nabídnuta funkce zástupce vedoucího a vzápětí nato, když odcházel stávající nájemce čerpací stanice, jsem dostal nabídku na tuto pozici vedoucího.

Co vás na této práci nejvíc naplňovalo před těmi 15 lety, a co teď?

Já jsem vždy byl soutěživý typ a chtěl jsem, aby naše čerpací stanice poskytovala zákaznický servis na vysoké úrovni a byla jednou z nejlepších. Výsledky díky zpětné vazbě z centrály jsem měl, a to mě prostě žene dopředu. Čerpací stanice na D1 jsou jakousi „výstavní skříň“ České republiky, a já jsem vždycky chtěl patřit v porovnání s čerpacími stanicemi nejen v naší síti k absolutní špičce.

Máte nějaké osobní plány do budoucna?

Hlavně ať jsme zdraví. Co se týče stanice, rádi bychom zde měli CNG, ale nejbližší plynové vedení je bohužel vzdáleno přes 2 km, a tak to není možné. Tím, že zde rozjíždíme úplně nový koncept čerpacích stanic MOL a jsme „pilotním provozem“ pro Česko, všechny oči se upírají momentálně na nás, na prodeje a já jsem hrozně šťastný, že ta čísla jdou nahoru. Do budoucna si samozřejmě přeji, aby nám to vydrželo.

Čerpací stanice MOL Vyškov

Provozovatel: MOL Česká republika, s. r. o.

Provozní doba: nonstop

Nabídka produktů: Natural 95 s aditiv, EVO Natural 100, Diesel s aditiv, EVO DIESEL+, LPG, adBlue, SHERON - kapalina do ostřikovačů

Služby: Prodejna, bistro, kompresor, parkoviště

Počet zaměstnanců: Celkem 13 stálých, z toho 9 žen a 4 muži

Zaujalo nás (přednosti a pozitiva)

- Výdej kapaliny do ostřikovačů na každé refýži
- Aktivní obsluha na výdejní ploše
- Kapacita a úroveň prodeje kávy

Skryté rezervy

- Nátěr podhledu přestřešení není celistvý, stopy po demontáži původních svítidel
- WC pro osoby se sníženou schopností pohybu a orientace slouží personálu jako úklidová komora
- Sprcha/koupelna pro řidiče není k dispozici

Kvalitativní úroveň čerpací stanice byla ověřena komplexním hloubkovým auditem v rámci systému CONVENIENCE externí nezávislou specializovanou firmou TOMAS consulting. Audit zároveň potvrdil způsobilost nominace čerpací stanice měsíce do soutěže PETROLawards 15 v kategorii Čerpací stanice roku.





PETROL
PARTNER

TASTE THE FEELING™



VYCHUTNEJ SI
U GRILU



ČERVEN – TONY OIL Kladno

Čerpací stanice kladenského zmrzlinového krále



Jedním z trendů obchodu na čerpací stanici je i sezónní nabídka točené zmrzliny. Naopak originální zmrzlina vyrobená rodinnou firmou Václava Janečka podle vlastní receptury je na jejich nově otevřené čerpací stanici TONY OIL v Kladně tahounem prodeje.

Podle vlastních představ

Kladenský podnikatel Václav Janeček vlastnil pozemek s trojlodní halou v Kladně v Libušině ulici, v centru nově se rozvíjející obchodně průmyslové oblasti. Halu pronajímal firmě zabývající se servisem a tunin-govými úpravami vozidel. V dlouhodobém plánu ale bylo objekt s rozlehlým pozemkem efektivněji využít pro vlastní podnikání. Volba padla na čerpací stanici, a to i přesto, že nedaleko jsou hned dvě zavedené benzinové pumpy OMV a RobinOil.

Václav Janeček, přestože je v oboru distribuce nováčkem, si čerpací stanici postavil víceméně podle svých představ. Realizaci technologické části včetně přestřešení kompletně svěřil benešovské společnosti

BAEST a jejich profesionalitu dodnes nezapomene při jakékoliv příležitosti zmínit.

Jedna dílna stávajícího objektu byla přestavěna na prostorný shop se zázemím a sociálními prostorami. Do poměrně rozlehlé proluky od silnice byla vestavěna čerpací výdejní plocha s dvěma refýžemi krytými přestřešením, u které se v ostrůvku mezi silnicí a čerpací stanicí vypíná cenový totém. Vše je vyhotoveno v červené barvě. Přestože je čerpací stanice již skoro rok v provozu, stále se rozrůstá o další služby. V době naší návštěvy se spouštěl do provozu výdej LPG a protože volné plochy je stále k dispozici dostatek, v plánu do příštích dvou let je postupně vybudovat mycí centrum zahrnující myčku s boxy ručního mytí.

Čistě rodinný podnik

Čerpací stanice je doslova a do písmene rodinný podnik. Václav Janeček ji provozuje společně s celou svou rozvětvenou rodinou, bez jediného zaměstnance. Manželka, děti a další rodinní příslušníci společnými silami zvládají náročný provoz v klidu a pohodě. Hrdí rodiče dali čerpací stanici jméno po svém nejmladším synkovi – TONY OIL.

Doménou čerpací stanice je prodej točené zmrzliny, kterou Janečkovi vyrábějí dle vlastní receptury. Václav Janeček se rozhodl před osmi lety, že se pustí do zmrzlinové branže. Vsadil na originalitu, kvalitu a vysokou úroveň servisu zákazníkům. Každý rok cestuje do kolébky zmrzliny – Itálie na specializovaný zmrzlinářský veletrh. Za osm let se vypracoval v kladenského „Zmrzlinového krále“, jak ho nedávno tituloval místní deník. Z konkurence ani z handicapu nedostatku zkušeností nemá strach, stejně jako v případě startu zmrzlinového byznysu, dobře ví, že úspěch každého podnikání je především otázkou píle, poctivosti a vytrvalosti. ➔



Zmrzlina tahounem prodeje

➤ Prodej zmrzliny na čerpací stanici jasně vítězí, dveře se zde netrhnou. Zákazníci si rychle zvykli pro svou porci zmrzliny do oplatkového kornoutu či pravých italských misek nebo polystyrénových nádob pravidelně k čerpací stanici zajíždět. Také občerstvení jako panini, hot dog, klasické bagety a italská káva si rychle nachází své pravidelné klienty. Interiér čerpací stanice je blíže stylu cukrárny, kde opět převládá červená a bílá barva, typická pro italské zmrzlinárny. Na vysoké úrovni je pak poměrně velkoryse pojaté veřejné sociální zařízení. Z výsledků provedené-

ho Convenience Auditů vyplývá silný potenciál k efektivnějšímu prodeji v oblasti dispozičního uspořádání shopu, merchandisingu a category managementu, stejně tak i ve zbožíznalství a aktivní obchodní komunikaci personálu. Uvedené dovednosti se Janečkovi rozhodli doplnit a natrénovat v rámci odborného vzdělávacího programu Convenience. Mají na čem stavět, a to na velmi milém a vstřícném vztahu ke všem zákazníkům, a díky vysoké motivaci mají vysoké předpoklady posunout kvalitativní úroveň čerpací stanice ještě o jeden stupeň výš.

■ AUTOR: Tomáš Mikšovský

FOTO: autor

Na slovíčko s provozovatelem



Václav Janeček (1976)

Co vás vedlo k tomu, udělat v místě mezi dvěma zavedenými značkovými čerpacími stanicemi vlastní benzinovou pumpu?

Tady v průmyslové zóně mám halu, kterou pronajímám, a přemýšlel jsem, jak nejlépe okolní pozemek využít. Je hned vedle jedné z hlavních příjezdových silnic do města. Přestože jsou v sousedství čerpací stanice velkých sítí, my se jejich konkurence nebojíme. Cenou pohonných hmot se podbízet určitě nebudeme, ale sázíme na to, že jako čistě rodinný podnik máme k zákazníkům trochu blíž a tomu odpovídá i naše malinko výraznější, jiná nabídka.

Kolik tady máte zaměstnanců?

Zaměstnance nemáme, na pumpě pracuje jen naše rodina. Já s manželkou, syn, dcera a další syn a ještě máme tchýni a švagrovou. Nejmladšího syna Tonda máme hodně nemocného, pumpu jsem postavil pro něj, a proto se jmenuje po něm – Tony Oil.

Myslíte, že na velmi konkurenčním trhu čerpacích stanic jako úplní nováčci obstojíte?

Když jste „zapálený“ a když je s vámi celá rodina, tak to prostě má budoucnost. Třetí generace naší rodiny nezná slovo „ne“ a nebo „nejde to“. My jsme osm let na trhu se zmrzlinou a také jsme do toho šli jako naprostí nováčkové. Za osm let jsme se ale vypracovali. Proto nemám strach ani obavy do budoucna s pumpou. Za osm let tu budeme mít taky dobré jméno, ale chce to vydržet.



Čerpací stanice TONY OIL

Provozovatel: Václav Janeček

Provozní doba: nonstop

Nabídka produktů: Natural 95, Diesel, E85, LPG

Služby: Prodejna, bistro, kompresor, vysavač

Počet zaměstnanců: Celkem 0, na stanici pracuje výhradně 5-7 rodinných příslušníků

Zaujalo nás (přednosti a pozitiva)

- Po celý rok vysoce kvalitní točená zmrzlina podle vlastní receptury
- Dostatek prostoru pro další plánovaný rozvoj
- Vřelý vztah a ochota obsluhy k zákazníkům – zejména dětem

Skryté rezervy

- řada nedodělků v exteriéru čerpací stanice
- uspořádání obchodního prostoru a nabídky zboží (merchandising)
- obchodní komunikace a zbožíznalství zejména v kategorii automotive

Kvalitativní úroveň čerpací stanice byla ověřena komplexním hloubkovým auditem v rámci systému CONVENIENCE externí nezávislou specializovanou firmou TOMAS consulting. Audit zároveň potvrdil způsobilost nominace čerpací stanice měsíce do soutěže PETROLawards 15 v kategorii Čerpací stanice roku.



PETROL
PARTNER

Pohyb.
patentováno
přírodou



#ROZHOUBEJSE
K POHYBU NA [RAJEC.COM](https://www.rajec.com)



Největší v Evropě?

Ve dnech 13. až 17. června 2016 hostilo stuttgartské výstaviště druhý ročník UNITI Expo – dnes zřejmě největší evropský veletrh systémů, zařízení a produktů pro čerpací stanice a myčky. Na starém kontinentu dnes nikde jinde neuvidíte na jednom místě tak obrovský počet firem a lidí ze všech oblastí maloobchodu s pohonnými hmotami.



Všechno na jednom místě

Na letošním UNITI Expo byly opět k vidění poslední trendy z vývoje vybavení čerpacích stanic, automyček, rychlého občerstvení, platebních systémů popřípadě novinek v oblasti alternativních paliv z hlediska jejich čerpání a distribuce. Veletrh by se dal v podstatě rozdělit na osm tematických celků, jejichž expozice zabíraly tři prostorné haly relativně nového výstaviště ve Stuttgartu: shop a convenience, technika čerpacích stanic, mytí a péče o auta, platební systémy a automatizace, doprava a logistika, ropa a ropné společnosti, služby a média.

Díky tomu veletrh umožňuje odborníkům i laikům po dobu tří dnů udělat si jedinečný přehled o všech oblastech maloobchodu, najde se zde samozřejmě i mnoho příležitostí k tomu, abyste si pohovořili o trendech, inovacích nebo třeba jen o zkušenostech z té které oblasti s podobně erudovanými odborníky z Německa popřípadě z dalších koutů celé Evropy ale i ze Zámorí či z Japonska. Mezi návštěvníky

jsme potkávali i skupinky z Indie, Číny nebo Afriky a těžké bylo nalézt někoho z oboru, koho by výstava nenadchla. „Našli jsme zde za jeden den všechno, co jsme hledali, od nádrží, přes čerpací stojany až k mycí technice a vybavení shopu od regálů až po zajímavá zařízení pro přípravu nejrůznějších jídel nebo nápojů. V mnoha případech se jednalo o nové věci, které jsme nikdy neviděli, a které nás minimálně inspirují pro naše budoucí investice,“ pochvaloval si jeden spokojený návštěvník z Regensburgu, který provozuje menší řetězec čerpacích stanic.

Vedle expozic vystavovatelů nabídl veletrh UNITI i zajímavý doprovodný program, který se skládal z bezplatných přednášek konaných přímo ve výstavních halách o globálním vývoji na trhu až k reálným tématům o obchodu nebo technologiích. Ty se zaměřovaly na nejzajímavější témata z každé oblasti maloobchodu s pohonnými hmotami. Účastníkům byly k dispozici zdarma tři fóra: Shop&Convenience, Myčky a Mezinárodní fórum.

Česká stopa

Potkali jsme zde i nemálo návštěvníků z České republiky, mezi vystavovateli se pak neztratily ani české firmy. Přímou vstupní hale stál například solární zobrazovač firmy Gema, která se veletrhu zúčastnila již podruhé. To samé lze říci i o společnostech Unicode Systems, Adast Systems nebo ETK, které jsou pravidelnými účastníky podobných veletrhů u našich západních sousedů a mají zde svou stálou (a neustále se rozšiřující) klientelu. Podrobně se ostatně české účasti věnujeme v samostatných článcích.

Mezinárodní význam stoupá

Předloňský startovací ročník ukázal životaschopnost tohoto veletrhu, a tak nebylo divu, že se výstavní prostor letošního ročníku rozšířil s ohledem na nárůst počtu vystavovatelů o 60 procent. Přibližně 425 vystavovatelů z celkem 36 zemí zabralo plochu 35 tisíc metrů čtverečních. Organizátoři očekávají i pro ročník 2018, který se bude konat za dva roky od 14. - 17. května, nárůst účasti hlavně zahraničních návštěvníků a vystavovatelů. "S globálními marketingovými kampaněmi, bezpočtem partnerů po celém světě a přesvědčivou koncepcí se nám podařilo ještě zvýšit mezinárodní charakter veletrhu. S přibližně 40 procenty zahraničních návštěvníků ze 6 kontinentů je dnes UNITI Expo jedním z nejvýznamnějších veletrhů v tomto odvětví na světě," potvrdil Bruno Boroewitsch, zodpovědný v organizačním týmu pořadatele za techniku a mezinárodní Marketing. Letos například zaznamenali zdvojnásobení počtu amerických vystavovatelů, a tak se očekává i výrazný nárůst návštěvníků z druhé strany Atlantiku. „Další rozvoj veletrhu již stojí i padá s mezinárodní účastí. Výstava se již etablovala a nyní záleží na pořadatelích, kam ji ještě posunou,“ říká například Max F. Krawinkel z firmy PWM, který vyvíjí a vyrábí elektronické cenové ukazatele.

Báječná zahrada

Další letošní novinkou byla restaurace Garten Foodcourt, která byla pro návštěvníky a vystavovatele zdarma k dispozici celé tři dny. Nešlo zde však jen o to se najíst. Celá

restaurace totiž vlastně byla takovým obrovským kulinářským workshopem, kde se konzumenti mohli přesvědčit o kreativitě a efektivitě prezentovaných firem rychlého občerstvení s nabídkou hamburgerů, kebabů, thajských specialit, hotdogů, německých „wurstů“ nebo ovocných či zeleninových „fresh“ salátů a koktejlů. Kromě skvělého jídla jste zde mohli diskutovat s představiteli jednotlivých druhů občerstvení, kteří byli vždy ochotni a připraveni na spolupráci. A bylo úplně jedno, jestli jste z Německa nebo z jiného koutu světa. V podstatě to byla také plně funkční expozice všech možných variant rychlého občerstvení na čerpací stanici (...a nejen tam).

Turnikety vstupní haly prošlo letos během tří dnů veletrhu více než 15 tisíc návštěvníků z více než 110 zemí. Podle statistik organizátorů se vesměs jednalo o lidi z oboru. „Ještě před začátkem akce byla naše očekávání velmi vysoká. Věděli jsme, že jsme udělali vše pro to, aby měl veletrh úspěch. Jenže skutečnost všechno předčila a já jsem s výsledkem velmi spokojený. Slyšel jsem v mnoha případech nadšené



Novinkou letošního veletrhu byl stravovací koutek Garten FoodCourt, který představoval v podstatě workshopy s rychlým občerstvením. Kdo chtěl, se najedl, ale zároveň rozšířil své obzory v tomto oboru a také mohl navázat kontakt na nejrůznější společnosti, které se věnují tomuto tématu.

odezvy od vystavovatelů ale i návštěvníků. Není pochyb o tom, že se nám podařilo uspořádat akci, která obohacuje náš průmysl,” nechal se krátce po veletrhu slyšet

ředitel pořádající společnosti UNITI-Kraftstoff GmbH Elmar Kühn.

■ AUTOR: Jiří Kaloč
FOTO: autor



- KARTÁČOVÉ MYCÍ LINKY
- SAMOBSLUŽNÉ MYCÍ BOXY
- PRŮMYSLOVÁ CHEMIE

KOMPLEXNÍ ŘEŠENÍ MYTÍ AUTOMOBILŮ



PETROL
PARTNER



www.automaxeurope.com

Walmsley enterprises international spol. s r.o.

Pod Karlovskou silnicí 241/27

Praha 6 - Ruzyně, 161 00

GSM: +420 737 211 913, e-mail: asistentka@automaxeurope.com

AutoMax
ČISTÍCÍ TECHNIKA

Technika čerpacích stanic a mycích provozů

Přehledka kompletní technologické špičky přesahující hranice Evropy

Těžiště veletrhu UNITI expo – technika čerpacích stanic a myček ukázala názorně trendy vývoje a přinesla celou řadu novinek a zásadních inovací.



E-papír: Nová etapa cenových zobrazovačů

Letošní ročník UNITI expo zažil premiéru absolutní technologické novinky. Premiérové představení úspěšně zvládnuté aplikace E-INK technologie pro velkoplošné venkovní zobrazovače cen a produktů pro totémy čerpacích stanic, která ve svém oboru nastavuje zcela nový trend s přesahem do daleké budoucnosti. Jde o vývoj italské společnosti GDS, která se specializuje na velkoplošné indoor a outdoor elektronické zobrazovací systémy. První dva totémy jsou již necelý rok ověřovány v reálném provozu na čerpacích JET v Německu. Zásadní rozdíl takzvaného e-papíru oproti běžným LCD displejům a LED zobrazovačům spočívá ve spotřebě energie pro zobrazení obrazu. Běžný LCD displej nebo LED panel stále spotřebovávají energii, aby výsledný obraz byl vidět. E-ink displej potřebuje energii jen po dobu vykreslování obrazu. Jakmile je obraz jednou na displeji zobrazen, další energie pro jeho udržení již není třeba. Elektronický papír díky tomu spotřebovává 20x méně energie. Extrémně nízká spotřeba, dálková správa umožňující operativní změny cen i zobrazení jakékoliv libovolné grafiky, excelentní čitelnost ve dne při slunci a díky možnosti podsvícení za šera i v noci – to vše jsou atributy, které předurčují novou technologii světlou budoucnost.

Ve znamení Cloud Computingu

Výrazným trendem mocně rezonujícím na veletrhu je využití Cloud Computingu, kdy počítačová aplikace či, chcete-li, program není nainstalován na počítači nebo systému uživatele, ale je umístěn na výkonném serveru s tím, že uživatelé nebo solitérní systémy cloudovou aplikaci využívají pro-

střednictvím internetového prohlížeče v počítači, mobilu či tabletu zpravidla za paušální poplatek. Producent cloudového řešení může aplikaci dále vyvíjet a všichni uživatelé tak mají okamžitě k dispozici vždy nejnovější verzi bez nutnosti pravidelného rozesílání a instalování upgradů. Na výstavišti představilo svá cloudová řešení hned několik firem včele s třebečským Unicode Systems nebo jedním z technologických lídrů v oboru měření hladin Fafnir.

Intelligentní osvětlení

Další firmou využívající mimo jiné také vlastní cloudový systém je holandský BE-VER, který představil velmi sofistikovaný systém vzdálené správy veškerých světelných zdrojů pro čerpací stanice, který by měl přinést jednak instalaci LED svítidel a také především jejich inteligentním řízením poměrně masivní úspory nákladů na energii zejména. Zajímavé a technicky dokonalé řešení svítidel především pro forecourt čerpacích stanic s proměnlivou intenzitou světelného toku byl k vidění na stánku HELLA, jinak tradiční značky automotive.

Trendy ve vývoji výdejních stojanů

Na výstavě se sešlo nebývalé množství výrobců výdejních stojanů hned z několika kontinentů. Je potěšitelné, že mezi globálními lídry Tokheim a Wayne či Tatsuno zaujal velmi důstojnou pozici český Adast. Přestože letos neproběhla žádná premiéra nové řady stojanů, byla na každém stánku k vidění řada zajímavých technických řešení a inovací. Trendem v konstrukci stojanů je heslo All in One, založené na vysoké míře modularity umožňující konfiguraci stojanů podle potřeb zákazníka. Prakticky všechny firmy představily hned několik variant sto-

janů, kombinujících výdej klasických paliv, plyných CNG a LPG či výdej AdBlue a popřípadě kapalin do oštríkovaců.

Zajímavé bylo i sledovat různá řešení temperace výdejní pistole AdBlue. Zatímco většina výrobců řeší výdejní modul závěracími dvířky, turecký Mepsan výdejní pistolí i s hadicí schoval do niky pod roletku. Nejkomfortnější tankování AdBlue ale nabízí temperovaná sestava pistole ZVA včetně hadice a odkládací „kolíčky“ německého výrobce Elaflex.

Dalším trendem je interaktivita v podobě samoobslužných platebních terminálů a velkoplošných displejů integrovaných do hlavy stojanů. V tomto směru velmi zaujal Wayne studií multimediálního systému budoucnosti na bázi stojanu Helix. Pozornost si zasloužovala bezdotyková identifikace příslušného uživatele dlaní ruky, která otevírala aplikaci na vestavěné dotykové obrazovce. Jde o naprosto dokonalý způsob identifikace tankujících řidičů velkých spedičů.

Sdružit na jedné obrazovce klasický multimediální obsah (například reklamu) s údaji o tankování není vůbec díky striktním metrologickým normám jednoduché, přesto již dvě firmy tento problém zdárně vyřešily: po Scheidt-Bachmanu i Tokheim.

Malou veletržní premiéru si odbyl i systém zabezpečeného samoobslužného tankování Profleet - Quantum 210 Dialog v expozici Tokheimu. Ten umožňuje spustit tankování pouze tehdy, je-li zastrčena pistole se speciálním snímačem do příslušné nádrže vozidla, jejíž hrdlo je opatřeno identifikačním kroužkem.



Společnost Prag nabízela pronájem stávajících čerpacích stanic pod barvami velkých distributorů.



Trendem v konstrukci stojanů je heslo All in One, založené na vysoké míře modularity umožňující kombinaci výdeje klasických paliv, plyných CNG a LPG či výdeje AdBlue a popřípadě kapalin do oštríkovaců.



Nejkomfortnější tankování AdBlue nabízí temperovaná sestava pistole ZVA včetně hadice a odkládací „kolíčky“ německého výrobce Elaflex.



Turecký Mepsan výdejní pistolí na AdBlue i s hadicí schoval do niky pod roletku.



Studie multimediálního systému budoucnosti s bezdotykovou identifikací příslušného uživatele dlaní ruky na bázi stojanu Wayne Helix.

Prezentace distributorů paliv

➤ Velkou část výstavní plochy zabíraly expozice distributorů paliv a provozovatelů mezinárodních i lokálních sítí čerpacích stanic. Kromě prezentace svých aktivit v oblasti zajištění mobility do budoucnosti nabízeli dodávky produktů a především lákali potenciální zájemce z řad nezávislých majitelů čerpacích stanic k přijetí franšizy. Společnost Prag, která provozuje čerpací stanice pod známými značkami, zvala na svůj stánek majitele pozemků vhodných k výstavě nových stanic nebo nájemce pro zajištění provozu těch stávajících.

Podzemní technologie – dominance plastů

Sekci podzemních technologií sice domi-



Velkou část výstavní plochy zabíraly expozice distributorů paliv a provozovatelů mezinárodních i lokálních sítí čerpacích stanic.



Systém zabezpečeného samoobslužného tankování Profleet - Quantum 210 Dialog.



Stojan pro výdej papírových utěrek s volbou napouštění třemi aktivními přípravky.



ORL Haase s dvouplošnou sklolaminátovou jímkou s porézní výplní meziprostoru drobnými oblázky vázanými pryskyřicí.



Sdružení multimediálního obsahu (například reklamy) s údaji o probíhajícím tankování na jediné obrazovce (Tokheim).

novala doslova gigantická expozice světového lídra OPV, ale úspěšně jí sekundovaly další neméně významné technologické firmy specializující se na svůj obor činnosti. Přehlídka technicky dokonalých a přitom technicky velmi náročných systémů měření založených na různých fyzikálních principech byla doslova komplexní. Přítomní odborníci nešetřili uznáním na adresu sice menších, ale z hlediska technického know-how nepřehlédnutelných firem, mezi kterými významnou roli hraje například i jablonecké ETK. Do kategorie podzemních technologií patří dvouplášťové potrubní systémy. Ty s výjimkou vlnovcových nerezových flexibilních rour firmy BRUGG byly k vidění již výhradně jen v celoplastovém provedení.

Trendem v oblasti odlučovačů ropných látek je náhrada ocelových, plastových či betonových jímek jímekami z polymerbetonu, který je asi o 40 % lehčí a zajišťuje dokonalou nepropustnost. Společnost Haase představila dvouplášťovou sklolaminátovou jímku s porézní výplní meziprostoru drobnými oblázky vázanými pryskyřicí, která umožňuje monitorovat těsnost nádrže na bázi podtlaku, a navíc dává nádobě vysokou tuhost, takže není potřeba po uložení pod zem obetonování, ale stačí jen hutněný záhrab. ➡



V sektoru mytí se na veletrhu sešla kompletní evropská špička.

Mycí technologie s řadou inovací

➤ V sektoru mytí se na veletrhu podobně jako v případě techniky a distribuce čerpacích stanic sešla kompletní evropská špička. Přestože zde nebylo možno spatřit mycí linky v plném provozu jako v minulosti na frankfurtské mechanice, všichni čelní výrobci mycích portálů WashTec, Christ Car Wash a Istobal zde představili celé své portfolio výrobků a úspěšně je doplnily další značky jako například Karcher, Nilfisk či Aquqrama nebo i americký LaserWash s brushless mycím robotem. Také obor samoobslužného ručního mytí byl velmi slušně zastoupen v čele s technologickým lídrem bezkontaktního vysokotlakého práškového mytí společností Ehrle.

Spektakulární pěnové divadlo

Tradičně největší množství inovací představil Christ: systém Maxi-Flex+ umožňující naklopení svislých kartáčů portálu tak, aby efektivně umyly zkosenou zadní stranu vozu, nebo systém Turbo Dry, který nastavuje intenzitu sušení dle povahy vozidla.

Novinkou letošního roku bylo velmi efektní nanášení konzistentní vrstvy aktivní pěny na povrch vozidla s vizuálním barevným efektem vodopádu – u Christu pod názvem Foam Splash („pěnopád“) a WashTec dokonce s reálnou ukázkou své technologie pod názvem Foam-Sensation.

Velkým problémem pro mycí stroje je vypořádat se s důkladným mytím kol vozidel. Christ na veletrhu představil nový systém kolového mytí Wheel Master – který se nejen točí a naklápí, ale také pohybuje nahoru, dolů a do stran a umožňuje umytí celého kola včetně gum a ráfků větších než 21 palců. Podobné řešení nabízí stroj Karcher, které je zase doplněno soustavou vysokotlakých trysek.

V oboru samoobslužných zařízení pro následnou péči o vozidlo se pomalu stává standardem kromě tradičního kompresoru a vysavače pračka autokoberečků s vysoušečem. Všechny služby včetně stlačeného vzduchu a výdeje papírových utěrek jsou zpoplatněny prostřednictvím mincovníků nebo čteček čipů a často se jednotlivé automaty integrují do



Samoobslužné myčky psů zpočátku u každého návštěvníka vzbuzovaly úsměv na tváři...



Novinkou letošního roku bylo velmi efektní nanášení konzistentní vrstvy aktivní pěny na povrch vozidla s vizuálním barevným efektem (WashTec).

společných skříní. Zaujal nás například automat pro aplikaci vůní do interiéru, nebo aplikátor černidla na pneumatiky a zejména stojan pro výdej papírových utěrek s volbou jejich napouštění třemi aktivními přípravky, například pro čištění oken, interiéru nebo refresh plastů. Na závěr se nelze nezmínit o expozici se samoobslužnými a designově velmi zdařilými myčkami psů, které zpočátku u každého návštěvníka vzbuzovaly úsměv na tváři, ale považte, kolik rodin má dnes psa a kolik automobil? Možná to bude brzy fifty-fifty...

■ AUTOR: Tomáš Mikšovský
FOTO: Jiří Kaloč



V oboru samoobslužných zařízení pro následnou péči o vozidlo se pračka autokoberečků s vysoušečem pomalu stává standardem.

*Uhodný dárek pro vaše hosty,
zákazníky, přátele i blízké.
Dopřejte jim zdraví s chutí*



*Prémiový bylinný sirup FELIXÍR,
je vyladěn ze čtvero různých domácích plodů.
U každého plodu, který používáme
při ladění chuti, známe osobně jeho sběrače.
Každá jedna bobule projde ruční kontrolou.
Jedině tak máme jistotu, že se k Vám dostane jen sirup
prvotřídní kvality, který zahraje na vaše smysly.
Na jazyku tvoří sirup FELIXÍR,
dokonalý požitek harmonické chuti,
před zraky vyvolává obraz kvetoucích strání
Rychlebských hor a v uších zní adagio
z hobojového koncertu 'D moll, Let čmeláka.
Blahodárný účinek se projeví posléze.*

*Zahraje
na všechny
smysly*



www.felixir.cz

Tel. 848 307 307 • www.Dallmayr.cz

PETROL
PARTNER

Adast Systems

High-tech výdejní technika se stoletou tradicí

Moderně pojatá expozice tradičního českého výrobce výdejních stojanů Adast Systems představila kromě celého výrobního programu především novinky pro distribuci AdBlue a CNG v kontrastu s odkazem na historii výroby techniky čerpacích stanic v Česku. O novinkách i plánech Adastu jsme si povídali s předsedou představenstva společnosti, Martinem Svobodou.



žít jako perfektní doplněk automobilového muzea popřípadě jako filmová rekvizita.

CNG nesmí chybět

Třetím pilířem pak byly produkty z řady CNG, což je pro Adast velmi perspektivní oblast. A nabídku mají opravdu komplexní. „Dnes jsme schopni dodávat zákazníkům kompletní dodávky na klíč, od projektu až po kolaudaci. To znamená, že kromě výdejního stojanu včetně tankautomatů umíme připravit i kompletní projektovou dokumentaci, engineering a postavit i celou kompresorovou stanici,“ vysvětluje Martin Svoboda. Jen tak mimochodem, aktuálně drží Adast na českém trhu s plnicími stojany na CNG přibližně 80procentní podíl. „Tehle podíl jsme měli dříve v klasických stojanech, teď se nám jej daří držet v technice CNG. A já doufám, že si ho udržíme i v budoucnosti,“ dodává Martin Svoboda.

■ PR Adast Systems – Jiří Kaloč,
Tomáš Mikšovský
FOTO: Jiří Kaloč

Oboustranný stojan na AdBlue

Expozice Adastu měla tři nosné pilíře, pojďme se na ně podívat. „První spočívá ve stojanu AdBlue pro osobní a nákladní auta, klasických výdejních stojanech a kontejnerových stanicích,“ začíná popisovat stánek Martin Svoboda. Největší novinkou expozice byl oboustranný výdejní stojan na AdBlue. Z jedné strany je k dispozici pro osobní automobily a z druhé strany pro nákladní automobily. „Náš stojan má samozřejmě vlastní elektroniku a lze jej připojit k pokladnímu systému nebo tankautomatu. Chová se vlastně jako klasický výdejní stojan,“ říká Martin Svoboda. Nicméně výroba čerpacích stanic společnosti Adast Systems dnes spočívá hlavně v kombinovaných stojanech. „Možnosti jsou opravdu široké, záleží hlavně na tom, jaké řešení si zvolí zákazník,“ říká Martin Svoboda a dodává, že specialitou těchto stanic je možnost mít jedno nebo dvě počítadla. „Buď může mít stojan dvě počítadla a pak může

zákazník tankovat zároveň naftu i AdBlue na jednu transakci anebo jenom jedno počítadlo. To pak ale musí zákazník zvlášť natankovat naftu i AdBlue a musí také při bezhotovostní platbě na tankautomatu za obě položky zaplatit zvlášť, navíc provozovateli se za obě transakce strhávají příslušné poplatky,“ vysvětluje Martin Svoboda.

Unikátní replika 100 let starého stojanu

Druhý pilíř byl velmi netradiční. Protože Adamovské strojírny, dnes Adast Systems letos slaví 55. výročí výroby čerpacích stanic, postavili na počest jubilea unikátní repliku stojanu, který se v České republice vyráběl před sto lety. A ten pochopitelně nemohl ve Stuttgartu chybět. „Jedná se o funkční repliku, kterou nabízíme všem nadšencům motorizmu. Mohou si tento stojan u nás objednat a my jim ho vyrobíme a dodáme,“ říká Martin Svoboda. Červený stojan také může poslou-



Unicode Systems

Informace z čerpací stanice v mobilu či tabletu

Letošního veletrhu UNITI expo se společnost Unicode Systems zúčastnila hned se dvěma novinkami. Tou první novinkou bylo flexibilní cloudové řešení pro back office a centrálu, tou druhou pak ucelená řada tankovacích automatů.



Flexibilní cloudové řešení

Letošní výstava UNITI expo jasně nalinkovala trendy vývoje do budoucna i v oboru IT techniky pro čerpací stanice. Dalo by se říci, kdo dnes v kategorii centralizovaných systémů nenabízí cloudové řešení, bude do rozjetého expresu jen ztěžka naskakovat. Unicode Systems poskytuje při zachování provozní bezpečnosti veškeré výhody centralizovaného cloudového systému. Provozovatel čerpací stanice tak může mít dostupné informace nejen ze svého počítače doma, ale odkudkoli prostřednictvím tabletu nebo mobilního telefonu.

Ucelená řada tankovacích automatů

Druhou novinkou byla řada tankovacích automatů CardManager 2. Pro mnoho návštěvníků bylo srovnání s konkurenčními výrobci značným překvapením – Unicode jako jediná společnost vystavovala ucelenou řadu 4 tankovacích automatů v jednotném designu

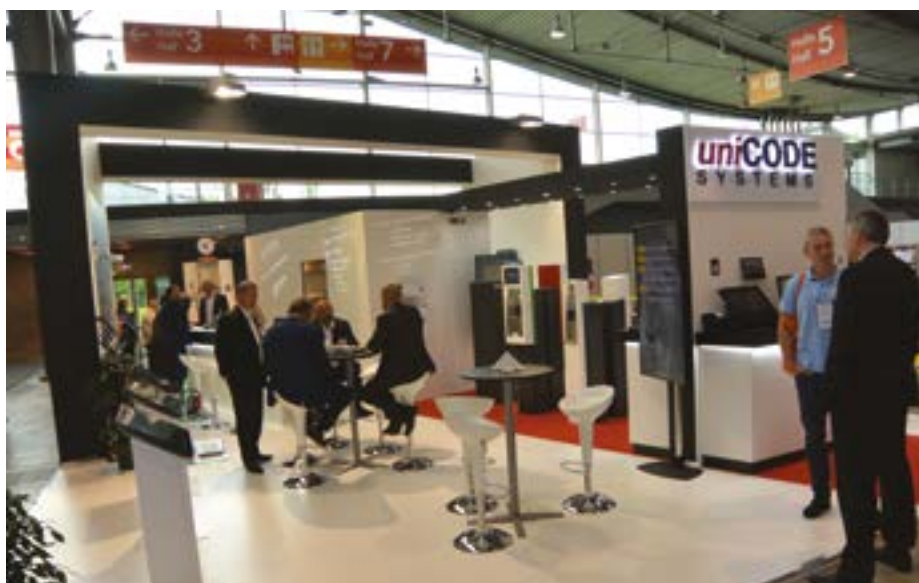
a se vzájemně kompatibilním technickým řešením.

Největším přínosem účasti na veletrhu UNITI expo pak pro Unicode Systems byla zejména jednání s několika doposud konkurenčními společnostmi o možnostech

integrace a dodávek tankovacích automatů do jejich pokladnic a řídicích systémů pro evropský trh.

■ AUTOR: PR Unicode Systems

FOTO: Jiří Kaloč



Gema

LCD zobrazovače se vracují

Gema se po dvou letech na UNITI expo vrátila a postavila si zde zbrusu nový stánek. O pozici této firmy na německém trhu svědčí i poutač ve vstupní hale v podobě zobrazovače se solárním dobíjením. Co však bylo v expozici předního českého výrobce zobrazovacích panelů pro čerpací stanice nového, na to jsme se zeptali jednoho ze spolumajitelů firmy Jiřího Šedivého.



„Oprášili jsme zase LCD zobrazovače, které jsme vystavovali už před více než 10 lety. Technologie ale od té doby udělala pokrok. Je to kontrastnější a levnější, než to bývalo, a je to technologie určitě použitelná. Myslím, že jsme tady jediní, kdo zde LCD zobrazovače vystavuje.“ Kromě LCD zobrazovačů se Gema v současné době začala zabývat také tzv. elektronickým papírem. „Samozřejmě nemůžeme zůstat pozadu. Zatím jsou problémy s pracovní teplotou, ale začíná se to nasazovat. My zde elektronický papír nevystavujeme, ale situaci pečlivě sledujeme a máme zde schůzku přímo s jeho italským výrobcem,“ dodává Jiří Šedivý a ukazuje nám další z trendů – bezplexisklo-

vou technologii LED zobrazovačů. „Normálně je už dneska vyrábíme a zatím s nimi máme velice dobré zkušenosti. Mají mnohem lepší kontrast, účinnější chlazení diod, delší životnost i mnohem lepší čitelnost.“

Gema se na německém trhu prosadila a v posledních dvou letech se jí daří. Získala několik nových zákazníků, například dodává firmě Greenline totémy, které jsou osazeny barevnými RGB obrazovkami. České firmě se podařilo uzavřít také kontrakt s firmou Globus, když vyhrála výběrové řízení, a k tomu má na západ od našich hranic i plno privátních zákazníků. Solidní pozici si drží i na rakouském trhu, takže práce je dost. „Zaplatpánbůh, jsme

spokojení. Děláme do Německa i další prvky, například atiky. Hlavně pro soukromníky,“ dodává Jiří Šedivý.

Co se týče českého trhu, plní nyní Gema velkou dodávku pro společnost Benzina, která mění design svých čerpacích stanic. První totem již stojí v Osicích u zbrusu nové čerpací stanice na dálnici D11 Praha – Hradec Králové. Má také RGB obrazovku a nyní se vyvíjí další pro první fázi převzatých pump od OMV. I ty budou mít totémy s RGB obrazovkami. „Je to trend, mně osobně se to líbí. Je to jednoduché a čitelné,“ pochvaluje si Šedivý.

■ AUTOR: Jiří Kaloč, Tomáš Mikšovský

FOTO: Jiří Kaloč



PETROL
PARTNER

PREMIUM QUALITY



Kvalita má **nové** jméno



ETK

Úspěch unikátní technologie ETK revitalizace nádrží plastovými vložkami

Jablonecká firma ETK, která se zabývá vložkováním nádrží, jejich čištěním, defektoskopií, jakož i servisem a výstavbou čerpacích stanic, je tradičním účastníkem předních evropských veletrhů, kde se prezentuje především unikátní technologií revitalizace skladovacích nádrží.



tové nádrže, jež mají jeden z plášťů napadený korozi. Vložkování je velmi efektivní ve srovnání s nákladnou výměnou nádrží za nové. Praxe navíc prokázala, že po instalaci vložky do vnitřního prostoru nádrže se prakticky okamžitě zastaví koroze, jelikož v meziprostoru mezi nádrží a plastovým pláštěm je vakuum.

ETK úspěšně realizovala technologii vložkování plastovým vnitřním pláštěm nejen v Česku, ale i ve Velké Británii, Polsku, Izraeli, Srbsku, Jižní Africe a na Slovensku. Dlouhodobě vynikající reference přivedly na stánek společnosti zástupce francouzského Totalu, kteří plánují pro revitalizaci starých nádrží použít právě technologii vložkování v rámci rekonstrukcí čerpacích stanic v Severní Africe a také v Německu, kam se chtějí opět vrátit.

■ PR ETK - Tomáš Mikšovský
FOTO: Jiří Kaloč

Tradiční účastník veletrhů

„My se německých veletrhů zúčastňujeme vždycky, ať je to ve Stuttgartu, v Münstru nebo dříve ve Frankfurtu,“ říká Josef Tůma, ředitel jablonecké společnosti ETK, která na českém trhu působí od roku 1990. Ve Stuttgartu se ETK představila ve společné expozici se specialistou na dodávky a montáž dvouplášťových potrubních rozvodů firmou DRK 32, která disponuje licenci na prodej a montáže unikátní plastové vložky ETK pro jednoplášťové i dvouplášťové nádrže a je zástupcem společnosti pro Německo, Švýcarsko a Rakousko.

Vynikající reference

ETK díky know-how v oblasti aplikace plastových vložek patří bezesporu k evropské špičce v oboru revitalizace nádrží. Zatímco dřívější vložky byly určeny pro jednotlivé produkty, nová univerzální plastová vložka se dá použít díky atestaci dle EU normy 13160-7 ATEX pro nádrže na skladování nejen všech druhů pohonných hmot, ale i dalších chemikálií v čele s vysoce agresivním AdBlue. Unikátní systém vložkování umožňuje z jednoplášťové nádrže vytvořit nádrž dvouplášťovou plně vyhovující normě EU 13160-7 a nebo revitalizovat dvoupláš-



Wayne

Koncept multimedialního stojanu Wayne nové generace

Jednu z největších expozic v hale číslo 3, kde se soustředila zařízení, technologie a technika čerpacích stanic, měla americká společnost Wayne, která slaví 125. výročí od svého založení.



bližně do dvou let. Technickou zajímavostí je možnost tankování dvou druhů paliva při jednom nákupu, což v praxi znamená, že si můžete najednou natankovat benzin i CNG nebo naftu a zároveň AdBlue. I když taková transakce zatím není zvláště u nás úplně běžná, lze očekávat, že v budoucnu ji mohou někteří zákazníci čerpacích stanic využívat. Kromě toho nový stojan disponoval velkoplošným průhledným dotykovým displejem, který se odemyká podle otisku dlaně tankujícího. Ten pak může na displeji provádět operace jako na svém mobilním telefonu a během tankování si třeba přečíst e-maily nebo poslechnout oblíbenou muziku. „Umím si představit, že když takový stojan přijde na trh, najdou se provozovatelé, kteří o to budou mít zájem,“ myslí si Martin Rybář.

■ PR GIA Czech - Jiří Kaloč, Tomáš Mikšovský
FOTO: Jiří Kaloč

Překvapivá zpráva

Největší pozornost vzbudila na veletrhu společnost Wayne oznámením, že ji kupuje společnost Dover, která přibližně před půlrokem získala majoritní podíl ve společnosti Tokheim. O tomto neobvyklém obchodním kroku a také o produktových novinkách jsme si povídali s Martinem Rybářem, ředitelem společnosti GIA Czech, která společnost Wayne zastupuje na českém trhu. „Celá branže je z toho velmi překvapená, protože je to hodně neobvyklý krok. Co to bude znamenat do budoucna, v současné době ale nikdo z nás neví,“ reagoval na zprávu Martin Rybář a dodal: „Je třeba zachovat klid a počkat si, jak budou reagovat zejména zákazníci, protože to bude z velké části určující.“ Podle Rybáře si nový majitel ponechá na evropském trhu obě značky, podobně jako má několik značek třeba koncern Volkswagen, i když u výdejních stojanů je zákaznický okruh podstatně menší než u osobních automobilů.

Co se týče českého trhu, jsou obě značky zastoupeny renomovanými společnostmi, mezi kterými navíc, přestože dosud byly hlavně konkurenty, funguje normální komunikace. „Pokud někdo od Tokheimu přijde za firmou GIA s žádostí o náhradní díl, tak ho dostane, pokud požádá o vyškolení servisního technika, je vyškolen, a to se samozřejmě děje i naopak. Takže zákazníci mohou zůstat v klidu, budou mít nyní na výběr ze dvou společností,“ vidí budoucnost optimisticky Rybář.

Stojan budoucnosti

Ve své rozsáhlé expozici Wayne opět předvedl něco „extra“. Kromě stojanů na LPG, CNG nebo vodík zde byl k vidění koncept multimedialního stojanu budoucnosti, který má ukázat možnosti současných technologií a zároveň „sondovat“, jaký o tuto novinku bude zájem. Nový stojan neměl žádné označení, do výroby by se mohl dostat při-



Tatsuno

Velká expozice a nové stojany na alternativní paliva

Japonské Tatsuno mělo v hale 3 jednu z největších a nejlépe umístěných expozic. Milana Kubíka, ředitele a předsedy představenstva českého zastoupení Tatsuno Europe, jsme se proto na úvod našeho povídání zeptali, jaký cíl má tato velkolepá prezentace firmy na UNITI expo.



LPG, CNG, AdBlue a kapaliny do ostřikovačů skel. Těchto kombinací a variant stojanů je velké množství," vysvětluje Milan Kubík a dodává, že všechny tyto výrobky pocházejí z evropské produkce, tedy z Tatsuna Europe. „Máme vlastní design i konstrukci, protože stojany pro evropský trh musí splňovat evropské normy a zvyklosti. Originální japonské stojany jsou vyrobeny pro asijský trh a jsou v souladu s místní legislativou, která se od té evropské v mnohém odlišuje.“

S vlastními pistolemi

Jinak si bylo možné také všimnout, že všechny stojany Tatsuno byly na veletrhu vybaveny vlastními pistolemi. „Je to náš výrobek, od kterého si slibujeme, že svou kvalitou splní všechna očekávání zákazníků a my díky tomu můžeme být flexibilnější. Teď jsou před dokončením i certifikáty pro evropský trh, takže připravujeme prodej v průběhu následujícího půl roku.“

■ PR Tatsuno Europe - Tomáš Mikšovský,
Jiří Kaloč
FOTO: Jiří Kaloč

Globální značka

„Nejsme jen evropská, ale světová značka, a zde se prezentujeme jako zastoupení japonského výrobce pro evropský trh," vysvětluje Milan Kubík a dodává: „Ostatně v Evropě, myslím samozřejmě v Blansku, má Tatsuno svůj výrobní závod, obchodní oddělení a vlastně celou centrálu pro evropský trh.“

Největšími novinkami byly ve Stuttgartu stojany na CNG a vodík. Jenže zatímco výdejní stojan na CNG je výrobek blanenského závodu Tatsuno Europe, stojan na vodík je produktem mateřské společnosti Tatsuno Corporation v Japonsku. Právě v Japonsku je vodíková technologie nejrozvinutější na světě, vývoj těchto stojanů začal již v roce 2000 a první stojan byl instalován další dva roky na to. „Věříme, že v blízké budoucnosti se tato technologie v Evropě prosadí. V Japonsku

již bylo vybudováno 79 čerpacích stanic na vodík, přičemž 80 procent z nich pochází od firmy Tatsuno, která ve vodíkových technologiích patří ke světové špičce," dodává Milan Kubík.

Sdružené stojany

Zatímco vodík je možná energií blízké budoucnosti, stlačený zemní plyn o svých přednostech přesvědčil mnoho spokojených uživatelů na celém světě. Aktuálně se proto trendy ve výrobě stojanů obrací na čerpání plynů, ale také technických kapalin. Tatsuno pro tyto účely vyrábí stojany samostatné i kombinované přesně podle požadavků zákazníka. „Můžeme mu podle jeho požadavků sestavit stojan v libovolných kombinacích standardních paliv jako je benzín, nafta, E85 a bionafta, společně s výdejními moduly pro





Žhavé novinky pro distributory paliv

Mezi čtyřmi stovkami vystavovatelů z 37 různých zemí na letošním druhém ročníku UNITI Expo nemohla chybět společnost Tokheim Group, významný celosvětový hráč v oblasti výroby výdejní technologie pro petrolejářský průmysl včetně příslušenství.

Tankování pod maximální kontrolou

Na jednom z největších stánků na výstavišti společnost Tokheim Group, dnes již vlastněná velkou americkou společností Dover, představila hned několik žhavých novinek jak v oblasti inovovaných výdejních stojanů, tak v „cloudových“ systémech a dalších výrobcích pro skladování a distribuci paliv. Návštěvníci výstavy měli možnost podrobně se seznámit s výdejním stojanem Quantum 310 UHS, který je schopen vydávat palivo rychlostí 200 l/min. a který může mít široké uplatnění například při výdeji pohonných hmot do lokomotiv.

Největší pozornosti se těšil výdejní stojan Quantum 510 M, který vyniká obzvláště zdařilým designem, kdy se skloubením skla a oceli podařilo vytvořit zajímavý technický výrobek. Stojan nejenom pěkně vypadá, ale jeho systém nabízí nadstandardní multifunkčnost. To, že si zákazník může zvolit jakoukoliv formu platby, čipem, kartou apod., je celkem v souladu se současnými trendy. Nový systém umí například rozpoznat SPZ vozů a nepovolit zakázaný výdej. Je také zabezpečen magnetickým zamykáním, takže ho může otevřít pouze školený pracovník se speciálním dekodérem.

Kalibrace bez nutnosti vstupu do nádrže

Velký obdiv a pozornost získalo zařízení na kalibraci nádrží, které vystavoval Tokheim na stánku ProGauge. Jedná se o laserovou metodu měření, kdy laser je vpuštěn do nádrže armaturou bez nutnosti předchozího vyčištění a odvětrání nádrže pro následné zajištění vstupu metrologa. Během krátkého časového úseku lze vypracovat kalibrační tabulky s vysokou úrovní přesnosti. Metoda měření je velice jednoduchá a hlavně bezpečná a spolehlivá.

■ PR Tokheim Acis

FOTO: Jiří Kaloč, Tokheim Acis

Zdroje (alternativní) tu jsou... třeba vodík!

I když jich nebylo moc a bylo třeba je chvíli hledat, našli jste mezi vystavovateli společnosti, které prodávají nebo vyrábějí zařízení pro budování infrastruktury na nejrůznější alternativní paliva. Vedle elektřiny a zemního plynu, který se pomalu stává běžnou součástí nabídky čerpacích stanic a přestává být tzv. alternativou, zde patří především vodík, kterému podle mnohých expertů patří budoucnosti automobilové dopravy.



Společnost H2 mobility představuje vodíkovou budoucnost německé automobilové dopravy.

V roce 2023 bude v Německu 400 vodíkových stanic

Poprvé se zde například prezentovala společnost H2 Mobility Deutschland, kterou vytvořily významné firmy napříč odvětvími, jako je Linde, Air Liquide, Daimler, Shell, OPMV a Total. Zástupci firmy tvrdí, že vodík bude v nejbližší budoucnosti stále důležitější i pro provozovatele čerpacích stanic. Do roku 2023 by totiž mělo být v Německu okolo čtyř stovek čerpacích míst na vodík a omezený vjezd do městských aglomerací pro vozidla se spalovacími motory. Po vodíku totiž na rozdíl od fosilních paliv v automobilech s palivovými články nezbude ani oxid uhličitý, ani oxidy dusíku.

Firma H2 Mobility nabízí komplexní

řešení výstavby čerpání vodíku pro čerpací stanici včetně skladování vodíku, jeho tankování a placení. Podle zástupců této firmy je tankování automobilu s palivovými články velmi jednoduché a vlastně se to nijak neliší od tankování nafty či benzínu. Při tlaku 700 barů trvá naplnění nádrže asi tři minuty. Vodíkové stanice dodává H2 Mobility na klíč. Dnes se většinou skládají ze standardizovaných komponent pro skladování, kompresi a doplňování paliva. Mohou být navíc flexibilně přizpůsobeny uspořádání čerpací stanice.

„Vodíková technologie dosáhla v posledních letech působivého pokroku. Jednotlivé technické komponenty i kompletní stanice jsou dnes na takové technické úrovni, že není problém je integrovat do

stávající čerpací stanice,“ tvrdí generální ředitel H2 Mobilita Nikolas Iwan a dodává: „Německo se může stát průkopníkem v oblasti vodíkové infrastruktury, i když i v jiných zemích, jako je Velká Británie, Francie, skandinávské státy, Japonsko nebo USA se vodíková infrastruktura vyvíjí do využitelné podoby.“ Rok od roku nyní roste počet čerpacích míst a s tím i jejich význam. H2 Mobilita má plán postavit do roku 2023 100 vodíkových čerpacích stanic v Berlíně, Frankfurtu, Hamburku, Mnichově, v oblasti Porýní-Porúří a ve Stuttgartu. Stanice, ať již integrované nebo samostatné, by měly stát také na hlavních trasách spojujících tato města.

Vodík podporují výrobci stojanů i ropné koncerny

V Japonsku je dnes asi největší boom automobilů s palivovými články, čemuž odpovídá i rychlá výstavba infrastruktury. Přibližně z 80 procent se na tom podílí i firma Tatsuno, která ve své rozsáhlé expozici vystavovala kromě produktů českého zastoupení Tatsuno Europe také stojan na vodík, který byl dovezen z Japonska, ale přibližně do roka by mohl získat i certifikaci i pro evropský trh. Vodíkový stojan pak byl k vidění také v expozici americké společnosti Wayne, která vodíkovou infrastrukturu pomáhá se Shellem budovat hlavně v USA.

Další vodíkový stojan ve spojení s rychlonabíjecí stanicí na elektřinu stál na stánku ropné společnosti Total. Ta má vedle účasti na projektu H2 Mobilita v oblasti alternativních paliv velké plány, které se netýkají pouze Francie a Německa. Expandovat chce vedle elektřiny především s vodíkem. Na jaře převzal Total jinou francouzskou firmu Saft, která vyrábí baterie, v roce 2011 pak koupil firmu SunPower, která se zabývá výrobou a skladováním elektřiny z obnovitelných zdrojů. Stále atraktivnější je však „skladování“ elektřiny tím, že se s její pomocí vyrobí vodík, který pak poslouží k pohonu vozidla s palivovými články, které si samo vyrobí elektřinu pro pohon elektromotoru. Na první pohled krkolom-

ná cesta je dnes vedle fosilních paliv asi nejefektivnější z hlediska zachování energie a přitom je to absolutně čistá energie bez dopadu na životní prostředí.

První vodíkovou čerpací stanici ostatně Total otevřel v Berlíně v roce 2002. V roce 2006 pak byl vodíkový stojan přímo integrován do běžné čerpací stanice. Tankovat sem jezdí vodíkové modely automobilek BMW, Ford, Opel, Mercedes nebo Volkswagen, které jsou součástí volného sdružení Clean Energy Partnership (CEP), a také flotila 14 autobusů z projektu HyFleet, který má za cíl vytvořit vodíkovou autobusovou dopravu v mnoha světových metropolích od Perthu až po Reykjavík. V březnu 2007 Total otevřel další vodíkovou čerpací stanici v Mnichově naproti správní budově BMW. I zde se prodává společně s konvenčními palivy, ale tankovat sem jezdí hlavně flotila luxusních sedanů BMW sedmičkové řady s označením Hydrogen. Nová přípojka umožňuje bezpečné tankování tekutého vodíku, který se čerpá z tlakové nádrže uložené pod zemí. Partnerství mezi firmou Total a BMW bylo posíleno ještě otevřením první vodíkové stanice na dálnici v belgickém Ruisbroeku směrem na Brusel. Mimochodem, vodík je zde uložen při teplotě -253°C a tlaku 850 barů v nadzemní nádrži s kapacitou 17 600 litrů.

■ TEXT: Jiří Kaloč
FOTO: autor



▲ Francouzský ropný koncern Total vystavoval stojan pro tankování vodíku kombinovaný s rychlonabíjecí stanicí pro elektromobily.

► Japonská společnost Tatsuno přivezla do Evropy stojan na čerpání vodíku, se kterým v současnosti ovládá japonský trh s tímto alternativním palivem.



◀ Na stánku H2 Mobility Deutschland byl k vidění tento stojan pro tankování vodíku. Není problém jej integrovat mezi standardní stojany na fosilní paliva.

▼ V Německu již jezdí na pravidelných linkách vodíkové autobusy.



SHOP A GASTRO

Obchod čerpací stanice disponuje největším obchodním potenciálem

Expozice v sekci Shop&Convenience na UNITI Expo potvrdily, že obchod na čerpací stanici ve srovnání s výdejem pohonných hmot a poskytováním služeb mytí automobilů v současné době disponuje největším obchodním potenciálem.



velmi dynamicky se vyvíjejícím odvětví se specializovanými firmami. Jednoznačným evropským lídrem v logistice s potravinářským sortimentem pro shopy včetně zásobování surovinami a polotovary pro bistra a restaurace čerpacích stanic je Lekkerland, který se prezentoval na viditelně největší ploše. Lekkerland spolu s dalšími typicky potravinářskými značkami jako je EDEKA, SPAR nebo BILLA nabízí převedení shopu čerpací stanice na prodejnu potravin včetně zajištění logistiky a marketingové komunikace. Ucelený a komplexní koncept prodejen nabízí zpravidla na bázi franšizy provozovatelům značkových i nezávislých čerpacích stanic.

Gastru vládnou franšizové koncepty

Zážitkové nakupování

Sekce s názvem Shop&Convenience se na veletrhu ve srovnání s minulým ročníkem stejně jako palivářské, technické a myčkařské výrazně rozrostly nejen co do plochy a velikostí jednotlivých stánků, ale i co do počtu vystavovatelů.

Výstava ukázala jednoznačné trendy ve vývoji obchodu čerpací stanice z hlediska sortimentní strategie a s tím souvisejícího vybavení. Hlavním trendem je takzvané zážitkové nakupování, kdy se prodejci snaží podnítit nákupní chování zákazníků především příjemnou atmosférou. A tak byl prakticky celý sektor Shop&Convenience přehlídkou moderního shopdesignu. Zde je třeba poukázat na jeden markantní trend, který by se dal označit jako konec tištěných POS a nástup multimédií. Veškerá komunikace nabídek sortimentu zejména

v gastroprovozu probíhá výhradně na velkoplošných LED panelech, ve skutečnosti se ale jedná o televize přehrávající většinou statické, méně často i pohyblivé video prezentace z přenosné flashpaměti. Přičteme-li k dnešním cenám LED-TV monitorů flexibilitu při jakékoliv změně obsahu zobrazované grafiky (například ceny jednoho z pěti produktů), s přehledem posílají klasické POS tištěné v tiskárně a pak klopotně distribuované do místa prodeje na smetiště dějin marketingové in-store komunikace.

Potravinářské značky na čerpacích stanicích

Řada distributorů pohonných hmot si uvědomila, že budování vlastního know-how v oblasti obchodu s převážně potravinářským zbožím a gastronomií je příliš nákladné, a přitom jen stěží lze držet krok v tomto

Standardem pro velké odpočinkové provozy i střední a dokonce i menší lokální stanice je bistro s nabídkou čerstvé kávy společně s nabídkou pečiva z rozpeku a čerstvých sendvičů, doplněných podle dispozice stanice o teplé bistro v podobě panini, párků či bavorské sekané, hamburgerů a pizzy. Na výstavě se prezentovala celá řada převážně franšizových shop-in-shop konceptů orientovaných buď na celý gastroprovoz, nebo jen na určité produkty především v podobě kávových koutků a pekáren.

Zatímco koncepty celého bistra vynikaly velmi zdařilým designem, malé koncepty zaujaly nápaditostí. Například Opa Jupp's skříňový parní ohříváč udrží původní chuť párků, klobás a třeba i sekané ve výtečné kvalitě, zákazník dobře vidí na nabízené produkty a navíc zařízení zabere jen cca 30 cm šířky pultu. Podobně prostorově úsporný je i koncept Surf'n'Fries, kte-



Automaty pro samoobslužný výdej krémových polévek Soupster.



Opa Jupp's skříňový parní ohříváč párků, klobás atd.



Bezdrátově řízené elektronické cenovky - Electronic Shelf Labels (ESL) Tronitag.



Komplexní nabídka praktického drobného vybavení pro samoobslužná bistra společnosti F&B Tec.

rý je díky bezolejové technologii přípravy bramborových hranolek vhodný pro čerpací stanice, jelikož se z ní do prodejny nešíří tradiční mastný odér. Jako gastronomická kuriozita vypadaly automaty pro samoobslužný výdej krémových polévek Soupster. Přítomní návštěvníci expresně připravené polévky zvědavě ochutnávali a s překvapením uznale hodnotili jejich prémiovou kvalitu.

Moderní design a funkčnost vybavení

Oproti minulému ročníku viditelně ubylo

fírem specializovaných pouze na výrobu a dodávky technického vybavení shopů, bister a sociálních prostor. Přesto i v této oblasti bylo vidět řadu zajímavých nápadů a novinek. Hygienickému servisu dominoval německý gigant ILLE, který zde předvedl několik nových sad vybavení pro veřejné sociální prostory a gastropozy.

Zajímavá a velmi komplexní byla i nabídka velmi praktického drobného vybavení společnosti F&B Tec, bez kterého si dnes nelze moderní, převážně samoobslužné bistro na čerpací stanici představit. Firma nabízí vybavení různých značek ve čtyřech srozumitelných paketech: výdejní zásobní-

ky, vše pro coffeeservis, hot-dogy a sendviče. Pro české podnikatele je zajímavé i sídlo firmy nedaleko našich hranic s Německem v podkrušnohorském Neukirchenu.

Důkazem, že trendem ve venkovním vybavení je barevnost a design, byly uzavíratelné boxy s roletou pro nabídku olejů a provozních kapalin Glasdon a taktéž odpadkové koše, retardéry, patníky či POS před stojany firmy IWS handling. Uvedené výrobky mají sice většinou kovový základ, avšak vrchní plášť tvoří odolný probarvený a stálobarevný plast, díky kterému získává výrobek zajímavé tvary a funkčnost hlavně díky velmi snadné údržbě. ➡



Plastové korpory uzavíratelného boxu s roletou pro nabídku olejů a provozních kapalin Glasdon a odpadkových košů IWS handling.



Doba LEDová – LED zobrazovací tabule nad pokladní zónou, LED podsvětlené regálové police...

Elektronické cenovky

➔ Technologii moderního obchodu budoucnosti představila na výstavě tak trochu méně okázale a skromně firma Tronitag – systém bezdrátově řízených elektronických cenovek – Electronic Shelf

Labels (ESL) na bázi elektronického papíru. Tato zásadní novinka s vysokým stupněm inovativnosti je velmi přitažlivým tématem zejména pro centrálně řízené sítě obchodů. Systém umožňuje velmi efektivně a flexibilně prostřednictvím vzdálené správy dálkově řídit prodej až do úrovně nastave-

ní cen v místě prodeje bez vlivu lidského činitele obsluhujícího personálu, který se může o to více soustředit na péči o zákazníky.

■ AUTOR: Tomáš Mikšovský
FOTO: Jiří Kaloč



Samoobslužné kávové koutky a backshop – přístěnné moduly pro vestavbu do jakékoliv prodejny čerpací stanice.

Gastrokoncept pro malé a střední stanice – pekárna, sendviče, hot-dog/burger, panini, espresso...

Havárie v kralupské rafinerii

Rafinerie v Kralupech bude odstavena minimálně na čtvrt roku

Unipetrol měl během necelého roku dvě vážné nehody. Loňský srpnový požár v etylenové jednotce omezil výrobu v Litvínově, kde letos v důsledku neplánovaného prodloužení odstávky byl narušen odbyt pohonných hmot, a letošní havárie pak vyřadila provoz celé rafinerie v Kralupech nad Vltavou.



Výpadek asi na tři měsíce

K výbuchu na jednotce fluidního katalytického krakování došlo 17. května. Vedení společnosti po primární analýze škod soudí, že k obnově výroby dojde v horizontu dvou až tří měsíců. Někteří odborníci ale berou čtvrtletní

výpadek jako optimistický odhad a domnívají se, že se rafinerii podaří zprovoznit až po delší době. Tříměsíční výpadek produkce by mohl podle generálního ředitele Unipetrolu Marka Świtajewského znamenat výpadek až 100 kt automobilových benzinů, 100 kt motorové nafty a 15 kt leteckého petroleje.

Stejně jako upřesnění doby výpadku kralupské rafinerie zatím nebylo podle tiskového mluvčího Unipetrolu Mikuláše Dudy možno sdělit ani alespoň přibližný odhad vzniklých škod. „Dokud nebude vydáno regulatorní oznámení, nemohu bohužel informace poskytnout,“ vysvětluje Duda. Škody v důsledku havárie vznikly společnosti nejen na odstranění následků havárie, provizorních opatření a opravě poškozeného zařízení, ale také v podobě ušlého zisku z nerealizovaných dodávek. Ztráty společnost zřejmě zaznamená i při plnění dlouhodobých kontraktů na dodávku paliv, kdy příslušné závazky musí řešit dražším náhradním dovozem produktů ze zahraničí.

Unipetrol řeší navíc ještě další problém. Nemá kam ukládat ropu, kterou jinak průběžně zpracovává. Na uskladnění 100 kt ropy se snaží domluvit se Správou státních hmotných rezerv (SSHR), aby uvolnila státem skladovaný benzin za účelem prodeje na českém trhu. Předseda SSHR Pavel Švagr proto svolal NESO (Národní organizace pro společný postup ve stavu ropné nouze) s cílem posoudit závažnost situace a nalézt optimální řešení pro stát i Unipetrol. Experti NESO došli k závěru, že kritickou situaci vyřeší komerční sektor bez nutnosti zásahu SSHR či vlády ČR, která by musela čerpání strategických zásob schválit.

MERO očekává ztrátu desítek milionů

Opakované výpadky zásobování českého trhu z rafinerií Unipetrolu významně znepokojují především státem vlastněné společnosti MERO a Čepro, které na produkci rafinerií mají silnou návaznost. „Výpadky rafinerií ke stabilitě trhu určitě nepřispívají. Počkejme ale na analýzu příčin současných problémů,“

konstatuje Stanislav Bruna, generální ředitel MERO. „V posledních letech nás obchodně-technická situace na trhu v ČR nutí více se orientovat na rafinerie v okolních státech, které nejsou napojeny na produktovodní systém,“ potvrzuje změnu strategie zásobování motorovými palivy generální ředitel společnosti Čepro Jan Duspěva.

Zatímco Čepro zatím výpadek produkce kralupské rafinerie finančně nepociťuje, MERO ztráty očekává. Výpadek zpracování ropy v rafineriích Unipetrolu znamená logicky i výpadek v její přepravě, která je pro MERO jedním z hlavních zdrojů příjmů. „Snažíme se samozřejmě dopady na nás i na Unipetrol minimalizovat, poskytl jsme Unipetrolu volnou kapacitu pro uložení ropy, kterou nemůže zpracovávat, a provádíme další kroky, které jsou nezbytné pro udržení provozuschopnosti ropovodního systému, jenž je nyní přeplněn aktuálně nezpracovatelnou ropou,“ vysvětluje současnou situaci Bruna. I když je podle něj předčasné hovořit o celkové výši finančních ztrát, hodně bude záležet na tom, jak rychle bude stabilizován standardní pro-

voz rafinerií. „Přistoupili jsme i k úsporným opatřením a odložili některé výdaje, ale očekáváme ztrátu v desítkách milionů korun,“ dodává Bruna.

Zásobování zajištěno importem

Společnost bezprostředně po havárii informovala své odběratele. V případě Kralup se jedná prakticky výhradně o produkci benzínu, kterého se měsíčně v Česku spotřebuje na 180 milionů litrů a jehož nedostatek se distributoři nyní snaží nahradit zvýšením dovozu.

Velkoobchodní společnosti ujišťují, že nedostatek benzínu v Česku nehrozí a že dovozem dokáží výpadek domácí produkce nahradit. Vzdálenost rafinerií za hranicemi Česka nečiní velkým logistům žádné významnější problémy. Největší státem ovládaný distributor paliv, společnost Čepro, je podle vyjádření tiskové mluvčí Lenky Svobodové připraven i přes omezení dodávek pohonných hmot z Kralup plnit stabilizační roli v oblasti zásobování českého trhu a v současné době navýšil objem importu pohonných

hmot jak pro vlastní potřebu, tak pro své partnery. „Dochází k masivnímu nárůstu dodávek PHL do skladovacího systému ČEPRO prostřednictvím železnice. Aktuálně v měsíci červnu přijímáme více než 130 ucelených vlakových souprav PHL,“ říká generální ředitel Čepa Jan Duspěva.

Současná situace hraje do karet největšímu konkurentovi Unipetrolu, společnosti MOL, která disponuje rovnocenným přístupem na tuzemský trh díky přímému napojení bratislavské rafinerie Slovnaft produktovodem do skladů Čepa. „Zaznamenali jsme zvýšenou poptávku po produktech, avšak zatím se nejedná o nijak dramatický nárůst,“ tvrdí Josef Sládek, Supply & Sales Manager společnosti MOL Česká republika. Podle něj je Skupina MOL připravena reagovat na zvýšení poptávky navýšením zásobování českého trhu. „Kapacity jsou dostatečné pro pokrytí podobného výpadku. Z produkce Slovnaftu jde 75 procent na export,“ dodává Sládek.

■ AUTOR: Tomáš Mikšovský
FOTO: autor



PETROL
PARTNER

**Čistě mezi námi,
kojot je nejlepší.**



COYOTE

www.coyote.cz

autokosmetika

Autokosmetika COYOTE, pro vaše auto jen to nejlepší. Rychle. Snadno. Kvalitně.

ČAPPO

Negativní vliv legislativy EU na konkurenceschopnost rafinérií

Dopis obsahující Společné prohlášení ke konkurenceschopnosti rafinérského průmyslu EU zaslalo italské ministerstvo hospodářství jménem dalších pěti zemí EU (SRN, Maďarsko, Irsko, Polsko a Slovensko) generálnímu řediteli výboru Evropské komise pro DG Energii (DG Energy) a generálnímu řediteli DG pro Výzkum a průmysl.



Legislativní regulace negativně ovlivňují konkurenceschopnost

Společné prohlášení vzniklo na základě činnosti Rafinérského fóra zemí EU, které se zabývalo, za účasti všech zemí EU provozu-

jících rafinérie a z iniciativy Evropské komise, kontrolou účinnosti vlivu současného regulačního legislativního prostředí na efektivitu provozu rafinérií. Důvodem analýzy je nedávné zastavení provozu 14 rafinérií v pěti zemích EU, ztráty pracovních míst a efektiv-

ty provozu rafinérií ve vazbě petrolejářského průmyslu pro energetickou bezpečnost dodávek paliv pro dopravu a surovin pro petrochemický průmysl. Základní studii k problematice konkurenceschopnosti rafinérií zpracovala roce 2014 společnost CONCAWE na základě dat z 82 provozovaných rafinérií v zemích EU.

Klíčovým závěrem analýzy je, že legislativní regulace výrazně negativně ovlivňují konkurenceschopnost rafinérského průmyslu v EU v důsledku investičních a provozních nákladů ve srovnání s jinými obory. To vede ke ztrátě jejich konkurenceschopnosti na trhu.

Vysoké energetické náklady

Nenahraditelným posláním rafinérského průmyslu je výroba a distribuce paliv pro všechny druhy dopravy a výroba surovin pro petrochemický a chemický průmysl. To jednoznačně určuje jeho strategický význam pro hospodářství průmyslových zemí. Bezpečnost dodávek paliv tak zůstává pro státy hlavním úkolem.



Laserová kalibrace a ověřování nádrží

- na líh, biolíh, benzíny a jiné ropné produkty
- na naftu, sloužící jako SHR
- na LTO
- na čerpacích stanicích



- Autorizované metrologické středisko (dle ČSN ISO 17025)
- Záruka kvality a stability (20 let na trhu)



Kontakt:

Houdek spol. s r.o.,
Ještědská 85, 460 08 Liberec
Tel.: 482 770 884, 482 771 352, 603 858 724
info@houdeksro.cz, www.houdeksro.cz

Petrolejářský průmysl (zvláště v Evropě) je velmi energeticky náročným odvětvím ve srovnání s ostatními průmyslovými obory. Energetické náklady představují cca 60 % celkových provozních nákladů, což představuje významnou konkurenční nevýhodu. Zároveň má petrolejářský průmysl značný vliv na životní prostředí, a to v celém životním cyklu těžba-zpracování-distribuce-spotřeba. Z tohoto důvodu je proto legislativní regulace na tento obor zvláště zaměřena. I do budoucna se očekává zvyšování regulační zátěže rafinérského průmyslu EU a růst významných nákladů na dodržování předpisů spojených se směrnicí o průmyslových emisích (IED) a budoucími fázemi Evropského systému emisního obchodování (EU ETS). Tyto náklady se zakládají na jednostranném zatížení rafinérií EU, kterému nejsou vystaveni konkurenti mimo EU a ostatní dodavatelé PHM v EU. To vede k významnému narušování konkurenceschopnosti rafinérského průmyslu EU.

Vyvolané investice 7,1 mld. eur ročně

Obdobný negativní vliv na efektivitu rafinérského průmyslu má legislativou daná povinnost nahrazovat fosilní složku v palivech energií z obnovitelných zdrojů, konkrétně biopalivy I. generace a vyspělými biopalivy. Tyto produkty jsou v naprosté většině případů dražší než fosilní složky pohonných hmot a způsobují nejen negativní vliv na efektivitu rafinérií, ale zvyšují i maloobchodní cenu pohonných hmot.

Ve zmíněné studii CONCAWE je vyčíslen odhadovaný ekonomický dopad šesti zásadních směrnic Evropského parlamentu a Komise na petrolejářský průmysl. Jedná se o následující:

- Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2010/75/EU o průmyslových emisích (inte-

grované prevenci omezování znečištění)

- Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2009/29/ES/EU, kterou se mění směrnice 2003/87/ES s cílem zlepšit a rozšířit systém obchodování s povolenkami na emise skleníkových plynů ve Společenství o průmyslové emise (integrována prevence omezování znečištění)
- Směrnice Rady 1999/32/ES o snižování síry v některých kapalných palivech a o změně směrnice 93/12/EHS
- Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2009/28/ES o podpoře využívání energie z obnovitelných zdrojů a o změně a následném zrušení směrnice 2001/77/ES a 2003/30/ES
- Směrnice Evropského parlamentu a Rady 2009/30/ES/ES, kterou se mění směrnice 98/70/ES, pokud jde o specifikaci benzínu a motorové nafty a plynových olejů, zavedení mechanismu pro sledování a snížení emisí skleníkových plynů, a směrnice Rady 1999/32, pokud jde o specifikaci paliva používaného plavidly vnitrozemské plavby, kterou se ruší směrnice 93/12/EHS
- Nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1907/2006 o registraci, hodnocení, povolování a omezování chemických látek.

Odhadované budoucí investiční náklady na realizaci regulačních aktů představují v rafinériích EU do roku 2020 cca 3,6 – 7,1 mld. euro každý rok.

Zásadní požadavky Společné deklarace

Výchozí studie kontroly účelnosti dopadů současných právních předpisů je velmi důležitou referenční studií. Proto signatáři dopisu adresovaného výboru pro DG Energie a DG pro Výzkum a průmysl ve Společném stanovisku doporučují, aby studie byla:

- pravidelně aktualizována
- používána jako součást zlepšené tvorby regulačních předpisů
- použita k informování politiků jako základ pro posouzení kumulativního dopadu nových předpisů na konkurenceschopnost petrolejářského sektoru
- zahrnuta do budoucího posuzování legislativních návrhů týkajících se petrolejářského průmyslu
- sdílena jako prioritní záležitost s těmi orgány, které jsou zapojeny do posuzování evropské strategie energetické bezpečnosti v orgánech EU a s Koordinační skupinou pro ropu a diskutována pravidelně se zúčastněnými stranami
- považována za součást ročních zpráv Energetické Unie
- začleněna do jednání Rady pro energetiku EU
- větší měrou medializována politikům, odborné veřejnosti a správním úředníkům.

Zásadním požadavkem Společné deklarace je, aby rafinérskému průmyslu zemí EU bylo umožněno soutěžit v rovných a spravedlivých podmínkách s ostatními globálními aktéry trhu a aby legislativní politika opustila narušování tržních pravidel. Tržní mechanismy musí být i nadále nejvíce nákladově efektivní způsob, jak dosáhnout cíle spolehlivého strategického významu rafinérského průmyslu.

Signatářské země poukazují na velký význam konání pololetního Rafinérského fóra pro projednávání aktuálních otázek konkurenceschopnosti rafinérií. Proto tato setkání podporují a žádají EK o jejich organizaci.

Jsme přesvědčeni, že uvedené požadavky Společné deklarace jsou akceptovatelné i subjekty českého petrolejářského průmyslu a že se ČR k deklaraci připojí.

■ PR ČAPPO

VESTAVNÉ I PŘISAZENÉ NA PODHLED PŘESTŘEŠENÍ

Výměna za Canolux STD kus za kus bez zásahu do přestřešení

- Příkon 116W
- 15 ks LED diod americké výroby
- Světelný tok 11 500 lm

- Teplota barvy 4000 K
- Lumen/Watt 87,1
- Akční cena 8900,- Kč/ks



Provozní kapaliny (19)

Univerzální chladicí kapalina neexistuje

Donedávna se sortiment chladicích kapalin omezil na dva typy. Dnes si ale každá automobilka stanovuje vlastní pravidla na jejich složení, která si protiřečí s požadavky konkurentů. Lze se v tom alespoň trochu vyznat?



Růžová kapalina není vždy „děčko“

Donedávna si motoristé vystačili se dvěma typy chladicích kapalin – modrozelenou a růžovou. Jiné typy ani nebylo možné na prodejně sehnat. V současnosti se diverzifikace nemrznoucích směsí pro chlazení začíná podobat motorovým olejům a každý automobilový koncern si diktuje odlišná pravidla na jejich složení, která si protiřečí s požadavky konkurentů.

Když koncern Volkswagen zaváděl v roce 2005 nový typ chladicí kapaliny G12++ dle normy TL 774 verze G, udělal chybu: ponechal jí růžové (fialové) zbarvení jako starší G12(+). Totéž se opakovalo i v roce 2010, kdy pro první plnění připravil novou kapalinu G13 dle téže normy, typ J. Mohou si pak být zákazníci vůbec jistí, že do svých vozů lijí tu správnou „růžovou“ kap-

linu? Jestliže v konkrétní „Škodovce“ nebude ta správná růžová nemrznoucí směs, až tolik se toho nestane. Ve všech případech je výměnná lhůta min. 5 let. V případě záměny kapaliny typu G12, G12+ na jedné straně a antifreezu G12++ na straně druhé by měla být maximálně lehce zkrácena obměna kapaliny v systému. Hliníkové slitiny koncernu se v průběhu posledního desetiletí mnoho nezměnily, ale vzrostla nám výrazně v rámci snižování emisí provozní teplota. Takže v případě záměny kapaliny G12(+) a kapaliny, která se nyní používá v koncernu Volkswagen pro první plnění (TL 774 J) - G13, je dilema nad výměnou vážnější.

Nelze se zavděčit všem normám

Téměř všechny chladicí kapaliny na trhu jsou na bázi stále stejného ethylenglykolu



Ing. Jan Skolil

se již desátým rokem věnuje problematice vývoje provozních kapalin, nejprve ve firmě Velvana a v současnosti ve společnosti Classic Oil s.r.o. Je součástí doktorandského programu VUT v Brně, fakulty chemické, v oblasti teplosměnných nemrznoucích kapalin. Je členem týmu odborných poradců redakce magazínu PETROL.

jako nemrznoucí složky. Pokud pomineme okrajově prodávané již předřaděné verze „ready to use“, znamená to, že jde vždy o koncentrát a změna zbarvení kapaliny indikuje odlišné složení inhibitorů koroze. Výše zmíněné růžové kapaliny, které jsou výhradně na bázi organických inhibitorů koroze, se pak liší právě v obsahu silikátů, jako skvělého ochránce hliníku a jeho slitin. Mnohem horší věci se však mohou dít, pokud se obyčejná růžová (pro někoho i červená) kapalina používá do vozidel jiných značek nebo typově starších automobilů. V některých případech to málokdo může poznat (Ford, BMW, Volvo aj.), protože tato vozidla obsahují kapaliny i materiály na stejném základu jako Volkswagen. Odlišnosti však nalezneme jak u výkonnostně náročnějších strojů (autobusy, tahače, traktory a další), tak u korejských, japonských, francouzských či amerických vozidel.

Francouzský speciál poprvé

Stejně tak není nutné dlouhodobě představovat žlutozelenou fluoreskující kapalinu používanou zejména pro motory značky Renault. Pokud pomineme osobní francouzské vozy, našla použití jak v některých strojích vojenské speciální techniky, tak i pro autobusy z Vysokého Mýta, které

tyto motory svého času používaly. A důvodem nebyl nějaký rozmar v požadavku na speciální barvu, ale odlišné konstrukční prvky v motoru a chladicím okruhu výrobce. Právě proto je nutné použít speciální kapalinu s naprosto stejnou nemrznoucí složkou jako originály od TOTALu - Maxigel Plus či Ultracooling a obdobně kvalitní inhibiční ochranou.

PSA jde svou cestou

Zatímco Renault se omezením ve složení inhibitorů koroze příliš nevěnuje, jeho dva francouzští kolegové Peugeot a Citroën (koncern PSA) se složením předepsaných nemrznoucích směsí řídí podobně jako koncern Volkswagen. Zakázány jsou tak nejen aminy, bor(ax), dusitany, fosfáty jako právě u VW, ale oproti němu jsou zde zakázány i silikáty, a naopak předepsán molybdenan – inhibitor na bázi těžkého kovu. Ten paradoxně netoleruje v použití Volkswagen společně s fosfáty více než dvacet let. Čistou logikou tak nemůže existovat chladicí kapalina, která by 100% plnila německou normu VW TL 774 a zároveň francouzskou PSA B71, prostě to chemicky nejde.

Japonské, korejské a americké vozy

Zatímco pravá „amerika“ je stejně jako u motorových olejů kapitola sama pro sebe, u asijských vozů, z velké části vyráběných na evropském kontinentu, by se mohlo zdát, že velké odlišnosti nebudou. V některých prvcích nejsou, ale jak jistě víte, japon-

ští výrobci si některé součástky nechávají dovážet dříve přímo ze zámoří, nebo pro ně postaví na našem kontinentu vlastní továrnu s japonským vedením a technologií. To je i případ některých chladicích kapalin. Zatímco v manuálu k asijskému vozu nenačtete o odlišnosti přítomné chladicí kapaliny ani zmínku (třeba Suzuki, Mitsubishi, KIA), realita může být jiná. Za pravdu nám dávají často i odlišná zbarvení těchto kapalin. Chemie ovšem za ně mluví naprosto neúprosně: zatímco v evropských chladicích kapalinách jsou fosfáty zakázány, a silikáty (VW) nebo molybdenany (PSA) předepsány, u japonských a korejských vozidel je to přesně naopak. Chladicí kapalina, která nemá ve svém složení ekologicky problematické fosfáty, nikdy nemůže plnit normy japonských vozidel jako Daihatsu, Honda, Isuzu, Nissan, Mazda, Mitsubishi, Subaru, Suzuki, Toyota, Acura, Infiniti a Lexus, a korejských automobilek Daewoo, KIA, Hyundai, Samsung nebo SsangYong.

Všechn hliník není z Humpolce

Kromě výkonnějších motorů s kubaturou nad 2 000 cm³ jsou všechny ostatní bloky motoru dnes vyráběny převážně z hliníku. Zatímco ochránit železo a jeho slitiny není pro chemiky takový problém, s lehčím hliníkem nastává mnohem více potíží. Již dávno jsou překonané duralové slitiny s obsahem mědi, ale říct, že ve vašem voze máte hliníkovou slitinu s obsahem křemíku, mědi nebo manganu, vám nikdo od stolu nedokáže. Pak si ani nemůžete být jistí, že „univerzální“ růžová kapalina je použitelná

Doporučení pro čerpací stanice

Základem je určitě modrozelená kapalina pro všechny starší vozy do roku 2000, růžová G12(+) pro vozy do roku 2010 cca, a G13 pro nejnovější automobily koncernu VW. Pokud bude chtít dolévat řidič autobusu či jiné těžké dieselové techniky, raději jej pošleme ke specialistovi. Pro nabídku na chlazení francouzských a asijských vozidel bude nutné si co nejdříve doplnit portfolio na ČS. V každém případě platí vždy pravidlo, když nevíme co zákazníkovi doplnit a chladicí kapalinu má pod rýskou nebo svítí kontrolka chlazení, doplňujeme alespoň vodu (destilovanou), obzvláště pak v období jaro podzim bez jakýchkoliv obav. Ta je pro všechny koncerny stejná a nedá se s ní u chlazení nic zkazit. Po jízdě pak zákazník v odborném servisu doplní správnou tekutinou na doporučenou koncentraci.

přímo pro vaše auto. Má všechny potřebné inhibitory na ochranu hliníku, mědi, hořčíku, křemíku, železa nebo manganu? Nebo váš zákazník na čerpací stanici má zrovna Audi, kde se používá typ AlSi10Mg(Cu) s hořčíkem? V současnosti je tak nutné být velmi obezřetný a sledovat, zda vybraná kapalina je pro danou značku vozidla právě tou pravou.

■ AUTOR: Jan Skolil
FOTO: autor

Chladicí kapalina	Zbarvení	Obvyklé složení	Nedovolené složky
VW typ D, G12	● červená	OAT	fosfáty, silikáty, molybdenany
VW typ F, G12+	● fialová/růžová	OAT	fosfáty, silikáty, molybdenany
VW typ G, G12++	● fialová/růžová	OAT + silikáty	fosfáty, molybdenany, imidazol
VW typ J, G13	● fialová/růžová	OAT + silikáty	fosfáty, molybdenany, imidazol
Renault	● žlutozelená	OAT	dusitany
PSA	● bezbarvá/zelená	OAT + molybdenany	fosfáty, silikáty, molybdenany
Japonské a korejské vozy	● různé	OAT + fosfáty	silikáty
Autobusy a těžká technika	ASTM D6210	Anorganické inhibitory	-

Unipetrol RPA

Kvalita aditivovaných paliv Unipetrolu RPA

Unipetrol RPA jako významný subjekt na velkoobchodním trhu s palivy plánuje v letošním a příštím roce rozšířit a zviditelnit projekt „Partnerské čerpací stanice“, který provozuje již od roku 2007. Jedná se o program, který přináší zajímavé benefity provozovatelům menších, nezávislých sítí čerpacích stanic, případně i jednotlivým čerpacím stanicím.



Kvalita aditivovaných paliv

Mezi výhody programu Partnerské čerpací stanice patří například marketingová podpora čerpací stanice nebo sortiment aditivovaných paliv – benzin Ultra95 a UltraDiesel. Stejně jako u základní řady paliv ručí Unipetrol za vysokou úroveň kvality aditivované řady.

Bezolovnatý automobilový benzin Ultra 95 je aditivované palivo s vlastnostmi, které mají pozitivní vliv jak na motor automobilů, tak i na životní prostředí. Ultra 95 obsahuje multifunkční přísadu vyvinutou speciálně pro zesílení detergence, antikorozi ochrany a stability současně vyráběných benzinů s obsahem až 5 % etanolu. Mezi další vlastnosti paliva patří snižování spotřeby paliva, snižování emisí, vyšší výkon a ochrana citlivých částí motoru a palivového systému proti korozi a v neposlední řadě zlepšené odstraňování karbonových úsad a prevence jejich vzniku.

Motorová nafta UltraDiesel je palivo, které si za posledních pár let našlo velkou

skupinu svých příznivců. Jeho výjimečnost spočívá v přimíchání multifunkční přísady s mnoha pozitivními účinky jak na motor automobilů, tak i na samotnou jízdu. UltraDiesel má oproti běžným naftám vyšší cetanové číslo, které přináší především oživení motoru ve všech provozních režimech. UltraDiesel má také detergentní účinky, zlepšenou mazivost, protikorozi vlastnosti, nižší pěnovitost a svým složením potlačuje tvorbu emulzí a úsad. Díky tomu chrání motor proti opotřebení, snižuje jeho hlučnost a zmenšuje mechanické namáhání klikového mechanismu motoru.

UltraDiesel je aditivovaná motorová nafta nové generace a používá se jako palivo pro vznětové motory. Jejimi hlavními přednostmi jsou snižování spotřeby paliva, snižování emisí, vyšší výkon a ochrana citlivých částí motoru a palivového systému proti korozi.

Garance kvality

Pohonné hmoty Ultra, stejně jako pohonné hmoty základní řady, procházejí na partner-



František Aigerman

Ředitel odboru motorového paliva – regionální trh

ských čerpacích stanicích společnosti Unipetrol RPA ve spolupráci s SGS systémem nezávislých kontrol kvality. O skutečnosti, že nezávislí kontrolaři na dané čerpací stanici pravidelně odebírají vzorky paliv a že tyto vzorky vyhověly ve všech směrech požadavkům legislativních předpisů a norem, pak řidiče informuje nálepka s označením Garance kvality, umístěná na výdejních stojanech.

„Společnost Unipetrol RPA přichází s nabídkou Partnerské čerpací stanice se všemi jejími výhodami, aby podpořila nezávislé provozovatele čerpacích stanic, kteří svou činnost provozují podle platných norem a předpisů. Usiluje zejména o dlouhodobou spolupráci a tomu přispůsobila v tomto roce i podmínky, které partnerům nabízí,“ říká František Aigerman, ředitel odboru motor. paliva – regionální trh.

■ PR Unipetrol RPA,
František Aigerman



Partnerské čerpací stanice

Partnerské čerpací stanice mohou využít i další výhody spolupráce se společností Unipetrol RPA. Čerpadláři zapojení do projektu mají možnost využít balíčku služeb marketingové podpory. Unipetrol RPA pro ně pravidelně organizuje odborné semináře, které odrážejí aktuální témata a pomáhají se orientovat v novinkách a trendech distribuce a prodeje pohonných hmot, provozu čerpacích stanic a také v aktuální legislativě.

Unipetrol

Unipetrol je vedoucí skupinou v oblasti petrochemie, výroby plastů a jediným zpracovatelem ropy v České republice. V těchto průmyslových odvětvích patří mezi hlavní hráče i ve střední a východní Evropě. Od roku 2005 je součástí petrochemické a rafinérské skupiny PKN Orlen a v roce 2015 se stala jediným vlastníkem České rafinérské.



S námi dojedete dál!

PETROL
PARTNER



Když chcete zažít víc

Ultra95 chrání motor před tvorbou usazenin.
Snižuje tak spotřebu i náklady na provoz.
Díky vyšší efektivitě provozu i výkonu tak dojedete dál.



Ultra95

Powered by
UNIPETROL

Podpora rozvoje biopaliv

Biopaliva první generace budou na trhu i po roce 2020

Biopaliva první generace vyráběná v ČR mají úsporu emisí větší o 50 % oproti fosilním palivům. Zastropování biopaliv první generace na úrovni 6 % pro ČR znamená vzhledem k současnému stavu celkové zvýšení objemu produkce.



Podpora biopaliv v EU slouží k rozvoji jejich prodeje

Daňová podpora vysokoobjemových biopaliv od začátku letošního roku skončila a vysokoobjemová paliva (zejména biodiesel) z trhu zmizela. Biopaliva jsou i nadále součástí standardní nabídky pohonných hmot, ale jen v rámci povinného přimíchávání.

Podpora biopaliv v ČR je od letošního roku ještě o něco nižší než v okolních státech, stejně jako aktuální objem přimíchávání. Naproti tomu např. v Rakousku nebo na Slovensku je uplatněna nulová sazba spotřební daně i objem biopaliv v nízkoprocentních směsích. V jiných státech, např. Belgii nebo Francii, funguje nebo fungoval tzv. kvótní systém, který prakticky podporoval pouze domácí producenty.

V Polsku zase platí, že 70 % biosložek musí pocházet z domácích zemědělských surovin. Nižší sazba spotřební daně na trhu pohonných hmot se v ČR dlouhodobě historicky uplatňovala kromě biopaliv i na motorová paliva fosilního původu, jako např. LPG nebo CNG. V minulosti se takto také pomohlo k zavedení bezolovnatého benzínu. Cíl je přitom vždy stejný. Podpořit rozvoj prodeje výrobku, pakliže má stát na jeho rozvoji ekologický zájem.

Důsledky českého chytračení

Zdanění vysokobjemových biopaliv znamenalo během ledna a února jejich téměř okamžité vyřazení z nabídky českých čerpacích stanic. Současná legislativa logicky dopadá na takzvaný povinný subjekt, který musí splnit jednak

povinnost přimíchat stanovený objem biopaliv a také docílit předepsané snížení emisí CO₂. Sníženou sazbou distributorovi stát do konce minulého roku nabízel další možnost, jak splnit povinnost nadirigovanou EU.

Dosavadní podpora byla adresována a byla tedy výhodou právě pro takzvané povinné subjekty – firmy působící v distribuci pohonných hmot jako distributory, provozovatele daňových skladů a obchodníky, kteří prodávají pohonné hmoty tzv. oprávněným příjemcům. Zjednodušeně řečeno těm, kteří také mají možnost nakoupit pohonné hmoty stále ještě bez spotřební daně. Ti všichni díky tomu mohli plnit povinnosti povinného přimíchávání a snižování emisí CO₂ částečně na náklady státu. Respektive bylo jim umožněno neplatit plnou sazbu spotřební daně při povinném přimíchávání, ale nižší sazbu pro vysokoprocentní biopaliva. A šikovní distributoři toho často výborně využívali, kdy prodávali tzv. čistá motorová paliva bez biosložky, ale za cenu, jako by biosložku obsahovala, a vedle toho prodávali vysokoprocentní směsi s nižší spotřební daní.

Stát na to už v roce 2015 zareagoval, omezil toto tzv. započítávání na 30 % a vysokoprocentním biopalivům tak podstatně omezil jejich atraktivitu. Zvýšil se tím ale, paradoxně dokonce dvakrát, výnos pro státní kasu. Kdyby to stát neudělal, tak by hrozilo, že by se časem celá povinnost plnila výhradně vysokoprocentními biopalivy. Stát by přišel o výnos rovnající se rozdílu plné sazby spotřební daně proti té snížené, podporované. EU právě možnost tzv. započítávání rozporovala a letos bylo započítávání zrušeno. EU tak tlačí na zvýšení podílu biopaliv, což by výsledně mělo přinést kýžené úspory emisí CO₂.

Neúměra mezi energetickým obsahem a úsporou emisí

Legislativa týkající se biopaliv je opravdu slo-

žitá. V zásadě platí dvě souběžné legislativní normy. Ta první, u nás známější, je povinnost přimíchat 10 % energetického obsahu biopaliv do pohonných hmot. Dnes ale je možná méně důležitější, protože klíčovou roli bude sehrávat povinnost snížit emise v dopravě, a to o 6 % v roce 2020 ve srovnání s rokem 2010. Toho lze dosáhnout právě přimícháním biopaliv nebo rozvojem elektromobility apod. Aby však splnil povinný subjekt, jednoduše distributor pohonných hmot, povinnost snížit emise o 6 %, bude muset přimíchat podstatně více biopaliv než povinných 10 % energetického obsahu. Odhadem 12 – 15 %, podle úrovně úspory emisí, kterou každé biopalivo a jeho výrobce musí mít auditováno a certifikováno.

Růstu podílu biopaliv se v ČR neubráníme

V současnosti platí povinnost přimíchávání 6 % biosložky v motorové naftě a 4,1 % v benzínu. Jde o procenta objemová, nikoli tzv. energetického obsahu dle legislativy EU. Rozdíl mezi procenty tzv. energetického obsahu a objemovou náhradou v procentech je velmi podstatný a bohužel se u nás pořád tato čísla zaměňují.

Biopaliva obsahují ve stejném objemu paliva o něco méně energie než ropný produkt. Bionafta asi o 6 – 8 %, biolih asi o 25 %. Takže pro náhradu 10 % energetického obsahu potřebují nikoli 10 % objemu, ale v případě náhrady bionaftou asi 11 % objemu a v případě biolihu přibližně 12,5 % objemu. Pokud máme splnit 10 % energetického objemu v roce 2020, potom nám na to nebude stačit 10 %, ale přibližně 11 – 12 % objemového podílu biopaliv. Odborníci (především ČAPPO) opakovaně upozorňují na nereálnost plnění stanovených dlouhodobých ukazatelů.

Zavádění biopaliv dalších generací

V případě zastropování biopaliv první generace na úrovni 6 nebo 7 % to pro ČR znamená celkové zvýšení objemu biopaliv první generace. S ohledem na vysokou míru úspory CO₂ budou biopaliva první generace na trhu i nadále po roce 2020. Snahou EU je, aby ke splnění cíle došlo kombinací biopaliv 1. generace a dalších generací, resp. i prostřednictvím tzv. vyspělých biopaliv (ang. „advanced biofuels“). Původní představy EU byly ambiciózní v oblasti dalších generací, ale realita přece jen zvítězila, a tak ➔

Mýty o biopalivech

Evropa od biopaliv ustupuje

Není to pravda. EU potvrdila cíl 10 % do r. 2020 – potvrdila to Rada EU v září 2014 (za účasti premiéra B. Sobotky). V EU probíhá diskuse, jakými biopalivy se bude tento cíl plnit. Předmětem diskuse je určit procentuální podíl první a druhé generace biopaliv. I v případě, že dojde k zastropování biopaliv první generace na úrovni 6 nebo 7 %, bude to znamenat celkové zvýšení objemu biopaliv první generace v ČR. S ohledem na vysokou míru úspory CO₂ budou biopaliva první generace na trhu i nadále po roce 2020.

Biopaliva první generace škodí přírodě a nepřináší snížení emisí CO₂

Není to pravda. Všechna biopaliva první generace vyráběná v ČR mají nezávislým mezinárodním auditem prokázanou úsporu emisí větší o 50 % oproti fosilním palivům. Někteří výrobci dosahují úrovně úspory i přes 60 %.



Energy Storage Solutions

ŠETRNÉ K ŽIVOTNÍMU PROSTŘEDÍ

IDEÁLNÍ ŘEŠENÍ PRO SKLADOVÁNÍ KAPLIN



➔ původní viditelně nereálná vize 2,5 z 10 % vyspělých biopaliv nakonec končí nikoli jako povinný cíl, ale jako dobrovolný, indikativní a na úrovni pouhých 0,5 %.

Kde vzít suroviny pro biopaliva vyšších generací

Biopaliva dalších generací nemají být vyráběna ze zemědělských surovin pěstovaných na orné půdě. Z čeho se ale mají biopaliva druhé a vyšší generace produkovat v dostatečném objemu pro plnění vytyčených cílů, to zatím nikdo neví. Snaha EU je, aby byly z odpadů, mořských řas apod. Otázka zajištění dostatečné surovinové základny zbývá nezodpovězeno hned několik. Když se nevypěstuje na poli, tak kde se vezme?

Má-li jako zdroj sloužit odpad, pak problémem do budoucna bude definice, co odpad je a co už odpad není. Podle zemědělských odborníků hrozí blamáž, kdy se jednoduše z komodit budou dělat odpady a ty se pak budou používat k výrobě. Prvogeneračním biopalivům se v tomto ohledu nedá vytknout jedna klíčová věc. Jsou výrobně levná, zavedená na globálním trhu, obchoduje se s nimi na burze.

Jde o úsporu emisí, a nikoli o „výšku“ generace

Zásadní výhoda biopaliv vyšších generací oproti těm dnešním spočívá ve flexibilitě v použití při výrobě pohonných hmot, takže budou atraktivní pro rafinérský sektor. Dříve se také často uváděla i vyšší úspora emisí CO₂. Biopaliva první generace dnes běžně dosahují úspory hodně přes 60 % proti palivům ropného původu, a tak se může lehce stát, že druhá generace může být z tohoto pohledu dokonce horší. A míra úspory je klíčová ve vazbě na cenu biosložky, což je ostatně vidět i na trhu v Německu, kde dnes povinné osoby zajímá hlavně úspora emisí, a nikoli to, o jakou generaci jde.

Vyšší generace zatím neefektivní

Biopaliva dalších generací ale zatím vycházejí podstatně dražší a v tomto důsledku je i v Evropě výrazný nedostatek výrobních kapacit. Pro srovnání, jednotka na výrobu tzv. lignocelulózového bioetanolu v Itálii stála asi 4 miliardy korun při kapacitě menší než 10 000 tun. Odhadem je tak 4x dražší než jednotka první generace na srovnatelný objem. Navíc je ekonomicky živa spíše z prodeje podporované elektřiny než z prodeje biopaliv. Surovinou je zde obilná sláma. Jaký je ale rozdíl, třeba když u obilí nepoužijeme zrno, ale jen slámu? Obilná sláma je možná odpad, ale

Mýty o biopalivech

Zachráni nás biopaliva druhé generace

Výroba i suroviny budou pravděpodobně dražší než u biopaliv první generace, přičemž jejich vyšší úspora emisí CO₂ oproti první generaci bude minimální. Budou pak vyžadovat pravděpodobně dokonce vyšší míru daňové či jiné podpory než biopaliva první generace. V ČR to však bude znamenat podstatné omezení odbytu zemědělských komodit a nutnost jejich zvýšeného exportu.

Řepka škodí polím

Naopak. Řepka je výhodná jako předplodina před obilninami a zvyšuje výnos obilovin o 300 až 400 kg/1 ha.

Když se v ČR přestanou vyrábět biopaliva, přestane se pěstovat řepka

Nepřestane, a to s ohledem na vysokou poptávku v okolních zemích. Bude se pěstovat nadále, bude se však vyvážet a finální biopaliva se budou do ČR dovážet.

Řepka se používá jen na biopaliva

Naopak. Méně než polovina řepky (47 %) jde na biopaliva. V roce 2000 bylo 325 000 hektarů řepky, což je 9,2 % zemědělské půdy, v roce 2014 to bylo 389 tis. hektarů řepky, což je 11,1 % zemědělské půdy. V průměru za poslední roky jde 40 % na biopaliva, 27 % na výrobu potravin a 33 % na export.

Biopaliva se vyrábějí jenom z řepky

Nevyrábějí. Řepkový methylester je sice nejkvalitnější přísadou do motorové nafty, ale je možné estery vyrábět i z rostlinných olejů, jako jsou palmové nebo sójové, které se však v ČR ani EU nevyrábějí.

Biopaliva ubírají půdu pro potravinovou soběstačnost v ČR

I kdybychom chtěli stoprocentní potravinovou soběstačnost (cca 50 % potravin se do ČR dováží), i tak by bylo volných 720 tis. hektarů orné půdy a 200 tis. hektarů trvale travnatých ploch.

Celá řepka se při výrobě spotřebuje na biopaliva

Ne. Při výrobě biopaliv první generace se současně vyrábějí řepné šroty nebo kukuřičné a lihovarské výpalky, které jsou významnou součástí krmných směsí pro hospodářská zvířata a jsou tak přímo určené k využití v potravinářském sektoru. Pokud se tyto produkty nebudou vyrábět v tuzemsku, budou se místo nich dovážet sójové šroty zejména z Jižní Ameriky (kde se kvůli tomu kácí deštné pralesy).

Všechna biopaliva se v ČR vyrábějí z řepky

Není tomu tak. V ČR se vyrábí i bioethanol (přimíchává se do benzínu) z kukuřice, pšenice a cukrové řepy. Mohou se též použít odpadní nebo živočišné tuky, kterých je ale na trhu nedostatek.

také je přirozeným přírodním hnojivem, které se bude muset nějak v půdě nahradit.

Další projekt existuje v Černé hoře, který sice deklaruje, že bude používat suroviny nepotravinářské, na jejichž produkci stát poskytne asi 20 000 ha údajně nezemědělské půdy. Když na ní ale lze pěstovat cosi pro výrobu biopaliva, proč tam nejde pěstovat cosi pro lidi nebo pro zvířata? V Německu byla v nedávné minulosti jednotka používající technologii pyrolyzy, ale zkrachovala.

Často se uvádí jako zdroj upotřebené rostlinné oleje a tuky. Tyto suroviny budou umět zpracovat prakticky všichni výrobci první generace.

SMN 30 – zlatá střední cesta?

ČR byla výjimečným produktem nazývaným směsná motorová nafta označovaným SMN 30 nebo B30 s 30 % biosložky. Jde stále o výhod-

ní tuzemskou specialitu, která zatím v EU nemá obdoby. EU se viditelně tímto produktem inspirovala, a zatímco z čerpacích stanic v Česku po novém roce zmizela, EU plánuje jeho rozšíření. Zatím se diskutuje, jestli zde bude obsah biosložky 20 nebo 30 %, ale jedna varianta určitě uspěje. Je totiž výhodná a atraktivní i pro zpracovatele ropy a výrobce ropných produktů, ve kterých se uplatňuje 70 % motorové nafty. Jde o společný produkt výrobce biopaliva a motorové nafty a distribuuje se prostřednictvím stávajících čerpacích stanic úplně stejně jako motorová nafta. Dlouhodobé testy navíc prokázaly, že není třeba úprav motorů. Jde o kompromisní alternativu pro všechny.

■ AUTOR/FOTO: Tomáš Mikšovský

BMP 4000 / CNG

ELEKTRONICKÉ VÝDEJNÍ STOJANY NA STLAČENÝ ZEMNÍ PLYN



Srdečně vás zveme k návštěvě našeho stánku na výstavě
AUTOSHOW PRAHA 22. – 25. 9. 2016 a výstavě **CZECHBUS** 22. – 24. 11. 2016
areál Incheba Expo v Praze Holešovicích

TATSUNO EUROPE, a.s.

Pražská 2325/68, 678 01 Blansko, Česká republika

P: +420 516 428 411 / **F:** +420 516 428 410 / **E:** info@tatsuno-europe.com

www.tatsuno-europe.com

Biopaliva

Limity udržitelnosti bez podpory biopaliv nelze splnit

„Radikální obrat v politice biopaliv vysílá jasný signál o nestabilitě, který naruší důvěru investorů v tento sektor,“ říká v rozhovoru David García. Španěl, absolvent vysoké školy v Malaze a VŠCHT v Praze, který poté spojil svoji profesionální dráhu s lovosickým PREOLEm, kam nastoupil ještě v době jeho výstavby.



Ztráta důvěry investorů

Z českých čerpacích stanic prakticky během měsíce ledna zmizela bionafta, české dopravní podniky přešly z biodieselu na klasickou naftu. Je to důsledek ukončení podpory paliv první generace (1G) od ledna tohoto roku. Jaký má tento legislativní krok dopad na výrobce?

S ohledem na závazné ambiciózní cíle v oblasti obnovitelných zdrojů energie v dopravě (10% podíl energie a 6% snížení emisí do roku 2020), nemá podle mého názoru smysl snížit podporu biopaliv, která jsou aktuálně jedinou realistickou možností, jak dosáhnout zmíněných cílů. Myslím, že to je špatná strategie, protože radikální obrat v politice biopaliv vysílá jasný signál o nestabilitě, který naruší důvěru investorů v tento sektor.

Nesmíme zapomínat, že velké investiční projekty EU v pokročilých biopalivech, stejně jako výzkum a vývoj v této oblasti, jsou také podporovány výrobci první generace biopaliv. Má to samozřejmě negativní a bezprostřední dopad na české výrobce. Ale hlavně je jasné, že to zásadně negativně ovlivní zemědělské a krmivářské odvětví ve střednědobém horizontu.

Na druhou stranu, poptávka po biopalivech s vysokými úsporami emisí tu je a zvyšuje se každý den, tak co můžeme dělat?

V posledních několika letech EU legislativa vytvořila nejistotu kolem podpory 1G, s myšlenkou lepší podpory 2G a 3G. To mělo paradoxně zcela opačný účinek. Nestabilita legislativního rámce pro biopaliva vyvolala vážné následky v sektoru a významný počet

projektů 2G byl zastaven, např. projekt Ajos BtL (Finsko), předváděcí zařízení NSE Biofuels BtL (Finsko) nebo projekt BA GreenSky (UK).

V roce 2015 EU omezila podíl energie z 1G biopaliv na max. 7 % z konečné spotřeby v dopravě v roce 2020. Jak jsme na tom s plněním tohoto limitu u nás?

V současné době je v ČR podíl energie z biopaliv 1G v dopravě kolem 4,5 %, a to znamená, že biopaliva 1G mají stále značný prostor k růstu až do limitu stanoveného EU. Na druhou stranu EU stanovila závazný cíl snížení emisí o 6 % pro paliva v dopravě do konce roku 2020. Podle mého názoru přimíchávání biopaliv je v současné době v ČR jediný realistický postup k dosažení tohoto cíle, ale musí být náležitě podporován. Například pro dosažení cíle v roce 2020 by byl nutný přírůstek 11,5 objemových % bionafty (s 61 % úsporou emisí CO₂) do fosilní nafty.

Jaký je výhled plnění udržitelnosti výroby biopaliv z řepky v ČR v limitech stanovených EU

Výroba biopaliv v ČR a EU musí splnit velmi náročná kritéria udržitelnosti. V případě bionafty jsou kontrolovány všechny kroky od pěstování řepky až po finální výrobu bionafty. Udržitelnost bionafty PREOLu a udržitelnost řepky od našich dodavatelů jsou kontinuálně monitorovány a každý rok certifikovány podle systému ISCC (International Sustainability & Carbon Certification). Se zaměřením na optimalizaci využití energií a chemikálií bionafta vyrobená v PREOLu ušetří 62 % emisí CO₂ ve srovnání s fosilní naftou a ještě je prostor pro zlepšení této hodnoty možná až na cca. 65 %. To jsou

opravdu vysoká čísla a podle mého názoru jsou lepší, než má většina výrobců 1G v Německu, Francii či Itálii.

Velké širé žluté lány

Když se podíváme každé jaro na naši krajinu, všude zahlédneme žluté lány řepky. Jaká je její budoucnost jako suroviny pro výrobu biopaliv první generace?

Je dobře známo, že řepka je vynikající plodina s dlouhou tradicí v prakticky celé Evropě snad s jedinou výjimkou jižních zemí. Před více než 20 lety vznik výroby bionafty v České republice otevřel velmi zajímavou oblast pro další rozvoj zemědělského odvětví a nového využití řepky.

Podle dostupných údajů se pro výrobu biopaliv využije zhruba polovina produkce řepky. Jde o technickou plodinu?

Debata potravin versus biopaliva vytvořená v posledních letech je založena na nesprávných údajích a polopravdách, jež se zabývají více ekonomickými zájmy než reálnými fakty. V případě bionafty z řepky pravděpodobně většina lidí netuší, že ohledně objemů výroby je hlavní produkt de facto řepkový šrot, který je vynikajícím zdrojem bílkovin pro krmení zvířat.

Mohl byste na příkladu PREOLu definovat produkty, které se dají z řepky vyrobit?

Co se týče roční výrobní kapacity PREOLu, jsme schopni vyrobit kolem 130 000 t bionafty, 270 000 t řepkového šrotu, 60 000 t polo-rafinovaného (neutralizovaného) řepkového oleje a 10 000 t glycerinu pharma-kvality s více než 99,5% obsahem glycerolu. Od léta 2015 PREOL FOOD provozuje v Lovosicích novou rafinérii na výrobu jedlého řepkového oleje s kapacitou 30 000 t/rok. Projekt byl zahájen v roce 2012 a jsme rádi, že konečně máme na trhu náš jedlý řepkový olej.

V Lovosicích je také v současné době ve výstavbě nový závod na výrobu extrudovaného řepkového šrotu. Extrudovaný řepkový šrot je nový produkt v České republice a je především určen pro krmení dojníc a skotu. Proces extruze zvyšuje stravitelnost řepkového šrotu a optimalizuje obsah využitelných bílkovin s výsledkem podstatně vyšší produkce mléka. Je to vynikající produkt, který může nahradit sójové výrobky dovážené z Ameriky, Brazílie nebo Argentiny, které

jsou mnohem dražší a obvykle geneticky modifikované. Nový závod bude mít kapacitu 80 000 t/rok a očekáváme start na podzim roku 2016.

Rafinérie jedlého řepkového oleje a projekt extruze řepkového šrotu jsou další dva příklady, proč je debata potravin versus biopaliva podle nás absolutně nesmyslná.

Biopaliva vyšší generace

Někteří politici často doporučují použít rostlinné oleje jako jeden z dostupných zdrojů 2G biopaliv. MAKRO je například vykupuje. Zabývali jste se jejich zpracováním také v PREOLu?

Použité oleje mají relativně vysoký obsah volných mastných kyselin a nečistot a nelze je použít jako vstupní surovinu, aniž by se snížila kvalita konečného produktu. Proto provozujeme výrobu výhradně s řepkovým olejem, který je pro naše technologie nejvhodnější a zaručuje nejvyšší kvalitu naší bionafty a glycerinu. Na provoz s nějakým významným procentem UCO (used cooking oil) by bylo nutné provést změny v existujících technologiích. Ty jsou samozřejmě proveditelné, ale potom bychom nemohli vyrábět např. šroty nebo jedlý olej. Logiku v tom nevidíme.

V současné době v České republice neexistuje významná produkce 2G nebo 3G biopaliv, co brzdí jejich rozvoj?

Na prvním místě je to dostupnost, sběr a cena surovin. Je obtížné získat přesné údaje o dostupnosti potenciálních surovin pro biopaliva 2G (biomasa, UCO, živočišné tuky, komunální a průmyslové odpady). Kromě toho neexistují žádné střední nebo vysoko kapacitní distribuční řetězce těchto surovin, a proto je těžké uvažovat o závodě 2G s dostatečnou kapacitou, aby byl projekt proveditelný. Také tržní poptávka výrazně zvyšuje cenu surovin, jako tomu je v případě UCO. A to bude provázet jakýkoli odpad.

Za druhé výroba biopaliv 2G není jednoduchý proces a v mnoha případech vyžaduje velmi vysoké investice. Například provoz na výrobu etanolu z lignocelulózy v Crescentino (Itálie) firmy Beta Renewables stál 150 milionů eur s maximální kapacitou pouhých 60 000 t/rok. Projekt BioTfuel (Francie) měl počáteční investici ve výši 113 milionů eur na dva zkušební provozy pro testování produkce bionafty a biokerosenu z biomasy. To znamená asi třikrát až pětikrát vyšší investice, než jsou nezbytné pro tradiční výrobu bio-

nafty nebo bioetanolu. To bude nutně vyžadovat další masivní podporu z veřejných zdrojů.

Za třetí jsou náklady na zpracování pro výrobu biopaliv 2G výrazně vyšší než pro 1G. Například 2G bionafta vyrobená z biomasy termochemickou cestou je velmi energeticky náročný proces ve srovnání s tradičním oleochemickým způsobem výroby 1G bionafty.

Pokud bychom zajistili surovinu a investici by zvýhodnil dotační program, je tedy hlavním problémem energetická efektivita výroby 2G biopaliv?

Oleochemická konverze rostlinného oleje na bionaftu 1G probíhá za mírných teplot a tlaků. V PREOLu se přeměna řepkového oleje na bionaftu (transesterifikace) provádí v reaktorech při teplotě okolo 60 °C a nejvyšší teplota v procesu se pohybuje kolem 175 °C pouze při sušení bionafty. To znamená relativně nízkou spotřebu energie ve výrobním procesu.

2G bionafta z biomasy (BtL) se vyrábí termochemickou cestou (zplyňování, hydrolyza a Fischer-Tropschova syntéza), kde jsou teploty v některých krocích procesu kolem 850 °C. To je nesmírně energeticky náročný proces, pokud ho srovnáme s tradiční oleochemickou cestou pro 1G bionaftu.

I prostá výroba esterů z použitých olejů je nákladnější, stejně tak z živočišných tuků. A protože kvůli poptávce jsou již dnes tyto suroviny často dražší než rostlinný olej z lisování řepky, je třeba počítat s cenovým nárůstem u těchto dalších generací, často zásadně. Při dnešních cenách ropy je to perspektiva jistě neradostná.

Petrolejářské společnosti (u nás Unipetrol) se seriózně začínají zabývat hydrogenací rostlinných olejů (HVO). Jaké jsou možnosti rozvoje této technologie v ČR?

HVO není samo o sobě 2G biopalivo. HVO jako biopalivo 2G závisí na použité surovině ve výrobním procesu. Pokud jsou použity rostlinné oleje (řepkový, palmový atd.), pak je HVO biopalivo 1G a má nižší úspory emisí CO₂ než bionafta 1G, protože výrobní proces je mnohem energeticky náročnější a má vyšší provozní náklady.

Výrobní proces HVO (hydrokrakování a polymerace) je relativně podobný jako proces na zpracování ropy. Výroba HVO by mohla být zajímavou alternativou právě pro ropné rafinérie. De facto, hlavní HVO výrobce ve světě je rafinérie ropy Neste Oil ve Finsku, která ➔

☞ má za sebou víc než 15 let výzkumu a vývoje. Kompletní nový závod na výrobu HVO v ČR znamená velmi významnou investici a bez jistoty legislativního procesu to bude asi velmi riskantní investice pro kohokoli.

Existují jiné zdroje z kategorie 2. a vyšší generace biopaliv dosažitelné a použitelné v ČR?

Podle mého názoru, potenciální rozvoj 2G biopaliv v ČR ve střednědobém horizontu by mohl být prostřednictvím konceptu „multi-

feedstock“, založeném na vysoké flexibilitě využití surovin (UCO, živočišné tuky, mastné kyseliny, destilační zbytky atd.). Vzhledem k problému dostupnosti a výběru surovin bude ale stejně stále nutné používat i řepkový olej, aby se dosáhlo výrobních kapacit, které zajistí plnění cílů v oblasti emisí a OZE, požadované EU.

Další možnosti by vyžadovaly opravdu vysoké investice (BtL, celulózoový etanol, Bio SNG atd.), nebo ještě více času na výzkum a vývoj (řasy ve fotobioreaktorech). V dlou-

hodobém horizontu nikdo neví, ale já bych vsadil na koexistenci 1G biopaliv, pokročilých biopaliv a na energetickou efektivitu. Všechny příspěvky by měly být zváženy a odpovídajícím způsobem podporovány, pokud chceme brát vážně cíle v oblasti snižování emisí CO₂.

■ AUTOR: s Davidem Garcíou rozhovořil
Tomáš Mikšovský – PR PREOL
FOTO: TM

Ing. David García (1976)

David García zahájil studia na vysoké škole v Malaze a v rámci výměnného programu Erasmus studoval chemické inženýrství i na VŠCHT v Praze. Od roku 2008 pracuje v lovosickém PREOLu.

Jak jste se dostal k práci v Česku?

Po dobu studia na VŠCHT jsem pracoval na diplomové práci, kterou jsem pak ve Španělsku v Malaze obhájil. Po měsíci jsem si v tisku všiml, že v Lovosicích se staví nový závod na produkci bionafty, což bylo téma mojí diplomky. Poslal jsem do Čech životopis a vzápětí přišlo pozvání na pohovor. Po čtrnácti dnech mi zavolali - a to už jsem do Česka letěl za prací. Bylo to pro mě velmi zajímavé, protože jsem do PREOLu nastoupil v červnu 2008, ještě v době jeho budování, spuštěn do provozu byl v roce 2009.

A Vy jste se tu nějakým způsobem usídlil? Bydlíte v Lovosicích?

Já teď bydlím už třetím rokem v Lovosicích, před tím jsem bydlel v Litoměřicích.

Jak se Vám tady vlastně pracuje? V Česku je poměrně jiné prostředí pro Španěla, jak se vám tu pracuje a žije...

Musím říct, že v zimě, když mrzne a je mínus 10, mínus 15, to vůbec není pro mě. Ale s prací jsem velmi spokojený. Tady všichni hodně intenzivně pracujeme od 6-7 hodin ráno do čtyř odpoledne, někdy i déle, když je třeba, ale odpoledne jste zpátky doma a máte volný čas. To ve Španělsku je úplně jinak. Tam se začíná pracovat později, okolo osmi, devíti, ve dvě máte hodinu nebo dvě přestávku na „siestu“, a pak zpátky do práce až do osmi do večera. A celý den je pryč.

Jak vycházíte s Čechy?

Musím říct, že velmi dobře. Skoro všichni



jsou přátelští a otevření. Jsem velmi spokojený.

Mluvíte velmi dobře česky...

Ale vůbec ne. Čeština je fakt těžká a ještě to bude trvat dlouho. Na jazyk spotřebuji hodně energie každý den. Nejlepší škola je mluvit každý den, udělat tisíc chyb, ale to nevadí...

Jak trávíte volný čas, máte rodinu?

Rodinu zatím ne. Ale mám psa, ohaře, a jeho výcvik zabere hodně času...

A nestýská se Vám po rodině, po domově?

Trošku jo, samozřejmě. Chybí mi sluníčko a hezké počasí. Já létám do Španělska asi

jednou za rok, maximálně dvakrát ročně. Moji rodiče jsou starší a nemohou moc cestovat. Takže tady byli jen jednou. Moje maminka si Česko zamilovala, říkala, všechno je tu krásně zelené, od května do září nebo do října je všechno úplně jiné než ve Španělsku, kde je vedro... u nás dole v Malaze je všechno suché, žluté, hnědé.

Jak plánujete svoji další budoucnost?

Já jsem fakt velmi spokojený tady a nemám v úmyslu jít zpátky do Španělska. Líbí se mi moje práce, to je pro mě velmi důležité. Samozřejmě mám kamarády ve Španělsku a oni přijedou jednou za rok, taky já tam jezdím 1-2x ročně, takže jsme v kontaktu, ale není nic, co by mi speciálně chybělo. Asi už jsem takový „napůl Čech“.

Český výrobce obnovitelných pohonných hmot: bioetanolu a paliva E85

cukrová
řepa

1 základní surovina

Dobruška

1 lihovar

bioetanol
palivo E85

2 produkty

bioetanol pro přimíchávání
palivo E85 – vysokoprocentní směs
bioetanolu a benzínu

certifikovaná **úspora emisí CO₂** podle ISCC
min. 67 % s potenciálem dalšího zlepšení

Kontakty:

Palivo E85 Martina Kalinová
tel.: 326 900 256, mkalinova@tereos.com
Bioetanol Ivana Kupčíková
tel.: 326 900 130, ikupcikova@tereos.com

www.tereos-ttd.com



UTA Czech

UTA vstupuje na český trh

Jeden z největších poskytovatelů palivových a servisních karet UTA otevřel v Praze zastoupení pro Českou republiku. U příležitosti oficiálního oznámení vstupu na český trh jsme hovořili s Volkerem Huberem, CEO UNION TANK Eckstein, a Martinem Mášou, Country Managerem UTA Czech.



Atributy vstupu UTA na český trh (Volker Huber):

Mohl byste krátce představit společnost UTA, jaké služby nabízí zákazníkům v oblasti autodopravy a jaký zaujímá podíl na evropském trhu?

UTA je jedním z předních poskytovatelů palivových a servisních karet pro dopravu zboží a osob. Naše společnost nabízí multibrandové platební řešení pro veškeré výdaje spojené s provozem aut (nákup paliva, mýto, daně, odtah, servis vozidel atd.) ve 40 zemích v Evropě a také zajišťuje vrácení DPH a dalších daní z mezinárodního čerpání nafty. UTA zjednodušuje správu a řízení vozového parku s jednoduchým dvoutýdenním vyúčtováním, které je možné hradit jak v korunách, tak v eurech. Zároveň nabízí kvalitní zákaznický servis, který pomáhá zákazníkům efektivně řídit a kontrolovat jejich výdaje.

Kolik karet je aktuálně nyní využíváno v Evropě a kolik z toho v České republice?

UTA má celkově vydáno 650 000 karet, z nichž je 12 000 v České republice.

Proč se UTA rozhodla vstoupit teprve nyní na český trh?

Uvědomili jsme si, že musíme být blíže k zákazníkům, a právě lokální pobočka může napomoci k získání významného podílu na trhu. Českou republiku vnímáme jako potenciálně zajímavý trh. To je dáno velkým množstvím dopravních firem, které operují jak lokálně, tak mezinárodně. České dopravní firmy mají dobrou pověst a nabízejí konkurenční služby v oblasti mezinárodní dopravy.

Bude se UTA podobně jako nyní v Česku snažit rozšířit své aktivity i na Slovensko a dále na východ, kde za posledních deset let výrazně narostla zejména mezinárodní kamionová autodoprava?

Plánujeme expanzi na slovenský trh ještě v tomto roce a aktuálně vidíme potenciál pro další rozvoj na Ukrajině, Balkáně a v evropské části Ruska. Tyto země jsou pro nás významnou prioritou.

Ambiciózní cíle (Martin Máša)

Karty UTA již dříve v České republice přijímaly některé čerpací stanice prostřednictvím terminálů CCS. Jaká je v současnosti hustota akceptačních míst pro vaše karty?

V České republice jsou karty UTA akceptovány na 1 100 místech, z toho na 800 čerpacích stanicích. Zákazníci v současné době mohou natankovat na čerpacích stanicích OMV, Benzina, na stanicích MOL (bývalý Slovnaft) nebo u dalších nezávislých stanic.

Kolik zákazníků má UTA aktuálně v České republice a jaké služby využívají nejčastěji?

Máme 2 500 zákazníků v České republice, kteří využívají převážně servisní karty. Rádi bychom do budoucna náš stávající podíl na trhu podstatně zvýšili a stali se tak jedním ze tří nejvýznamnějších firem v oboru v rámci České republiky.

Kde vidíte největší příležitosti vaší expanze na český trh a kde naopak největší rizika?

UTA má silné zázemí a je historicky silná v palivových kartách a souvisejících službách – mýto, vratka DPH a další služby. Uvědomujeme si, že komplexní nabídka je zajímavým benefitem pro českého zákazníka. Rizika jsou spojena s vývojem ekonomické situace na trhu, nicméně zde nevidíme žádné signály, které by tomu nasvědčovaly.

Jaké jsou ambice UTA v souvislosti s českým trhem v horizontu následujících dvou až tří let?

UTA se zaměřuje především na dopravní firmy, kterým poskytuje nástroje a online aplikace pro efektivní správu vozového

parku a naši zákazníci tak dosahují významných úspor. Je zde přibližně 22 000 společností, které se podílejí na dopravě zboží a osob, a my věříme, že by se UTA mohla stát jejich preferovaným dodavatelem během následujících tří let.

Jaké jsou vaše hlavní konkurenční výhody?

Více než padesát let zkušeností v sektoru palivových karet mluví samo za sebe. Kromě toho je zde široká akceptační síť, které v této chvíli zahrnuje více než 52 000 akceptačních míst, velká nabídka služeb Plus a také náš oceněný zákaznický servis. Online nástroje zákazníkům umožní efektivně spravovat a optimalizovat náklady, díky kterým si mohou zjednodušit život a významně ušetřit.

Akceptace UTA karet na čerpacích stanicích (Martin Máša)

Jaké jsou rámcové podmínky pro zařazení čerpací stanice jako akceptačního místa v síti UTA?

Pro akceptační místo je rozhodující především vhodná lokalita z pohledu strategie, atraktivní cena a komplexní nabídka produktů – pohonných hmot, možnost mytí, shop s nabídkou sortimentu suchého zboží, případně s občerstvením a především online akceptace UTA karet přes terminál partnera.

Otázkou, která bude zajímat provozovatele čerpacích stanic, je eliminace poměrně vysokých provozních a servisních poplatků za terminál CCS, který má řada čerpacích stanic často jako solitér, přičemž zbývající karty odbavuje na dalším terminálu. Bude možno integrovat karty UTA do terminálu jiných providerů, případně budete mít vlastní terminál nebo je připravena i varianta offline akceptace?

Jednoznačnou podmínkou je online akceptace. UTA nenabízí vlastní terminál, UTA karty jsou standardně akceptovány v terminálech partnerů na základě technické implementace. V případě, že řešení implementace akceptování UTA karet by bylo neúměrně technicky a ekonomicky náročné, může akceptace probíhat přes terminál CCS, který karty UTA umí akceptovat.



Martin Máša

Country Manager pro zastoupení UTA v České republice je špičkovým odborníkem s dlouholetými profesionálními zkušenostmi v oblasti prodeje, podpory rozvoje značkových služeb a palivových karet. Kromě jiného pracoval ve společnostech Shell, Total a W.A.G. payment solutions. Na pozici Country Managera pro Českou republiku byl jmenován k 1. únoru 2016 a na této pozici je od začátku činnosti společnosti UTA v České republice. Jako ředitel českého zastoupení má na starosti rozvoj a plnění strategie a cílů UTA v České republice.



Volker Huber

Generální ředitel UNION TANK Eckstein GmbH & Co. KG (UTA) je špičkový specialista s několikaletou praxí v oblasti podnikového managementu a mezinárodního prodeje a na pozici generálního ředitele UTA (CEO) byl jmenován 17. srpna 2015. Rodák z Achernu v severní části Černého lesa v Německu svoji kariéru začal u společnosti Lufthansa, kde zastával různé vedoucí pozice v Německu i v zahraničí, a to i v dceřiné společnosti AirPlus. Vedle jeho povinností jako výkonného ředitele UTA je také zodpovědný za oddělení prodeje, marketingu, zákaznického servisu, nákup paliv a dalších služeb.

UTA - UNION TANK Eckstein GmbH & Co. KG



UTA s více než 52 000 stanicemi ve 40 evropských zemích dnes patří k předním společnostem, které nabízejí servisní karty na evropském trhu v oblasti dopravy zboží a osob. Společnost je s 51 procenty v rodinném vlastnictví rodin Eckstein a van Dedem, dalšími vlastníky podílů jsou Edenred a Daimler AG. V roce 2015 vygenerovalo okolo

400 zaměstnanců obrát téměř 2,6 miliardy eur.

UTA vydala přes jeden milion servisních karet a jiných akceptačních médií pro asi 84 000 zákazníků ve 40 evropských zemích. Přitom systém karet pokrývá celé zásobování na cestách od bezhotovostního tankování bez ohledu na značku čerpací stanice přes vyúčtování mýtného až po služby servisu, správu vyúčtování a vrácení DPH a spotřební daně. Volitelně mohou být poskytovány i další služby: elektronická kontrola řidičského průkazu, pneuservis, čištění, služba pronájmu nebo havarijní a odtahové služby.

Přesto se UTA vstupem na náš trh stává velkým konkurentem CCS, přičemž-li spojení s Edenred a Daimlerem...

CCS i nadále zůstává lokálním agentem společnosti UTA v České i Slovenské republice. V této chvíli je hlavním záměrem společnosti UTA posílit a oživit povědomí

o značce na českém trhu v rámci stávající nabídky pro dopravní společnosti. Naším cílem je nabídnout kartu UTA co největšímu počtu zákazníků.

■ PR UTA Czech

Elektronická evidence tržeb

Bude EET fungovat na čerpacích stanicích?

Začátkem května zveřejnila Finanční správa dlouho očekávanou technickou specifikaci elektronické evidence tržeb. Řada odborníků však byla nemile překvapena hrubými technickými nedostatky a mezerami, které prakticky znemožňují nasazení EET na většině obchodních modelů čerpacích stanic, ale v některých případech představují silnou komplikaci i pro ostatní retail.



pseudoodborné a technicky naivní články špatně informovaných médií. To vše bohužel zpětně ubezpečuje úředníky, že vše je v naprostém pořádku. Není! Vůbec není respektována realita existujících složitých retailových systémů, kde může být implementace velký problém ve formě vysokých časových a finančních nákladů jako rekonfigurace sítí, dopad na jejich zabezpečení, testy, pilotní provoz, rollout atd... Navíc obchodní a funkční modely jsou právě v našem oboru dosti složité, což stávající definice EET v mnoha bodech nerespektuje. Paradoxem je, že právě čerpací stanice jsou již řadu let snad nejvíce zatíženy různými daňovými předpisy a regulacemi a informační systémy jsou zde natolik propracované, že jakýkoliv daňový únik nebo krácení tržeb (čemuž má EET zabránit) zde vůbec nepřichází v úvahu už jen z provozního hlediska.

Co s EET dál?

Před týdnem proběhlo jednání zástupců ČAPPO na Generálním finančním ředitelství, kde byly deklarovány naše obavy z technické nedostatečnosti EET bránící implementaci do provozních podmínek v branži čerpacích stanic. GŘF vyslyšelo všechny připomínky a přislíbilo nápravu. Doufejme jen, že se tak stane včas! Pokud nedojde k nápravě, bude sice možno EET s potížemi implementovat, ale jen za cenu hrubých omezení provozní reality čerpacích stanic.

■ AUTOR: Tomáš Mikšovský
FOTO: archiv

EET podporujeme. Ale musí to fungovat!

V únoru loňského roku bylo zahájeno mezirezortní připomínkové řízení k návrhu zákona. Většina odborné veřejnosti z petrolejářské branže tuto příležitost uvítala a pod vedením ČAPPO podrobila text návrhu velmi pečlivě analýze. Kromě jiného bylo zásadní připomínkou neexistence dvou a více daňových subjektů na jedné účtence. Ačkoli ještě loni na jaře proběhlo několik vysvětlujících schůzek a workshopů s příslušnými úředníky, musíme bohužel konstatovat, že tyto připomínky nebyly dobře zapracovány a nedávno – po roce – zveřejněná technická

specifikace EET je stále zatížena řadou zásadních chyb!

Paradox čerpacích stanic

Propagátoři EET neustále poukazují na „jednoduché a levné“ řešení. Soustředí se však jen na nové subjekty (obligátní malé restaurace). Zmatečně operují různými mobilními a tabletovými řešeními a populstickými výroky jako „internet má přece každý...“. To vše bohužel za masivní podpory různých mobilních operátorů a všelijakých výrobců pokladen, kteří „mají hotovo“ a už jen čekají na desetitisíce nových obchodních příležitostí. Svůj díl nesou i některé

Zásadní problémy v technické specifikaci EET

- Zmatená podpora více daňových subjektů
- Nutnost tisku zvláštní účtenky pro zboží nájemce a pro pohonné hmoty
- Nepochopení platby z předplacené poukázky nebo karty (v rozporu se zákonem o daních)
- Nejasné přidělování čísla účtenky
- Pro pokladny s uzavřenými Windows XP riziko vynuceného upgradu na Windows 7

Ideální řešení pro vnitropodnikové tankování od Tokheimu!

TOKHEIM
PROFLEET

PETROL
PARTNER



největší servisní
tým v ČR



různé varianty
identifikace



webové rozhraní
správa odkudkoliv



kvalitní stojany
Quantum DiaLOG

TOKHEIM
PROFLEET
**to je
Váš profit!**

www.moje-benzinka.cz



Úspěšné sloučení dvou nesmiřitelných konkurentů

Ředitel společnosti GIA Martin Rybář v rozhovoru líčí atributy úspěšně zvládnutého sloučení dvou dříve nesmiřitelných konkurentů do jedné kompaktní společnosti s ambicí vrátit se na pozice, které zaujímala společnost v 90. letech.

Střet dvou odlišných firemních kultur

Jak se daří společnosti GIA Czech Republic pod vaším vedením a co je nového od sloučení firem GIA a Dresser Wayne?

Děkuji za poměrně obsáhlou otázku a hned se pustím do odpovědi. Sloučení firem PH GIA a Dresser Wayne (dříve ROHÉ) bylo složité. Firemní kultury obou společností byly velmi odlišné a sladění těchto dvou rozdílných stylů bylo komplikované. Jednalo se vlastně o sloučení dvou společností, které byly nesmiřitelnými konkurenty.

Interní komunikace mezi jednotlivým zaměst-

nanci a stejně tak komunikace k zákazníkům přicházejícím z obou společností byla neaktivní, nedobrá a necitlivá. Společnost byla tzv. lidsky vyčerpaná, demotivována a nejistá.

Jinými slovy bylo a je hodně co zlepšovat a vyladovat...

Do společnosti jsem nastoupil od 1. 1. 2016 do funkce jednatele a hned v prvním týdnu bylo třeba vyřešit změny na neklíčovějších postech ve společnosti.

Přestože jsem byl vyprofilován jako tvrdý a nekompromisní manažer, do dnešního dne jsem z mého zájmu nepropustil jediného zaměstnance. Celá řada zaměstnanců opustila

společnost bez toho, aby se seznámila s mojí osobou a s mým stylem řízení společnosti a podlelehla zavádějícím informacím.

Ochod klíčových pracovníků a zkušených odborníků vám musel nutně ztížit již tak složitou situaci ve společnosti.

Velmi mě to překvapilo, ale nezlomilo. Během prvního týdne jsem byl nucen nahradit vedoucího servisu a stal se jím Martin Hendrych, zkušený vedoucí servisu v PH GIA. Předání funkce a další spolupráce s odcházejícím Ing. Tulkou proběhla korektně a přátelsky. Pan Tulka odešel na vlastní žádost a spolupracuje s naší společností jako externí projektant. Dalším krokem bylo doplnění týmu o vedoucího dispečinku. Toto místo bylo dlouhodobě neobsazeno a je pro fungování společnosti velmi důležité. Vedoucím se stal Martin Prokop, mladý muž s velkou zkušeností v údržbě a servisování elektronických systémů v bankách. A posledním klíčovou změnou byla

změna v oddělení nákupu, logistiky a skladování. Vedoucím se stal Pavel Horáček, rovněž mladý a zkušený logistik. Oddělení výstavby bylo doplněno o zkušeného stavebního manažera Jan Adáška, který rozšířil naše znalosti a schopnosti v oblasti stavby a pozemního inženýrství.

Podařilo se bez problémů společnost také přestěhovat od optimálnějších prostor, které budou lépe vyhovovat dalšímu fungování společnosti.

Co bylo na konsolidaci firmy nejtěžší?

Nejtěžším úkolem, ale mým nejoblíbenějším, byla a je práce s lidmi. Daří se mi u kolegů probudit znovu úsměv, naopak obavy a strach se postupně ztrácejí a vidím a cítím u nich novou energii a motivaci do další práce. Tým je hodně zkušený a schopen odvádět velmi kvalitní a precizní práci. Je to náročné na vnitřní energii a sílu, ale do budoucna se to určitě vyplatí.

Změna společnosti optikou zákazníků

Jak změny ve společnosti vnímají vaši hlavní zákazníci?

Neméně důležitým krokem je změna stylu komunikace. GIA Czech Republic je znovu přátelská a otevřená společnost. Odezvou na trhu je pozitivní komunikace od našich zákazníků. Dovolil bych zmínit dva příklady:

Za prvé – největší a nejrespektovanější zákazník je společnost Shell. I ona velmi pozorně sledovala, co se bude ve společnosti GIA Czech Republic odehrávat, zda nedojde k poklesu kvality servisu a dodávaných prací. Po čtyřech měsících mohu konstatovat, že se obavy nenaplnily, ale naopak v řadě věcí došlo k zlepšení komunikace a zlepšení kvality.

Za druhé – společnost Benzina vyslala prostřednictvím své matky Unipetrolu poprvé po 15 letech výběrové řízení a naše společnost do něj byla pozvána. Ať už to dopadne jakkoliv, tak se domnívám, že to byl krok velmi správným směrem, neboť trh se významným způsobem posunul,

jak kvalitativně, tak hlavně cenově. Současný trh servisu a údržby je velmi zdeformován dominancí jedné společnosti. Nelze ji za to vinit, ale když není konkurence aktivní, tak se dají očekávat tyto důsledky.

Myslíte, že paralelní servis je současný trend u velkých sítí?

Trh čerpacích stanic se konsoliduje, z malých a větších společností se stávají větší a ještě větší. Velmi rozumným krokem je proto síť stanic rozdělovat do dvou a více servisních společností, tak aby byla alespoň trochu zachována rovnováha na trhu. Průkopníkem tohoto řešení byla společnost OMV (rozdělení sítě 220 stanic v letech 2007-2012) a v současné době společnost MOL.

Novinky pro budoucnost

Připravujete nějaké novinky?

Novinek je celá řada, zmínit bych pouze dvě základní.

První je certifikace na SCC. Celá řada zákazníků požaduje jako bezpodmínečnou podmínku spolupráce absolvování certifikace a úspěšné absolvování procesu. Naše společnost je držitelem certifikátů ISO9001, OHSAS 18001. Vzhledem k tomu, že v posledních letech se stalo mnoho vážných nehod, které dopadly velmi tragicky, myslím, že každý certifikát, každá kontrola, každé školení přispívají k většímu vnímání vážnosti dodržování bezpečnosti práce.

Tou druhou je pak rozvoj v oblasti LPG/CNG. V minulém roce jsem pracoval jako poradce rozvoje CNG oblasti u PPA, kde jsem získal velmi mnoho zkušeností o stlačeném zemním plynu. Měl jsem možnost si osahat nejen trh prodeje CNG, ale i zmapovat trh servisu a údržby technologie CNG. Ve srovnání s trhem čerpacích stanic je trh prodeje CNG pěkně uchopitelný a přehledný.

Rozhodli jste se pokračovat v prodeji a servisu technologii CNG?

Ano, dokážeme potenciálnímu zákazníkovi vy-

světlit zákonitosti trhu, přibližně odhadnout vývoj, ukázat ekonomiku prodeje CNG a v poslední řadě nabídnout technologii stlačování a výdeje plynu.

Nabízíme dva typy kompresorů. Pro menší výkony americký kompresor Ingellson a pro větší výkony nepoužívanější kompresor J. V. Becker. Naším partnerem je největší firma dodávající CNG technologie v Německu, firma Bohlen-Doyen, která je lídrem v dodávkách a hlavně servisu přibližně 1000 CNG stanic v Německu.

Stanice jsou připojeny na centrální dispečink, kontrolovány a servisovány. Stejně tak je plánována jejich pravidelná údržba. Servisní tým je posílen o zkušeného technika, který postavil a servisoval stovky stanic LPG a je motivován do výstavby a servisu CNG.

U nás je přes 800 stanic LPG, poskytnete také jejich provozovatelům servisní služby?

Trh LPG je rozdělen podobným způsobem jako v petrolejářské branži. Také zde je jedna velmi dominantní společnost, která ovšem současně prodává plyn. Budeme usilovat o investiční, ale i servisní zakázky. Máme servisní zázemí pro celorepublikový servis a dostatek zkušeností a schopností na výstavbu stanic.

V Česku je trh prodeje plyných paliv CNG a LPG dominantou distribučních firem, které nejen plnicí stanice zásobují, ale i realizují...

Jsme prakticky jedinou společností, která neprovozuje LPG/CNG stanice, neprodává plyn a není svým zákazníkům konkurentem. Nemůžu chtít zakázky na servis a investice, když jsem současně konkurentem!

Co říci na závěr?

V závěru bych chtěl poznamenat, že firma GIA Czech Republic má výborný a zkušený tým servisních techniků, ale i vedoucích pracovníků. Ve firmě máme všichni velkou motivaci se vrátit na pozice, které zaujímala naše společnost v 90. letech.

■ PR GIA Czech
FOTO: GIA Czech

POJISTNÉ VENTILY FUELLSTOP AUTOMATIC

Dodáváme v provedení DN80-3"

Bezúdržbové zařízení

V uzavírací klapce ventilů pro vypuštění stáček hadice

Do 31. 8. nebo do vyprodání zásob akční cena 4900,- Kč.



Portálová myčka Christ Primus u prodejce škodovek

Bez vlastní myčky to dnes nejde



Velký dealer potřebuje mít perfektní zázemí. Vedle kvalitně zařízeného servisu je třeba automobily, které jdou na servis, do prodeje nebo přes půjčovnu kvalitně umýt.

Velké dealerství potřebuje kvalitní zázemí

Firma Přerost a Švorc patří k největším prodejcům značky Škoda a Volkswagen v České republice. Od roku 1997, kdy se sídlo společnosti přestěhovalo do Veleslavínské ulice na Praze 6, vyrostly na území Prahy další dvě pobočky v Nových Butovicích a Holešovicích, vedle prodeje nových automobilů firma provozuje kompletně vybavený servis, karosárnu, lakovnu, pneuservis, provádí mytí a čistění vozidel. Půjčovna vozidel slouží nejen pro účely náhradních vozidel po dobu opravy, ale i k zápůjčkám pro firemní či soukromé účely včetně dlouhodobých pronájmů. Součástí servisních nabídek je i příprava vozů na STK a její realizace. Úspěch jí však přináší i zaměření se na aktuální fenomén českého automobilového trhu – firemní automobily. „Ve své činnosti se nyní soustředíme především na fleetové zákazníky,“ říká Miloslav Přerost, technický ředitel a jeden z majitelů

firmy. „Naší snahou je co nejvíce usnadnit práci správcům vozových parků. V posledních letech proto investujeme do obnovy a modernizace nejen servisního zázemí, ale i budov nebo do rozšíření parkovacích ploch a prostorů pro zákazníky. Součástí našich služeb proto musí být také kvalitní automyčka, která slouží nejen pro naše účely, ale je přístupná i široké veřejnosti.“

Základní požadavky

Volkswagen a Škoda striktně vyžadují, aby byla perfektně čistá nejen vozidla vystavená v autosalonu či nová předávaná při prodeji, ale i všechna auta, která se předávají ze servisu zákazníkům. To v případě většího autoservisu vytváří silný požadavek na zřízení vlastní mycí linky. V současné době firma Christ realizovala jak ve Veleslavíně, tak také v dalším dealerství Škody a Volkswagenu v pražské Podbabě nový model portálové myčky Primus. Ta je právě vhodná pro pro-

vozy se střední až vysokou frekvencí mytí, což jsou vedle čerpacích stanic právě autoservisy, servisy pro správu velkých vozových parků a autosalony. Přestože je mytí dostupné veřejnosti, kapacita mycí linky je vytižena především pro potřeby provozovatele.

Mycí linka je proto nezbytnou součástí rozsáhlého areálu, v současné době zde byla namontována již čtvrtá portálová myčka v pořadí, shodou okolností opět od německé firmy Christ, s níž firma Přerost a Švorc spolupracuje dlouhá léta. „Zkoušeli jsme i jiné výrobce myček, ale z hlediska kvality mytí a vlastně i nákladů se pro nás vždy nakonec ukázala nabídka firmy Christ vzhledem k našim požadavkům jako nejlepší,“ vysvětluje Miloslav Přerost. Při výběru a konfiguraci mycí technologie se vycházelo z toho, že na vstupu nebudou auta extrémně znečištěná jako například ve veřejných provozech myček u čerpacích stanic a hlavním atributem je maximálně šetrné a přitom ve výsledku doslova puntičkářsky dokonalé mytí.

Obsluha

Portál stojí v polovině mycího tunelu a umožňuje mytí i větších dodávek, nicméně k dispozici je především pro osobní automobily. Portálová myčka je sice samoobslužná, ale jak v Podbabě, tak ve Velešlavíně je k dispozici po celou otevírací dobu myčky obsluha, která automobil předmyje a připraví jej pro finální mytí portálovou myčkou. Ta zvládne jeden automobil za méně než deset minut, v případě potřeby pak dokáže myčka obsloužit okolo 6 – 9 automobilů za hodinu.

Recirkulační systém čištění odpadních vod je v myčce založen od začátku na technologii Šebesta s chemickou čistírnou REBEKA 3.

Zajímavě a velmi prakticky je řešení strop mycí haly, kde se většinou vysráží vlhkost a následně se zde po delší době rozrůstají plísňe. Těmto negativním faktorům předchází obložení stropu lehkým profilovaným polykarbonátem, který je snadno omyvatelný a ve středu stropu je umístěno účinné odvětrání prostřednictvím větrné turbíny.

Povrchová ochrana komponent

Myčky Primus mají vnější opláštění z umě-



lé hmoty, což umožňuje individualizovat barevné řešení přímo pro konkrétního zákazníka. Nejen variabilní design, ale především kvalita povrchové ochrany všech komponentů je jedním z důležitých benefitů moderních mycích strojů tradiční-

ho německého výrobce. Vysoký stupeň odolnosti extrémně náročnému prostředí mokrého provozu na jedné straně s vysokým obsahem agresivní chemie, na druhé straně nečistot (v zimě navíc s vysokým podílem solí a vysoce abrazivních materiálů) prodlužuje mycímu portálu životnost a zvyšuje jeho spolehlivost. Nosná ocelová konstrukce portálu je zároveň pozinkována s vysoce kvalitní vrstvou krycího nátěru, důležité součásti zařízení pak jsou z ušlechtilé oceli, hliníku a umělé hmoty. Dlužno dodat, že podstatná část výroby mycích portálů Christ probíhá v závodě firmy Christ v Plzni.

Řada unikátních inovací

Christ v oboru strojního mytí patří mezi největší a nejúspěšnější inovátory na světě. O tom svědčí nejen počet ročně zaregistrovaných patentů, ale většina inovací je patrná právě při běžném pohledu na řešení modulárních komponent mycích strojů. Primus disponuje širokou škálou možností vybavení a v případě autosalonů Přerost a Švorc ve Velešlavíně i Podbabě jsou oba portály dodány v maximální výbavě. ➔

The Real Car Wash Factory

- ✓ Mycí technologie od lídra v inovacích
- ✓ S námi bude Vaše mytí úspěšnější
- ✓ Široká paleta mycích technologií přímo od výrobce

Christ
WASH SYSTEMS



Chcete investovat do mycí linky?

Vyžádejte si u nás cenovou kalkulaci Vaší investice!

Zdarma Vám vytvoříme analýzu rentability a navrhujeme způsob financování.

PETROL
PARTNER

Otto Christ Wash Systems s.r.o.
Koterovská 175, 326 00 Plzeň
Tel.: 377 432 234, fax: 377 432 272
www.christ-ag.com
obchod@christ-ag.com

Spodní mytí

➔ Primus disponuje velmi účinným systémem automatického předmytí, přičemž velmi zajímavým řešením je umístění trysek do otáčejících se kartáčů pro mytí kol, které velmi účinně předmyjí nejexponovanější části karoserie – zejména podběhy, prahy a kola, kde ulpívá nejvíce nečistot. Patentem firmy Christ je také tzv. rotační mytí podvozku. Funguje tak, že na speciální konstrukci jsou uchyceny dvě rotující 85barové vysokotlaké trysky, pomocí kterých je dosaženo účinného ostříhu každého záhybu spodní části vozu.

Kartáče

Unikátním patentem firmy Christ pak jsou kloubové kartáče, které poskytují maximální mycí efekt díky přizpůsobení se tvaru vozidla. Z pohledu zákazníka jde o nejmarkantnější argument z hlediska účinnosti mytí, kterým se myčky Christ odlišují od ostatní konkurence. Primus má také přímý pohon bočních kartáčů. Díky tomu nepotřebuje převodovku, neboť počet otáček je řízen měničem kmitočtů.

Vzhledem k hlavnímu požadavku firmy Přerost a Švorc se používají jemné pěnové polyetylenové kartáče Sensofil, které jsou maximálně šetrné k laku vozidel.

Chemie

Nezbytnou součástí perfektně fungující mycí linky je samozřejmě kvalitní mycí chemie. Christ ke svým výrobkům dodává mycí šampóny, které jsou šetrné pro čištění vozidla a vytvářejí jemný film mezi mycím materiálem a povrchem auta, aktivní pěnu, která s jemnými póry spolehlivě odstraní odolné nečistoty, chemické urychlovače sušení nebo vosky pro konzervování karoserie i podvozku.

Leštění

Obě nově instalované myčky Primus dispo-



CENÍK K MYČÍ LENCE	
1. Kompletní mytí karoserie, vozů osobních	399 Kč
2. Kompletní mytí karoserie, vozů vel. osobních	499 Kč
3. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	599 Kč
4. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	699 Kč
5. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	799 Kč
6. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	899 Kč
7. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	999 Kč
8. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	1 099 Kč
9. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	1 199 Kč
10. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	1 299 Kč
11. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	1 399 Kč
12. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	1 499 Kč
13. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	1 599 Kč
14. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	1 699 Kč
15. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	1 799 Kč
16. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	1 899 Kč
17. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	1 999 Kč
18. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	2 099 Kč
19. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	2 199 Kč
20. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	2 299 Kč
21. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	2 399 Kč
22. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	2 499 Kč
23. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	2 599 Kč
24. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	2 699 Kč
25. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	2 799 Kč
26. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	2 899 Kč
27. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	2 999 Kč
28. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	3 099 Kč
29. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	3 199 Kč
30. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	3 299 Kč
31. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	3 399 Kč
32. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	3 499 Kč
33. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	3 599 Kč
34. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	3 699 Kč
35. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	3 799 Kč
36. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	3 899 Kč
37. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	3 999 Kč
38. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	4 099 Kč
39. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	4 199 Kč
40. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	4 299 Kč
41. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	4 399 Kč
42. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	4 499 Kč
43. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	4 599 Kč
44. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	4 699 Kč
45. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	4 799 Kč
46. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	4 899 Kč
47. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	4 999 Kč
48. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	5 099 Kč
49. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	5 199 Kč
50. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	5 299 Kč
51. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	5 399 Kč
52. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	5 499 Kč
53. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	5 599 Kč
54. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	5 699 Kč
55. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	5 799 Kč
56. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	5 899 Kč
57. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	5 999 Kč
58. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	6 099 Kč
59. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	6 199 Kč
60. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	6 299 Kč
61. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	6 399 Kč
62. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	6 499 Kč
63. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	6 599 Kč
64. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	6 699 Kč
65. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	6 799 Kč
66. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	6 899 Kč
67. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	6 999 Kč
68. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	7 099 Kč
69. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	7 199 Kč
70. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	7 299 Kč
71. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	7 399 Kč
72. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	7 499 Kč
73. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	7 599 Kč
74. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	7 699 Kč
75. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	7 799 Kč
76. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	7 899 Kč
77. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	7 999 Kč
78. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	8 099 Kč
79. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	8 199 Kč
80. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	8 299 Kč
81. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	8 399 Kč
82. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	8 499 Kč
83. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	8 599 Kč
84. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	8 699 Kč
85. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	8 799 Kč
86. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	8 899 Kč
87. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	8 999 Kč
88. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	9 099 Kč
89. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	9 199 Kč
90. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	9 299 Kč
91. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	9 399 Kč
92. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	9 499 Kč
93. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	9 599 Kč
94. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	9 699 Kč
95. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	9 799 Kč
96. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	9 899 Kč
97. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	9 999 Kč
98. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	10 099 Kč
99. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	10 199 Kč
100. Mytí karoserie, vozů vel. osobních, mytí podvozku, masky, hubičky	10 299 Kč

nují zcela novým leštícím systémem Protect Shine Xpress, který je spojením aplikace vysoce sofistikované autochemie, kterou portál nanese v závěrečné operaci na povrch vozidla a následně rozleští pěnovými kartáči. Systém Protect Shine Xpress ve výsledku zajišťuje brilantní lesk u nových laků a při trvalejším používání dokáže regenerovat i lehce matné laky starších automobilů.

Sušení

Jedním z rozhodujících faktorů, podle nějž zákazníci posuzují kvalitu mytí, je sušení povrchu karoserie. Maximálního sušícího účin-

ku se docílí systémem pohyblivých šterbinových ofukovačů. Důležitá je střešní sušící lišta, která se při sušení automobilů naklápí až o 80 stupňů a zajišťuje tak zejména u vozidel s kolmou zádí neustále optimální úhel ofukování. Dále je Primus vybaven naklápěcími bočními šterbinovými dýzami se zvlášť vysokým sušícím výkonem, které dobře osuší i ty nejmenší automobily.

Něco na závěr

Zkušenosti zákazníků, spokojenost při odjezdu ze servisu s navoněným vozem, zbylá kapacita po mytí vlastních vozidel je vytižena na zákazníky – motoristy z okolí, vracejí se za kvalitním mytím i přes silnou konkurenci mycích linek u nedalekých čerpacích stanic MOL a Shell na Evropské ulici, a nebo vysoce kapacitní ruční myčky v Podbabě v těsném sousedství.

■ AUTOR: Jiří Kaloč, Tomáš Mikšovský
FOTO: Jiří Kaloč



LAMELA® – nová technologie dokonalého a šetrného mytí

Patentovaná společností BrushTec®

SAMOOBSLUŽNÉ MYCÍ BOXY

STAVĚNÉ NA MÍRU
DLE VAŠICH PŘEDSTAV

PETROL
PARTNER



NAVRHNEME VÁM KOMPLEXNÍ ŘEŠENÍ

od vyhotovení technologického a stavebního projektu až po instalaci zařízení, servis a dodání potřebné chemie.



iWash
complete wash systems

www.iwash.cz

DOPORUČUJEME VÁM ekologické produkty

EvoEnzymes

Jedná se o produkty vyrobené na základě přírodních enzymů, které urychlují a zkvalitňují čištění. Navíc jsou šetrné vůči životnímu prostředí.



SORTIMENT: Pivo

Pivo chutná zvlášť na cestách

Čechům nadále patří světové prvenství ve spotřebě zlatavého moku, ale vzhledem k růstu cen v hospodách a restauracích se jej víc kupuje v obchodech a pije se doma i na cestách. Typický je nárůst odbytu piva v plechovkách, na němž má svůj podíl i prodej v shopech čerpacích stanic.



Kvalita před množstvím

Spotřeba piva v přepočtu na jednoho obyvatele ČR loni meziročně klesla o jeden litr na 143 litrů, přičemž sousední Němci, druzí největší konzumenti tohoto nápoje, už snížili roční spotřebu tak, že sotva překročí stovku. Statistika domácí spotřeby je do jisté míry ovlivněna rovněž rostoucím zájmem zahraničních návštěvníků. Ti u nás vyhledávají zážitky spojené s pivní turistikou již po cestě od hranic i na okolních čerpacích stanicích. Tradičně dominantní výčepní piva v posledních letech ustupují ležákům. „Křivky spotřeby výčepních piv a ležáků se tak loni poprvé téměř setkaly a vyrovnaly na úrovni 47 procent pivního trhu.

Zbývajících zhruba šest procent připadá na různé speciály. Čeští spotřebitelé stále častěji preferují kvalitu před kvantitou,“ konstatuje František Šámal, předseda Českého svazu pivovarů a sladoven.

Změnu struktury trhu během posledního desetiletí dokumentují statistické údaje: výčepní piva se na celkové spotřebě piv loni podílela 47,2 % (65,2 % v roce 2006), ležáky 46,6 % (32,4 % v roce 2006). Na rozdíl od pivních mixů, o které po předchozím boomu zájem spotřebitelů poněkud ochabl, obliba piv bez alkoholu a nápojů typu cider má nadále vzestupný trend. Prodej nealkoholických piv loni meziročně vzrostl o 5 % a za uplynulé desetiletí se dokonce zdvojnásobil!

Na celkové produkci piva v ČR mělo i loni lví podíl především šest největších pivovarských skupin (Plzeňský Prazdroj, Pivovary Staropramen, Heineken ČR, Budějovický Budvar, Pivovary Lobkowicz, Pivovary Moravskoslezské) a 29 samostatných pivovarů. Většina z nich úspěšně prodává své výrobky také v zahraničí. Plzeňský Prazdroj, který se na celkovém výstavu v ČR podílí téměř polovinou (zhruba 10 mil. hl), loni meziročně zvýšil export o 12 % a prodej v tuzemsku o 1,5 %.

Výrazná preference plechovek

Podíl skleněných lahví meziročně klesl o jedno procento na 41 %, podíl sudů o tři procenta na 37 % a podíl PET-lahví o čtyři procenta na 12 %. Naopak největším skokanem loňského roku jsou plechovky. Domácí spotřeba piva v plechovkách se meziročně zvýšila o 25 % na sedm procent, u piva v cistnách byl nárůst 6 % a tržní podíl představoval tři procenta.

Obliba plechovek roste s životní úrovní obyvatelstva, což potvrzuje i tradičně větší poptávka po tomto balení ve vyspělých západních zemích. Na rozdíl od těžkých a snadno rozbitelných skleněných lahví jsou lehké plechovky pohodlné na cestách a při turistice jako dražší alternativa plastových obalů. Pivo patří mj. k velmi promovaným kategoriím. Momentálně platí, že téměř 70 % nakoupeného objemu je zakoupeno v nějaké prodejní akci a není divu, že je využívají k nákupu i mnozí provozovatelé čerpacích stanic, protože na podobné nákupní ceny v menších objemech prostě nedosáhnou. Proto je zajímavé i porovnání nákupní intenzity piva v promoci a piva mimo promoční akce: Zatímco průměrná domácnost nakoupí za rok 50 litrů piva mimo akci, v akci nakoupí piva dvakrát více – přes 100 litrů za rok, přičemž pivo zakoupené v promoci je v průměru téměř o 5 Kč za litr levnější.

Pokud se podíváme, jak byly nakupovány jednotlivé druhy obalu v různých velkých sídlech, najdeme určité odlišnosti. Například oproti republikovému průměru je ve městech nad 100 000 obyvatel, včetně Prahy, více nakupováno pivo v plechovkách. Plastové lahve jsou pak nadprůměrně nakupovány ve středně velkých městech 20 000 – 99 999 obyvatel. (Tyto údaje jsou výsledkem průzkumu trhu

metodou Spotřebitelského panelu GfK za období let MAT únor 2015 a MAT únor 2016.)

Výběr plechovkového piva je solidní

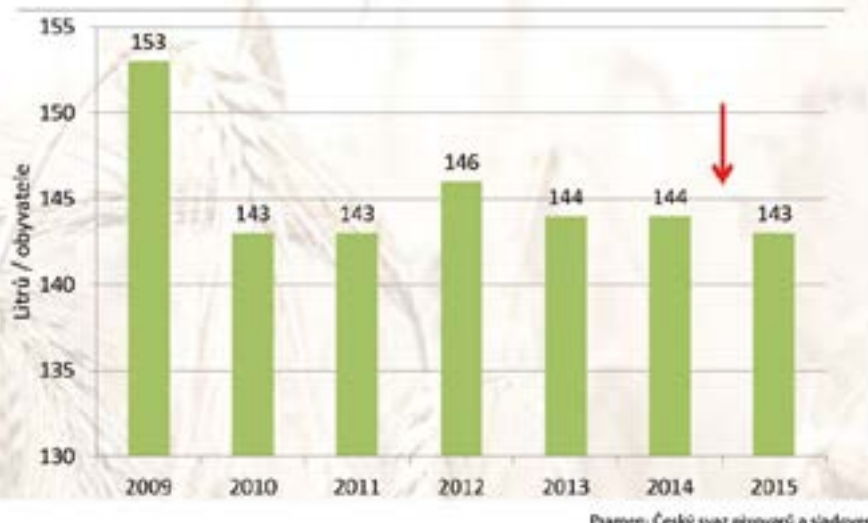
Na internetových stránkách velkoobchodu je jich běžně třicítka, z nichž jen pětinu tvoří dovozy dražších speciálů. Odbyt plechovkového piva lze na čerpačkách očekávat během letních měsíců násobně vyšší. Jednak při bezprostřední konzumaci např. v předzahrádkách a bistrech a také při předzásobení turistů na zahraniční cesty, či na oblíbené grilovací party v přírodě. Vyšší spotřeba a nákup piva je i samozřejmý signál pro předzásobení grilovacími potřebami, pochutinami, dřevěným uhlím, podpalovači apod.

Zaujmout zákazníky a odlišit se od konkurence inovací klasických vratných obalů se snaží řada pivovarů. Například pivovar Holba začal stáčet pivo do nových ergonomických lahví s delším hrdlem a embosovaným logem. Změnil design etiket, šátečky, pivní korunky a také přepravky. Zaujmout však musí především nápoj samotný. Rodinný pivovar Bernard, stejně jako pivovar Svijany, patří mezi 29 samostatných pivovarů. Oba hodnotí loňský rok jako velmi úspěšný. Bernard hodlá rozšířit stávající kapacitu ležáckého sklepa o 5,28 hl na 31,68 hl. Pivovar Svijany vyrábí pouze nepasterizované pivo s kratší trvanlivostí, proto se zaměřuje spíše na domácí trh a Slovensko. „Příjemně nás překvapil zájem o naše dvoulitrové Plechovky pro chlapy, ale i o Svijanskou Desítku a Svijanského Rytíře. Skokově se zvýšil prodej výročního ležáku Svijanská 450. Na velikonoční svátky jsme uvedli na trh limitovanou edici Svijanského Mázu v barevných plechovkách a v multipacku s velikonočními obtisky“, sdělila Petra Winklerová, mluvčí pivovaru.

Zájem o regionální pivní speciality

Několik roků po sobě pokračuje úspěšný rozvoj českých minipivovarů a restauračních pivovarů s výstavem do 10 tisíc hl. Již loni jejich počet výrazně překročil tři stovky a stále dynamicky roste, stejně jako počet nejrůznějších pivních značek. Milovníci speciálů, kteří rádi experimentují a ochutnávají nové druhy, mají z čeho vybírat. Průměrný roční výstav nejmenších výrobců piva se pohybuje kolem 880 hl, dohromady uvaří tedy asi 250 tis. hl, což představuje zhruba 1,5 % z celkové domácí spotřeby.

Spotřeba piva v litrech/obyvatele



Meziroční indexy spotřeby piva v ČR dle obalů

	Index 15/14	Podíl z celkové spotřeby
• Lahvové pivo	99 %	41 %
• Sudové pivo	97 %	37 %
• PET lahve	96 %	12 %
• Plechovky	125 %	7 %
• Pivo v cisternách	106 %	3 %

Pramen: Český svaz pivovarů a sladoven

Minipivovarům se nabízejí i zajímavé formy spolupráce s místními čerpačnými stanicemi po blízkém i vzdálenějším okolí. Například mezi nejnovější malé výrobce piva patří Horácký pivovar v Chlumu na Vysočině, který letos v dubnu začali provozovat dva nadšenci – ekonom Miloš Vostrý s dlouholetou praxí v plzeňském Prazdroji a sládek Jan Holan. Nabízejí především dvanáctku značky Horác ve filtrované i nefiltrované variantě. Perspektivně mají připraven mobilní kontejnerový pivovar s malou varnou, spilkou a třemi tanky. Módním trendem se stávají takzvané „kočovné“ pivovary, které vaří pivo podle vlastního receptu v pronajatých kapacitách s využitím technologie jiných pivovarů.

Řidiči jsou „odsouzení“ k nealkoholickým pivům, kde podle normy nesmí být více než 0,50 % alkoholu. Pivo ovšem není jen o alko-

holové složce, musí vonět a chutnat jako pivo, musí být cítit chmelení, stejně jako chuť sladu bez mladinové pachutě a vodnatosti. Na nealkoholická piva ve svých varnách a výrobních programech nezapomněl žádný z pivovarů, který má zájem o udržení na trhu. Namátkou vybíráme ty oblíbenější: nejrozšířenější světlý a polotmavý Birell z Plzně, Lobkowicz z Pivovaru Vysoký Chlumec zaujme vůní a pěnivostí, dále Bernard Free, Budvar Free i snad nejstarší „nealko“ Pito z Pivovaru Samson, které má dnes říz a typickou chuť díky nové a vydařené receptuře. Pivovarníci se prostě snaží, seč jim síly stačí – vždyť většina národa je dnes na kolech a o požitek z piva nechce nikdo přijít.

■ AUTOR: Mikuláš Buleca
FOTO: Tomáš Mikšovský, Jiří Kaloč

Prodej zmrzlin mírně posiluje

Zmrzlina na pumpách: vede impuls

Zmrzlinu na čerpacích stanicích nejčastěji najdeme v podobě jednorčových balení v impulsních zónách, ale stále častěji se nakupují i rodinná balení jako vhodné osvěžení pro párty, občerstvení na výletech, či jako méně tradiční dárky. Nakupující a konzumenti v obou případech preferují kvalitu.



Impuls převládá

Nákup chladivého osvěžení pramení vždy z okolností: horko v autě i na silnici, únava a touha po rychlém doplnění sil se nejlépe pro danou chvíli hasí sladkým, mraženým krémem v podobě točené zmrzliny nebo průmyslově vyráběnými eiskrémy na dřívku. Největší zájem v Česku je nadále o klasické příchutě, pro zpestření každoročně doplňované o nějaké novinky často s jepičím životem. Převládá tedy smetana, tvaroh, mléko, ovoce, vanilka a čokoláda. Prodejce tu má vždycky jistotu, že při výběru zboží nesáhl vedle. I když je impulsní zóna na čerpacích stanicích v daných poměrech celkem prostorná pro všechny produkty, které se tváří, nebo skutečně impulsní jsou, málokdy nakonec dostačuje. U impulsního

balení zmrzlin a eiskrémů je samozřejmým řešením příruční mrazáček od takových firem jako A gida, Prima, Pinko, Nestlé, dodávaný či propůjčovaný jako bonus podle výše odběrů zboží. Tyto firmy navíc nezapomínají ani na další POS a propagační materiály. Na ČS s mimořádnou frekvencí návštěvníků se vyplácí i provoz vlastního zmrzlinového stroje. Pro počet efektivitu podobného zařízení je stejně důležitý jako zvážení dalších rizik – hygiena, nároky na obsluhu, velikost prostoru, chyby obsluhy způsobující kolísavou kvalitu. Pokud jsou ale podmínky a nároky splněny, je možné očekávat mimořádné obraty a zisk! Nabídka v kopečkové zmrzlině například od Algidy (Carte d'Or Selection 2016) je dostatečně široká a lákavá, aby uspokojila i nejnáročnější konzumenty. Obliba roste i u její točené zmrzliny

„My Cornetto“ s příchutí vanilka a čokoláda. Impulsní balení průmyslově připravovaných zmrzlin v oplatkovém či kartonovém kornoutu nebo na tyčce se vždy lépe drží, a zmrzliny tak bývají konzumovány i za jízdy. Opačným příkladem je oplatkový sendvič např. u jednoho z balení ruské zmrzliny, které se k mlsání za jízdy rozhodně nehodí a tvoří jakýsi přechod k rodinným balením. Rodinná balení do impulsní zóny nepatří. Když už se kupující pro něj dopředu rozhodl, nevadí mu pár kroků navíc k běžnému mrazáku s tímto zbožím. Převažují plastové obaly, vaničky, polárkové dorty a zmrzlinové rolády a dezerty. Stále častější jsou v mrazácích i vícekusová balení nanuků a kornoutových zmrzlin (multipack), které samostatně nejsou k dostání, a jsou to právě ony, které zvyšují nákupy rodinných balení. Na to se spoléhá například značka Magnum. V balení multipacků nabízí vedle tradičních druhů i takové, které samostatně zákazníci nepořídí. Také u rodinných balení je odbyt a nabídka v jarním a letním období největší, kdy druhá nákupní špička stoupá v období vánočních a novoročních svátků.

Kvalita se vyplácí

Rozhodující je kvalita vstupních surovin, vlastní skladování zmrzlin a dalších mražených výrobků. Značky zdůrazňují tvaroh, ovoce i smetanu. Tak například společnost Pinko přidala do zmrzlin Rigoletto více jahodového sorbetu. Stejně tak více kakaa v 50ml Primáčku-Digoun, jahodového sorbetu v Primáčku Maruška a smetany v Primáčku Oskar. „Pozvolna lidé přecházejí ke kvalitnější zmrzlinám a hodně se prosazují zmrzliny s obsahem ovoce a pravé smetany, jako jsou například zmrzliny skupiny Mrož a Pegas“, popisuje Lukáš Dědek, manažer společnosti Prima. „S odstupem času vnímáme pozitivní posun ze strany kupujících. Je znát, že jim více záleží na kvalitě. Lidé si hlídají to, co kupují. Na ústupu jsou náhražky a různá umělá dochucovadla“, vysvětluje. Tento segment spolu s cukrovinkami ale složení výrobků musel loni řešit ještě víc než obvykle. Výrobci se museli vypořádat především s kauzou palmového oleje. Zákazníci začali být velmi citliví na jeho

obsah v potravinách a uzpůsobují tomu i své nákupy. Ve zmrzlinách měl přitom dosud nezapustitelnou úlohu. Značka Prima zmrzlina si na složení svých zmrzlin velmi zakládá a nespokojí se s náhražkami. Navíc každoročně nabízí několik novinek a výjimkou nebude ani letošní léto, kdy se můžete těšit na vylepšené receptury zmrzlin Pegas, která, jak se říká, jede na smetanové vlně. Prémiová řada určená všem milovníkům mléčně-smetanových zmrzlin zalitých v křupavé čokoládové polevě se letos představí s novou recepturou. Právě smetana stojí za jemnější a plnější chutí zmrzlin Pegas. Rostlinný tuk byl nahrazen pravou smetanou a v kombinaci s dalšími ingrediencemi (jako je čokoláda nebo oříšky) se mlsalové dostanou přímo do zmrzlinového nebe. Nezaměnitelnou chuť zmrzlin Pegas si ale mohou dopřát také v rodinném balení. Obdobně je tomu u impulsní ikony mezi zmrzlinami, jakou je značka Mrož. Léto bez něj si dokáže představit jen málokdo. Rok od roku rozšiřuje svou rodinu o nový přírůstek, o novou příchut z pravého ovoce. A ani letošní léto tomu nebude jinak. Poctivá zmrzlina z tvarohu, mléka, smetany, cukru a čerstvého ovoce je nadčasovou kombinací, která nikdy nezevšední. Minulou sezónu



si Mrož vyzkoušel spojení s jogurtem a letošní léto si bude pohrávat se šťavnatou kombinací jogurtu a malin, tentokrát v praktickém kornoutu. S větším balením zmrzlin letos přichází společnost Pinko. Zmrzlinu v kelímčích ozna-

čnou jako prémiovou kopečkovou zmrzlinu vylepšila podle svých slov změnou receptury i designu. „Vedle oblíbené vanilky a čokolády z mléka a másla tak zákazníci mohou letos ochutnat i nové kopečkové zmrzliny ze smetany, a to s jahodovým nebo borůvkovým sorbetem,“ hlásí z firmy. Podle jejího vedení je už samozřejmostí nepřítomnost palmového oleje a stejně se zařadily i u dalších rozhodujících výrobců.

Co nového letos?

Jak uvádí odborné periodikum Retail News v průzkumu Nejdůvěryhodnější značka, věří lidé mezi zmrzlinami nejvíc Míšovi. Tomu odpovídá i skutečnost, že v Česku se oproti jiným zemím těší velké oblibě tvarohové varianty. Výrobci hlásí, že mezi příchutěmi Češi vybírají stále stejně – dlouhá léta vede vanilková následovaná čokoládovou a jahodovou. Proto se ani v pořadí oblíbenosti jednotlivých značek přední místa příliš neliší. „Na předních pozicích se stále drží zmrzliny Mrož spolu se skupinou Pegas, která stoupá meziročně až o dvacet procent,“ pochvaluje si již citovaný manažer Primy Lukáš Dědek.

Lethí soutěž pro vaše zákazníky!

Pravidla a více info na
[WWW.JOJO.CZ](http://www.jojo.cz)

JoJo Mixle Pixle

NAJDI nový tvar a vyhraď zimu v létě

zájezd na Antarktidu

sáňkování v Alpách

výlet za polární září

...a dalších 10.000 cen

jízda se psím spřežením



Exotické varianty

➤ Přesto výrobci zákaznicky překvapují i exotickými variantami, které si na každou sezónu přichystali. Algida a její značka Magnum se rozšířila o varianty Magnum Double Choco, Double Caramel nebo Double Peanut Butter. Loni se nanuky Magnum rozšířily i o příchutě Creme Brulée nebo Tiramisu, na které značka lákala v rámci soutěže o výlet do Paříže. Twister má novou variantu Černý rybíz a pod značkou Míša Unilever loni uvedl varianty v ovocných polevách. Aktuálně představil novou variantu Termix. Zmrzliny Solero se rozrostly o variantu Exotic a Red Berries, svou novou tropickou variantu má i Big Milk. Exotické varianty zvolilo i Pinko. Letošek označuje jako olympijsko-brazilejský rok a uvedlo proto varianty zmrzlin s ovocem açaí. „Açaí jsou tmavě fialové plody, jejichž chuť připomíná kombinaci čokolády a lesního ovoce,” upřesňuje společnost. Mezi její novinky proto patří Açaí se smetanou v čokoládě, Píšťalka Vanilka – Açaí nebo nanuky z oblíbené řady Piccolo. Kornouty Carcatto ze sortimentu Pinka se rozrůstají o příchutě Copa Cafe. Pegas se soustředí na oblíbenou čokoládu. Jako novinku připravuje v impulsních zmrzlinách Pegas 3 Choco a Pegas Chocomilk Dark.

Specialita pro děti

Speciálně pro děti připravilo Pinko nový brand Primáček, který souvisí s ranním vysíláním v televizi Prima. Pod touto značkou vznikla rodina šesti nových postavíček (Primáček, Maruška, Oskar, Hrkol, Drdola a Digoun), časopis Primáček a samozřejmě především Primáčekové zmrzliny v celkem šesti obalových designech a v jahodové, smetanové a kakaoové příchuti. Ve stejné kategorii chce firma Prima zaujmout novými Mroži – Mrož meruňka a jogurtový s malinovým toppingem. Novinkou je i Pikao. Společnost hlásí, že pozitivní reakce zákazníků na ni má už teď, podobně jako na vylepšené receptury zmrzlin Pegas – zmrzliny jsou nově bez rostlinného tuku a naopak s obsahem smetany. Z rodinných balení můžou zákazníci v regálech nově hledat příchutě Mrož Černý rybíz a luxusní vaničky Pegas čokoládová, Pegas horké maliny nebo Pegas vanilka s karamellem.

Prémiové zmrzliny

K prémiovým zmrzlinám na českém trhu patří nabídka společnosti Nestlé. Jedná se o švýcarskou kvalitu z nejlepších ingrediencí a zpracování přírodním způsobem bez umělých

barviv a přísad pod světoznámou značkou Mövenpick a nejčastěji lze najít jako rodinná balení, jednorčové zmrzliny a zmrzlinu pro gastronomické provozy. Pro svou mimořádnou kvalitu, ale i vyšší cenu nachází uplatnění nejčastěji v restauračních zařízeních.

Slovo za velkoobchod

Že tuzemský trh vykazuje rostoucí oblibu zmrzlin, to potvrzují i údaje z velkoobchodních center společnosti Makro Cash & Carry ČR. Za prvních šest měsíců loňského roku se zvýšily jejich prodeje přibližně o 15 %. Nárůst způsobilo především rozšíření nabídky – v současné době Makro nabízí přes dvě stovky druhů zmrzlin a sorbetů. Mezi nejnovější trendy v oblasti zmrzlin patří bio zmrzliny (i přesto, že jsou asi o 30 % dražší než konvenční) a netradiční příchutě mražených krémů a sorbetů používaných při přípravě pokrmů – například curry, wasabi či černé olivy.

Největší růst v prvním pololetí zaznamenaly sorbety, jejichž prodeje vzrostly o 42 %. Makro v současné době nabízí zákazníkům 22 druhů sorbetů oproti čtyřem v předchozím roce a tento trend pokračuje.

O 17 % vzrostly prodeje impulsních zmrzlin (nanuky), prodejům vévodí tradiční položky, jako jsou nanuk Míša, Aro ruská zmrzlina či Mrož. Nejvíce zmrzlin v Makru pochází z České republiky – přibližně 40 %, na dalších místech jsou zmrzliny z Francie, Itálie a Maďarska – každá přibližně 15 %. Top 10 výrobků přitom tvoří: Míša 50x55 ml, Míša 16x55 ml, Aro ruská zmrzlina 10 % 10x180 ml, Aro zmrzlina vanilka 4,2 l, Mrož v tmavé čokoládě 12x45 ml, Ruská zmrzlina 15 % tuku 10x220 ml, Mrož v bílé čokoládě 12x45 ml, Eskymo 16x45 ml, Míša jahoda 16x55 ml a Four Seasons ruská zmrzlina 12 % 10x200 ml.

Nejprodávanejší je tedy stále impulsní zmrzlina. Ale podle Martina Molčána, brand manager impulse, Unilever ČR, roste mírně i odbyt rodinného balení. „Polárkové dorty lokálních značek jsou segmentem s velkým objemem, ale minimálním ziskem pro výrobce. Tento segment je již v dnešní době stabilní, do budoucna se začne výrazně snižovat a bude nahrazován prémiovými značkami, jako je např. Carte d'Or,” popisuje současnou i budoucí situaci s tím, že v budoucnu očekává velký růst trhu multipacků a celkový nárůst spotřeby zmrzliny, který by odpovídal konzumaci v sousedních zemích.

■ AUTOR: Mikuláš Buleca

FOTO: Tomáš Mikšovský, Jiří Kaloc

Zmrzliny rodinná balení	
1. Jedl(a) jste je v posl. 12 měsících?	
ano	58,4
ne	41,6
2. Jak často je jíte?	
více než 1x týdně	4,3
1x týdně	9,0
2 - 3x měsíčně	13,9
1x měsíčně	24,9
méně než 1x měsíčně	47,6
neuveďeno	0,3
3. Značky	
Prima - Polárkový dort	47,3
Algida - Carte D'Or	34,8
Algida - Polárkový dort	31,6
Algida - Vienetta	30,1
vlastní značky prodejen (Coop/Tesco/Clever...)	22,6
Nestlé - Manhattan	22,3
Polárka	18,0
Míša	17,7
Algida - Big Milk	15,0
Polárkový sníh	12,1

Zmrzliny na dřívku	
1. Jedl(a) jste je v posl. 12 měsících?	
ano	77,6
ne	22,4
2. Jak často je jíte?	
2x týdně a více	7,4
1x týdně	15,7
2 - 3x měsíčně	32,2
1x měsíčně a méně často	44,6
neuveďeno	0,1
3. Značky	
Míša	43,0
Prima - Mrož	42,1
Algida - Magnum	38,0
Prima - Ruská zmrzlina	35,8
Algida - Ruská zmrzlina	35,6
Algida - Ledňáček	29,1
Algida - Eskymo	27,3
Algida - Cornetto	26,8
Prima - Pegas	25,6
Algida - Twister	20,3

MEDIAN, Market & Media & Lifestyle – TGI, 3. kvartál 2015
a 4. kvartál 2015

NEJLEPŠÍ LEDOVÉ OSVĚŽENÍ
NESMÍ CHYBĚT VE VAŠÍ PRODEJNĚ!



It all starts with a
NESCAFÉ®



Opravdová smetanová
zmrzlina v čokoládě

PREMIUM
PEGAS



Případová studie z Rakouska

Supermarket na čerpací stanici: ano, či ne?

V Rakousku se jedná o dlouhodobý trend, v Česku to lze označit za novinku: na čerpací stanici se místo klasického shopu nachází supermarket pod značkou známého potravinového řetězce. Není divu, že tato forma spolupráce přichází i k nám. Analýza výsledků na stovce rakouských čerpacích stanic potvrzuje pozitivní dopady na ekonomickou situaci čerpací stanice.



Ing. Martina Řeháková

Ing. Martina Řeháková je obchodní manažerkou pro ČR a SR ve společnosti eurodata.

Rakouský trh čerpacích stanic

V sousedním Rakousku se dle posledních statistik nachází 2 641 veřejně přístupných čerpacích stanic. Od devadesátých let je zde patrný trvalý klesající trend. Trh se konsoliduje. Klesá množství klasických čerpacích stanic a současně roste počet tankovacích automatů zcela bez shopu. Na druhou stranu roste počet čerpacích stanic se supermarketem značkového potravinového řetězce.

V současné době v Rakousku nalezneme shop celkem asi na 1 600 čerpacích stanicích, z nichž je téměř 300 provozováno pod značkou některého z potravinových řetězců. Na 130 čerpacích stanicích JET nakoupíte v supermarketu Billa, v síti čerpacích stanic společnosti Doppler a Shell se nachází 91 shopů SPAR express a na 73 čerpacích stanicích BP jsou provozovány shopy Merkur Inside. Tomuto trendu se prozatím vymykají společnosti OMV a ENI-Agip, které provozují vlastní koncepty shopů.

Proč provozovat na čerpací stanici supermarket?

Motivace ke spolupráci s potravinovým řetězcem jsou zřejmé: moderní přístup k nakupování, čerstvost a kvalita. Zatímco asistent natankuje pohonné hmoty, provede zákazník v obchodě odpolední nákup potravin. Kategorie zboží jsou v prodejně profesionálně rozmístěné dle zkušeností potravinového prodejce a ceny jsou jen o málo vyšší než v klasickém supermarke-



tu. V nabídce je široká škála čerstvých potravin a samotný shop tak již ani vzdáleně nepřipomíná trafikku, ve které koupíte jen cigarety a noviny.

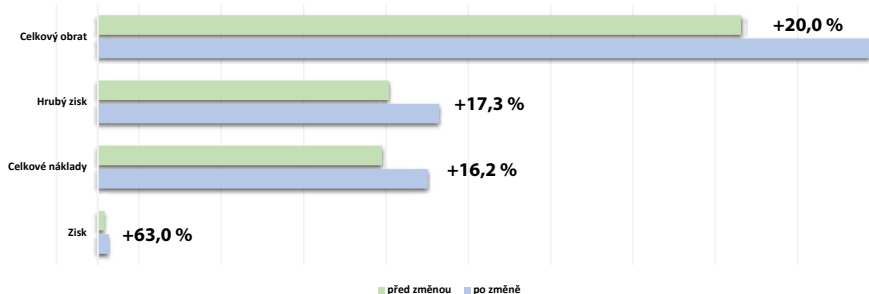
V Rakousku je navíc úspěch těchto konceptů výrazně podpořen omezenou otevírací dobou běžných obchodů. V neděli a o svátcích či po osmé hodině večerní nekoupíte potraviny nikde jinde než právě na čerpacích stanicích, případně na některých nádražích či letištích. Snaha přiblížit nakupování na čerpacích stanicích běžným obchodům a „zalepit“ tak díru na trhu je více než pochopitelná.

Výsledky studie 100 čerpacích stanic

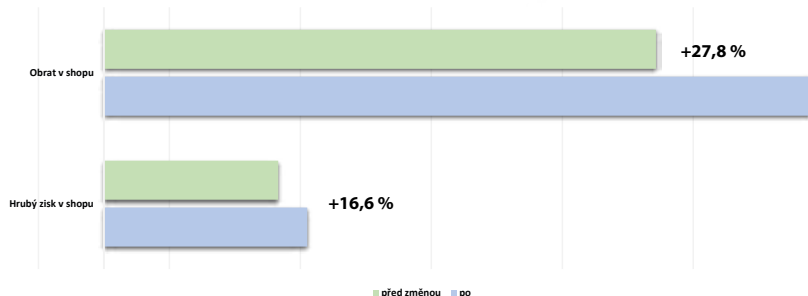
Společnost eurodata pravidelně analyzuje dopady změn konceptu shopu na čerpacích stanicích v Rakousku. Do jejího kontrolního a reportního systému edtas je zahrnuto více než 10 000 čerpacích stanic nejznámějších značek v Evropě. Ve spolupráci se sítí daňových kanceláří jsou pro provozovatele čerpacích stanic zpracovávány reporty v podobě analýz, statistik a grafů, které

Výsledky studie edtas na 100 čerpacích stanicích v Rakousku

Dopady spolupráce s potravinovým řetězcem na celkový výsledek (12 měsíců před/po změně)



Dopady spolupráce s potravinovým řetězcem na výsledek v shopu (12 měsíců před/po změně)



... for your store

- ▶ Výroba vybavení prodejen
- ▶ Design a návrh interiérů prodejen
- ▶ Montáž a servis vybavení

MBG, spol. s r.o.

Sadová 2323/4, 789 01 Zábřeh

tel.: +420 583 401 311, e-mail: mbg@mbg.cz

www.mbg.cz

PETROL
PARTNER



➔ jsou přizpůsobeny specifickým požadavkům petrolejářské branže. Také v České republice využívá služby společnosti euro-data a daňových kanceláří KODAP téměř 500 čerpacích stanic.

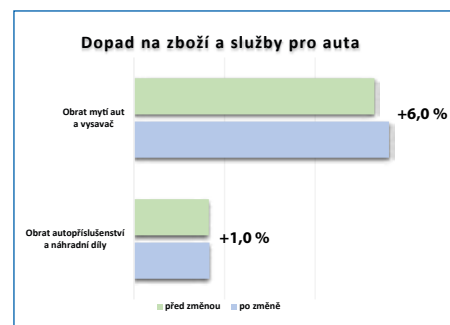
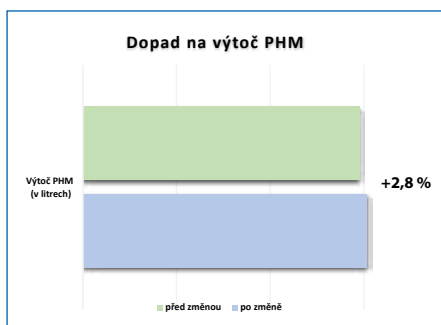
V Rakousku je do systému edtas zahrnuto okolo 1 000 čerpacích stanic, z nichž byla vybrána stovka, která prošla v nedávné době změnou konceptu shopu. Pro studii byla použita data čerpacích stanic různých značek a velikostí a ke změně konceptu docházelo v různých časových obdobích. Každá čerpací stanice je ve studii posuzována individuálně a v úvahu jsou brána data 12 měsíců před změnou a 12 měsíců po změně.

Negativa změny konceptu

Rostoucí náklady, například v podobě odpisů prošlého zboží, nejsou jedinou nevýhodou spolupráce s potravinovými řetězci. Provozovatel musí zajistit také dostatečné skladovací prostory, najmout dodatečný a vzdělanější personál a také mít větší finanční rezervy. Ceny za zboží jsou sice vyšší než v supermarketu, avšak nižší než byly dříve při provozování původního shopu. Nižší marže musí být tedy nutně kompenzována rostoucím obrátem. Změna konceptu shopu je spojena také s velkými investicemi a je nutné zohlednit řadu dalších faktorů, jako je například umístění čerpací stanice.

Budoucnost supermarketů na čerpacích stanicích v ČR

I přes rostoucí náklady a výše zmíněná negativa jsou hospodářské výsledky čerpacích stanic po změně konceptu pozitivní. Totéž potvrzují také první hodnocení nejvíce diskutovaného konceptu v České republice, kterým je spolupráce společnosti



INVESTIČNÍ PŘÍLEŽITOST!



Výběrové řízení!

Vlastník nabízí k dlouhodobému pronájmu **2 aktivní, nově postavené, ziskové čerpací stanice** v Karlovarském kraji, provozované **pod značkou SHELL**

V případě zájmu, zašlete Vaše kontaktní údaje na mail: **petr@gigamaster.cz**

Budeme Vás kontaktovat s bližšími informacemi.

Neo-Neon™

Shell se supermarkety značky Billa. Dnes již na 42 čerpacích stanicích Shell nakoupíte obdobné potraviny a zboží jako v ostatních supermarketech Billa. Dle Michala Gvuzda, business & alliance development managera společnosti Shell, došlo na čerpacích stanicích zahrnutých do konceptu „Billa Stop & Shop“ k 25% nárůstu transakcí v shopu a 10% nárůstu transakcí na PHM. Otázkou tedy zůstává, zda se pozitivními výsledky ze zahraničí i z domácího trhu nechají inspirovat i další velcí hráči na českém trhu čerpacích stanic.

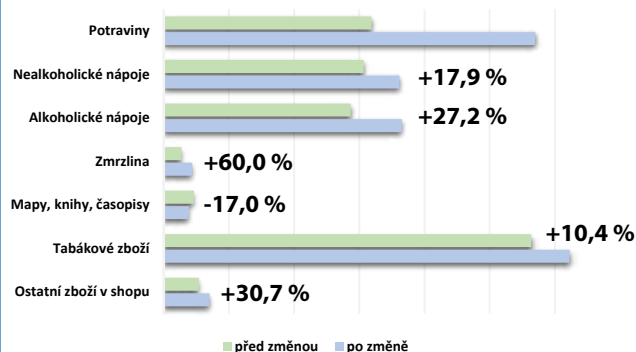
■ AUTOR: Ing. Martina Řeháková
FOTO: Tomáš Mikšovský

ZDROJ: eurodata GmbH, poskytovatel
kontrolního a reportního systému edtas
pro čerpací stanice

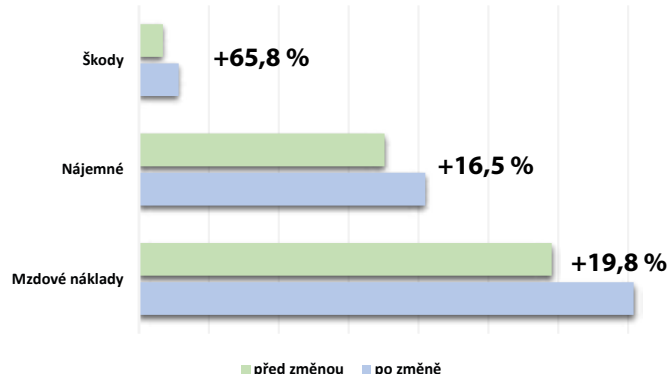
KODAP
www.kodap.cz



Dopad na prodej zboží v shopu



Dopad na náklady



PETROLmagazín

Vydavatel:
PETROLmedia, s.r.o.

Redakce:
PETROLmedia, s.r.o.
Na Dlouhém lánu 508/41
160 00 Praha 6
tel.: +420 224 305 350
fax: +420 224 305 335
www.petrol.cz

Ředitelka společnosti:
Gabriela Platilová (platilova@petrolmedia.cz)
Odborný garant redakce:
Tomáš Mikšovský (mikšovsky@petrolmedia.cz)
Asistentka redakce:
Renata Nováková (novakova@petrolmedia.cz)
Petra Hubková (hubkova@petrolmedia.cz)

Odborný redaktor:
Jiří Kaloč (kaloc@petrolmedia.cz)
Redaktor Convenience:
Mikuláš Buleca
Korektura:
Alena Kládková
Grafické zpracování:
David Hodyc, HD-Design
www.hd-design.cz
Výroba a produkce:
Printo, spol. s r.o.
Generála Sochora 1379, 708 00 Ostrava
Distribuce ČR:
CASUS, direct mail, a.s.
Žilinská 5, 141 00 Praha 4
Distribuce SR:
PressMedia, spol. s r. o.
Libešická 1709, 150 00 Praha 5

Tým odborných poradců redakce:
doc. Ing. Milan Pospíšil, CSc.
Vysoká škola chemicko-technologická (VŠCHT)
Ing. Jan Mikulec, CSc.
Česká asociace petrolejářského
průmyslu a obchodu (ČAPPO)
Ing. Ivan Indráček
Společenství čerpacích stanic ČR (SČS ČR, o.s.)
Ing. Václav Loula
Česká asociace petrolejářského
průmyslu a obchodu (ČAPPO)
Ing. Jan Skolil
CLASSIC Oil s.r.o.
Mgr. Vladimír Oliberius
nezávislý odborník

PETROL

PARTNER

Ropa, produkty, trhy



MEMBER OF MOL GROUP

GOLD



SILVER



SILVER



SILVER



SILVER



SILVER



SILVER



SILVER



payment solution on the road

BRONZE



BRONZE



SILVER



SILVER



Czech Republic

SILVER



SILVER



BRONZE



SILVER



BRONZE



BRONZE



SILVER



BRONZE



SILVER



SILVER



partner nepřispěje ...

SILVER



SILVER



SILVER



... for your store

BRONZE



SILVER



SILVER



SILVER



SILVER

Technika a provoz

Mytí a servis

Shop a gastro/Poradenství

NAŠE **DOPORUČENÍ**

MAXXIMÁLNÍ VÝKON¹



Mercedes-Benz

PAVEL TUREK
Expert na Formuli 1

OMV MAXXMOTION
100PLUS
SPĚLUJE NEJVYŠŠÍ
POŽADAVKY
AUTOMOBILOVÉHO
PRŮMYSLU²

OMV
MAXXMotion
Performance Natural 100plus

¹ Lepší výkon a účinnost spalování díky vysokému oktanovému číslu min. 100 RON a čistícímu efektu paliva na sacích ventilech. Výhody a účinky paliva jsou ovlivněny vozidlem, chováním řidiče, technickým stavem motoru a jsou založené na porovnání s palivem, které splňuje minimální požadavky normy ČSN EN 228.

² OMV MaxxMotion 100plus splňuje nejvyšší požadavky (kategorie 5) definované ve WWFC – Světové palivové chartě.



Zastavte se

NAČERPEJTE DOBROU NÁLADU

Všechna paliva s aditivy, výborná káva a chutné občerstvení.
Od našich čerpacích stanic budete odjíždět vždy s dobrou náladou.

molcesko.cz