

Wydanie specjalne czasopisma STACJA BENZYNOWA & CONVENIENCE STORE oraz portalu PETROLNET.PL

RAPORT 2025

Stacje Paliw – Sprzedaż Detaliczna

LIPIEC-SIERPIEŃ 2025





Biopaliwo nowej generacji
już w ofercie UNIMOT

HVO

Redukcja CO₂ średnio o **90%**



www.unimotpaliwa.pl/paliwa/hvo

SPIS TREŚCI



Analiza rynku – paliwa

| | |
|---|----|
| W dobie wyzwań i zmian | 4 |
| Analiza sytuacji paliwowej w Polsce | 6 |
| Niezbędna pilna reforma zapasów ropy i paliw w Polsce | 10 |
| Polska i Europa w cieniu transformacji, odkryć surowcowych i napięć geopolitycznych | 15 |
| Pomiary elektryczne stacji ładowania – Bezpiecznie elektromobilni | 17 |
| Sprzedaż detaliczna paliw w 2024 roku | 24 |
| Rynek gazu płynnego lpg w polsce w 2024 roku | 32 |
| Polska pozostaje kluczowym energetycznym węzłem dla Ukrainy | 38 |

Głos rynku – paliwa

Analiza rynku – convenience

| | |
|---|----|
| Poza tankowaniem – misje zakupowe i profil klientów stacji benzynowych w Polsce | 50 |
|---|----|

| | |
|---|----|
| Charakterystyka rynku convenience | 56 |
| Technologia, wygoda, lojalność, cena – jak zmieniają się zakupy Polaków w 2025 roku | 58 |
| Jak zmienił się ruch na stacjach paliw w ciągu 12 miesięcy? | 61 |
| Konsument w sklepie convenience | 66 |

Głos rynku – convenience

Głos rynku – dostawcy

| | |
|--|----|
| Nasza oferta jest stale aktualizowana | 76 |
| Rola nowoczesnych, energooszczędnych zmywarek będzie rosła | 77 |
| Klienci stacji oczekują więcej | 79 |
| W obliczu zmian rynkowych | 80 |
| Shoty funkcjonalne – mały format, duży zysk | 81 |

Wizytówki



Redakcja

Przemysław Jaworski
redaktor naczelny
p.jaworski@brogb2b.pl
tel. 664-463-085

Karolina Stępnik
dyrektorka wydawnicza
k.stępnik@brogb2b.pl
tel. 664-463-096

Redakcja nie odpowiada za treść materiałów reklamowych.
Reprodukcja lub przedruk wyłącznie za pisemną zgodą Wydawcy.
© 2025 Copyright by BROG B2B Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp. k.
All rights reserved.

Wydawca

BROG B2B
– media efektywnej komunikacji
Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp. k.
ul. Londyńska 4
03-921 Warszawa
biuro@brogb2b.pl

Dział Sprzedaży

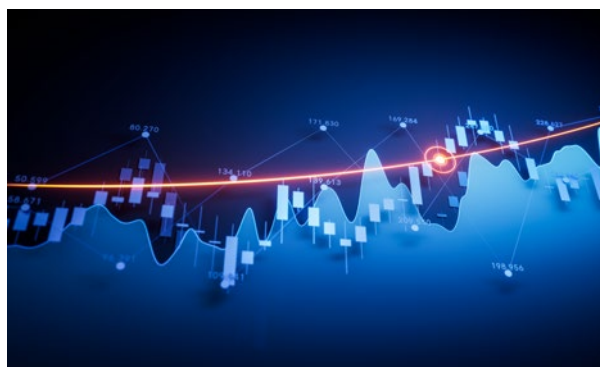
Zbigniew Pąg
dyrektor sprzedaży
z.pak@brogb2b.pl
tel. 664-463-083

Opracowanie graficzne/Skład DTP:
Studio Adekwatna
www.adekwatna.pl

PETROLNET.PL

Zapraszamy do odwiedzenia naszego newsowego portalu rynku stacji paliw, sklepów convenience, conceptów kawowych i gastronomicznych oraz subskrypcji codziennego Newslettera

DOŁĄCZ DO NAS



W dobie wyzwań i zmian

Rok 2024 przyniósł krajowemu sektorowi rafineryjnemu umiarkowany wzrost, potwierdzając stabilizację po okresach niestabilności na światowych rynkach surowców. Przerób ropy na poziomie około 27,6 mln ton, wzrost o 3% rok do roku, a także zwiększona produkcja paliw gotowych to sygnały umacniania się pozycji polskich rafinerii, ale też wyraźne wskazanie, że rynek wciąż stoi przed wieloma wyzwaniami.

PETROLNET.PL

Produkcja paliw w cieniu importu

Choć krajowe rafinerie efektywnie zwiększyły swoją moc przerobową i produkcję – w przypadku paliw gotowych zanotowano wzrost o 9% w porównaniu do 2023 roku – to jednak Polska pozostaje znacząco uzależniona od importu paliw. Szczególnie dotyczy to LPG, którego aż 84% jest sprowadzane zza granicy, oraz oleju napędowego z 39-procentowym udziałem importu. Benzyny sprowadzane jest około 27%.

To zróżnicowanie źródeł zaopatrzenia jest wynikiem nie tylko ograniczonej lokalnej mocy przerobowej, ale i geopolitycznych uwarunkowań, które wymuszają na rafineriach i hurtownikach elastyczność oraz dywersyfikację kierunków dostaw.

Efektywność i modernizacja kluczem do przetrwania

W obecnej rzeczywistości ekonomicznej, na którą wpływ mają takie czynniki jak rosnące koszty energii, zmienne ceny ropy i coraz bardziej wymagające normy środowiskowe, rentowność rafinerii jest ściśle związana

z efektywnością operacyjną i inwestycjami w modernizację.

Polskie zakłady inwestują w nowoczesne technologie, które pozwalają nie tylko na poprawę jakości paliw, ale i redukcję śladu węglowego. Modernizacja jest niezbędna także do sprostania coraz ostrzejszym wymagom Unii Europejskiej dotyczącym emisji CO₂ oraz parametrów technicznych paliw.

Geopolityka rządu rynkiem hurtowym

Dostęp do ropy i paliw gotowych coraz częściej zależy od złożonych relacji międzynarodowych. Zakazy importowe, szczególnie wobec Rosji, ograniczają dostęp do taniego surowca i wymuszają poszukiwanie nowych dostawców na Bliskim Wschodzie, w Norwegii oraz w Stanach Zjednoczonych.

Te zmiany wpływają na dynamikę cen i wymagają od rafinerii elastyczności w zarządzaniu łańcuchem dostaw, co jest wyzwaniem zarówno finansowym, jak i logistycznym.

Perspektywy na przyszłość: umiarkowany wzrost z naciskiem na innowacje

Analizy wskazują, że do 2030 roku przerób ropy w Polsce będzie stopniowo rósł, jednak tempo wzrostu zostanie ograniczone przez czynniki infrastrukturalne oraz transformację energetyczną. Udział importu w bilansie paliwowym, zwłaszcza w segmencie LPG i oleju napędowego, pozostanie wysoki, o ile nie dojdzie do znaczącej rozbudowy krajowych mocy produkcyjnych.

Rafinerie będą musiały kontynuować inwestycje w innowacje, wdrażać paliwa alternatywne oraz zwiększać udział produkcji paliw niskoemisyjnych. Transformacja energetyczna, choć wciąż na wczesnym etapie, nieuchronnie zmienia model biznesowy całego sektora.

Szanse i zagrożenia

Na polski rynek hurtowy paliw oddziałują liczne czynniki, które mogą zarówno przyspieszyć rozwój, jak i rodzić ryzyka. Do największych zagrożeń należą wahania cen ropy, niepewność geopolityczna, rosnące koszty operacyjne i podatkowe oraz wymogi środowiskowe.

Z drugiej strony, integracja pionowa – łączenie wydobycia

ropy z jej przerobem i dystrybucją – oraz inwestycje w nowoczesne technologie dają nadzieję na podniesienie konkurencyjności i mocy produkcyjnych, a także zwiększenie bezpieczeństwa energetycznego kraju.

Podsumowanie

Rynek hurtowy i produkcyjny paliw w Polsce w 2024–2025 roku to sektor w fazie stabilnego wzrostu, ale też transformacji i adaptacji. Rosnące wymagania środowiskowe, geopolityczne napięcia i zmiany technologiczne wymuszają na rafineriach nieustanną modernizację i dywersyfikację działalności.

Polska znajduje się na rozdrożu, w którym możliwe jest zarówno utrzymanie pozycji silnego regionalnego gracza, jak i ryzyko spowolnienia – wszystko zależy od strategicznych decyzji inwestycyjnych, skuteczności integracji pionowej oraz zdolności do innowacji i dostosowania do nowej, bardziej ekologicznej rzeczywistości. A szczegółowe informacje na temat rynku stacji paliw publikujemy na kolejnych stronach tegorocznego Raportu.



z miłości do
Zmywania

winterhalter®

Wynajmij

profesjonalną zmywarę
gastronomiczną



**Najwyższej jakości
zmywarki.**

Całkowicie niezawodne.
Ekonomiczne. Ergonomiczne
i łatwe w obsłudze.



Dlaczego warto?



Umowa bez pośredników



Brak inwestycji na start



Gwarancja i serwis przez
cały okres najmu



Bezpłatna dostawa, montaż
i konfiguracja

Sprawdź ofertę dla swojego biznesu:
wynajmijzmywarke.pl



**wynajmij
zmywarke.pl**

Analiza sytuacji paliwowej w Polsce

W ciągu ostatniego roku polski rynek paliwowy pozostawał pod wpływem dynamicznych zmian cen, będących odzwierciedleniem zarówno globalnych zawirowań geopolitycznych, jak i wewnętrznych decyzji fiskalnych. Mimo chwilowych spadków i wzrostów, rynek powoli wchodzi w fazę stabilizacji. Co to oznacza dla konsumentów, gospodarki i polityki energetycznej państwa?

PATRYCJA HRABIEC-HOJDA, CEO MARKETHUB
KATARZYNA KUCIA, MARKET RESEARCH ANALYST

MARKETHUB. ANALIZY I BADANIA RYNKU

Paliwa jako barometr kondycji gospodarczej

Sektor paliwowy pozostaje jednym z kluczowych obszarów wpływających na konkurencyjność polskiej gospodarki. Ceny paliw są nie tylko codziennym wyznacznikiem kosztów dla obywateli, lecz także istotnym komponentem kosztowym dla firm transportowych i przemysłowych. Dla wielu przedsiębiorstw koszty paliwa stanowią od 29% do nawet 49% wszystkich wydatków operacyjnych.

Ich wzrost może kaskadowo podnosić ceny towarów i usług w całym łańcuchu dostaw, wpływając bezpośrednio na inflację konsumencką. Monitorowanie cen paliw staje się zatem jednym z głównych narzędzi analizy makroekonomicznej, istotnym dla rządzących, analityków i inwestorów.

Z czego wynika cena paliwa?

Struktura cen detalicznych paliw w Polsce w 2025 roku opiera się na czterech głównych komponentach:

- **Podatki i opłaty państwowe** – w tym akcyza, opłata paliwowa i VAT (razem ponad 50% ceny detalicznej),
- **Koszt zakupu paliwa w rafinerii** – zależny głównie od globalnych notowań ropy i kursu złotego względem dolara,
- **Marża detaliczna stacji paliw** – stosunkowo niewielka i różniąca się w zależności od lokalizacji,
- **Koszty logistyczne i magazynowania** – zmienne sezonowo i regionalnie.

Utrzymująca się wysoka zależność Polski od importu ropy i produktów ropopochodnych sprawia, że każdy skok cen na światowych rynkach przekłada się niemal natychmiast na polskie stacje paliw.

Analiza cen paliw w Polsce (lipiec 2024 – lipiec 2025)

W okresie od lipca 2024 roku do lipca 2025 roku rynek paliw w Polsce cechował się znaczną zmiennością cenową. Dane wskazują na wyraźne wahania w obrębie wszystkich



głównych rodzajów paliw – benzyny Pb95, oleju napędowego (ON) oraz gazu płynnego (LPG). Ruchy cenowe były ściśle powiązane zarówno z warunkowaniami globalnymi, jak i czynnikami krajowymi, w tym polityką fiskalną oraz sezonowością popytu.

Benzyna bezołowiowa 95 (Pb95)

Na początku analizowanego okresu, w lipcu 2024 roku, średnia cena benzyny Pb95 wynosiła 6,41 zł/l. Do września 2024 roku odnotowano spadek do poziomu 5,96 zł/l, co odpowiadało ogólnosiłowemu trendowi spadku cen surowców

energetycznych. W kolejnych miesiącach ceny ustabilizowały się, a następnie wzrosły, osiągając maksimum 6,22 zł/l w styczniu 2025 roku. Od lutego rozpoczął się systematyczny trend spadkowy, który doprowadził do najniższego poziomu cenowego w maju 2025 roku – 5,74 zł/l. W czerwcu nastąpił istotny wzrost do 6,01 zł/l, by w lipcu ponownie nieznacznie spaść do 5,90 zł/l.

Zmiana roczna: – 0,51 zł/l (z 6,41 zł/l w lipcu 2024 do 5,90 zł/l w lipcu 2025)

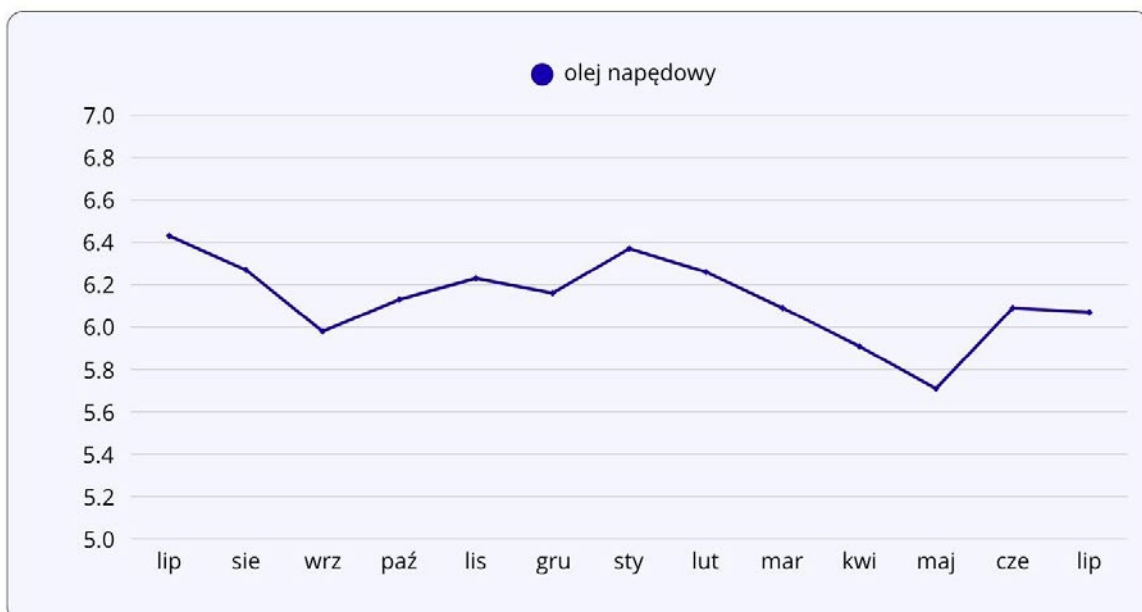
Olej napędowy (ON)

W lipcu 2024 roku cena ON wynosiła 6,43 zł/l, by we wrześniu

Ceny paliwa Euro 95 w Polsce (w okresie lipiec 2024-lipiec 2025)



Ceny oleju napędowego w Polsce (w okresie lipiec 2024-lipiec 2025)



Ceny LPG w Polsce (w okresie lipiec 2024-lipiec 2025)



spaść do 5,98 zł/l. Następnie rynek paliw napędowych doświadczył wyraźniejszych wzrostów niż w przypadku benzyny, osiągając najwyższy poziom 6,37 zł/l w styczniu 2025 roku. Podobnie jak w przypadku Pb95, od lutego 2025 roku ceny zaczęły spadać, osiągając najniższy punkt 5,71 zł/l w maju. W czerwcu cena wzrosła do 6,09 zł/l, a w lipcu utrzymała się na zbliżonym poziomie 6,07 zł/l.

Zmiana roczna: – 0,36 zł/l (z 6,43 zł/l w lipcu 2024 do 6,07 zł/l w lipcu 2025)

Gaz płynny (LPG)

Dynamika cen LPG w analizowanym okresie była nieco odmienna. W lipcu 2024 roku cena wynosiła 2,71 zł/l, a we wrześniu wzrosła do 2,86 zł/l. Najwyższe ceny odnotowano w styczniu (3,27 zł/l) i lutym 2025 roku (3,21 zł/l). Od marca rozpoczął się trwały trend spadkowy, który doprowadził do najniższej ceny w lipcu 2025 roku – 2,72

zł/l. Ostatecznie, w skali całego roku cena LPG pozostała praktycznie niezmienną.

Zmiana roczna: +0,01 zł/l (z 2,71 zł/l w lipcu 2024 do 2,72 zł/l w lipcu 2025)

Geopolityczna premia w cenie ropy – natura i skutki

W warunkach narastającej niepewności na rynkach międzynarodowych, ceny ropy Brent – będącej głównym punktem odniesienia dla notowań ropy na świecie – utrzymywały się w górnym przedziale cenowym, oscylując wokół 70–80 USD za baryłkę. Ten poziom nie był wyłącznie wynikiem gry popytu i podaży, ale w znacznym stopniu odzwierciedlał tzw. *geopolityczną premię* – nadwyżkę cenową wynikającą z ryzyka zakłóceń w dostawach surowca. Dla Polski, jako kraju pozbawionego własnych złóż ropy i w niemal 100% uzależnionego od importu, skoki cen surowca mają

natychmiastowe przełożenie na sytuację krajową.

Zapasy strategiczne: fundament bezpieczeństwa energetycznego

W kontekście niestabilności globalnej Polska zmuszona jest do utrzymywania zapasów interwencyjnych ropy i paliw odpowiadających 90 dniom średniego importu. Jednak w 2022 roku poziom ten wynosił jedynie 88,4 dnia, co narusza unijne i międzynarodowe wymogi (MAE).

W odpowiedzi na sytuację, w 2025 roku zaktualizowano projekt nowelizacji ustawy o zapasach, zakładając:

- stopniowe ograniczenie obowiązku producentów i importerów (do 45 dni do połowy 2027 roku),
- przejęcie większej odpowiedzialności przez Rządową Agencję Rezerw Strategicznych (RARS),
- dopuszczenie przechowywania gazu poza granicami

Polski – w krajach UE, EOG i EFTA,

- przesunięcie reformy zapasów gazowych z 2025 na 2026 rok.

Zmiany te mają zapewnić większą elastyczność systemu oraz lepsze dostosowanie do realiów europejskiego rynku energii.

Rynek paliwowy w Polsce

Rynek paliwowy w Polsce w ciągu ostatniego roku doświadczył znacznych turbulencji, lecz wchodzi obecnie w fazę umiarkowanej stabilizacji. Choć krótkoterminowe wahania cen nadal będą występować, istotniejsze dla przyszłości rynku są decyzje strukturalne dotyczące bezpieczeństwa energetycznego i polityki zapasów.

W obliczu globalnych napięć i unijnych wyzwań klimatycznych, zdolność adaptacyjna państwa i sektora energetycznego staje się kluczowym komponentem bezpieczeństwa gospodarczego.



JAKOŚĆ, KTÓRA SŁUŻY WSZYSTKIM



Dowiedz się więcej

Niezbędna pilna reforma zapasów ropy i paliw w Polsce

System zapasów interwencyjnych ropy naftowej i paliw w Polsce jest zdefiniowany przepisami ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o zapasach ropy naftowej, produktów naftowych i gazu ziemnego oraz zasadach postępowania w sytuacjach zagrożenia bezpieczeństwa paliwowego państwa i zakłóceń na rynku naftowym (dalej: ustawa o zapasach). Ustawa, od czasu uchwalenia, była wielokrotnie nowelizowana, tym niemniej – pomimo upływu wielu lat, pomimo radykalnych zmian na rynku ropy naftowej i paliw w Polsce i Europie, jakie nastąpiły przez prawie 20 lat wykorzystywania uchwalonych w 2007 r. przepisów – nie można przyjąć, że realizowane nowelizacje były całościowymi, że w sposób kompleksowy przeglądano system i dostosowywano go do współczesnych wyzwań.

PRZEMYSŁAW BRYKSA, OF COUNSEL KDCP

O Projekcie

Podmioty aktywne na rynku paliwowym w Polsce od wielu lat składały wnioski i propozycje na rzecz systemowej reformy zapasów ropy i paliw. Aktywność taką firmowały także organizacje branżowe rynku paliwowego – toczono rozmowy z administracją rządową. W 2024 r. ze strony przedstawicieli Rządu (Ministerstwo Klimatu i Środowiska, a później Ministerstwo Przemysłu) pojawiły się nieformalne sygnały woli przeprowadzenia reformy systemu zapasów interwencyjnych.

W takiej sytuacji Kancelaria Doradztwa Celnego i Podatkowego – bardzo zaangażowana we wsparcie dla podmiotów polskiego rynku paliwowego i wobec tego świadoma

potrzeb i propozycji tychże – wyszła z inicjatywą przygotowania propozycji reformy systemu zapasów w Polsce. Po między czerwcem a październikiem 2024 r. eksperci KDCP prezentowali ideę wspólnego, rynkowego **Projektu na rzecz reformy systemu zapasów interwencyjnych w Polsce**. W wyniku tego została uformowana Koalicja Interesariuszy złożona z kilkudziesięciu podmiotów – organizacji (Polska Izba Paliw Płynnych, Polska Izba Gazu Płynnego) i podmiotów rynkowych zaangażowanych w system zapasów ropy i paliw (reprezentujących importerów paliw, magazynierów oraz branże chemiczną i smarową), których wspólną ideą jest doprowadzenie do kompleksowych zmian.

Projekt na rzecz reformy systemu zapasów interwencyjnych w Polsce rozpoczęto na przełomie listopada i grudnia 2024 r. Ustalono, że jako efekt prac w ramach Projektu powstanie Raport analityczny i legislacyjny, w którym zostaną zawarte propozycje do szerokiej nowelizacji ustawy o zapasach oraz aktów wykonawczych. Raport miał być przekazany do Ministerstwa Przemysłu, które przed zmianami w rządzie nadzorowało zapasy interwencyjne. Oczekiwano sformułowania przez właściwe ministerstwo inicjatywy ustawodawczej zmiany ustawy o zapasach. Członkowie Koalicji wyrażali nadzieję, że konkretne propozycje zmian prawnych i systemowych, przedstawione wraz z wszechstronną



oceną ich konsekwencji, na tle poszerzonej diagnozy przeszłej, obecnej i przyszłej sytuacji polskiego rynku paliwowego, magazynowego i systemu zapasów, będą mogły posłużyć jako cenny wkład do prac przedstawicieli administracji rządowej. Koalicja Interesariuszy chciała

również czynnie i w sposób partnerski uczestniczyć w pre-konsultacjach oraz właściwych konsultacjach projektów prawnych w ramach reformy, wnosząc wiedzę fachową i eksperckie wsparcie, cenne opinie branżowe, wreszcie oceny konsekwencji zmian czy perspektyw rozwoju rynku.

Przygotowując i przedstawiając Raport – Interesariusze i Autorzy – mieli nadzieję na otwarcie pogłębionego dialogu z przedstawicielami administracji rządowej i wspólne przygotowanie holistycznych zmian prawnych – korzystnych zarówno dla Państwa Polskiego, jak i przedsiębiorców aktywnych na tym jakże specyficznym rynku – zmian prawnych odmieniających system zapasów interwencyjnych – kluczowy system w ramach bezpieczeństwa energetycznego Polski.

O Raporcie

Raport na rzecz reformy systemu zapasów interwencyjnych w Polsce, złożony z części

analitycznej i legislacyjnej (liczący łącznie prawie 230 str.), przedstawia: charakterystykę rynku paliwowego w Polsce obecnie, w tym bardzo trudną sytuację na rynku magazynowym, zasady funkcjonowania systemu zapasów interwencyjnych ropy i paliw, przykłady międzynarodowe, potrzeby i argumentację za koniecznością przeprowadzenia reformy, serię kilkudziesięciu propozycji zmian w ustawie o zapasach, uzasadnienia dla nich i przewidywane efekty ich wdrożenia. Część legislacyjna Raportu zawiera gotowe i kompletne: projekt nowelizacji ustawy o zapasach, zawierający wszystkie postulaty zmian, do tego projekty nowelizacji trzech rozporządzeń wykonawczych do ustawy, zaś do każdego z tych aktów załączone są odpowiednie teksty dokumentów: uzasadnienia i Oceny Skutków Regulacji, sporządzone według wymogów legislacji rządowej. Trzeba wspomnieć, że w części analitycznej zawarte są także projekcje rozwoju rynku

i potrzeb zapasowych Polski, wyliczenia niezbędnych pojemności magazynowych oraz konsekwencji wprowadzania zmian, w tym finansowe.

Celem podstawowym Raportu jest przedstawienie proponowanego przekształcenia systemu zapasów interwencyjnych w Polsce – z punktu widzenia skupionych w Koalicji organizacji i podmiotów branżowych. Poprzez:

- ukazanie nowelizacji w kontekście stanu funkcjonowania i perspektyw rynku paliwowego (w tym rynku magazynowego) w Polsce (a także przykładów z zagranicy),
- nakreślenie możliwie dookładnie ich kształtu merytorycznego, prawnego i praktycznego oraz
- oszacowanie konsekwencji ich wprowadzenia.

Jako Autorzy Raportu dążyliśmy do zachęcenia przedstawicieli administracji do przeprowadzenia szeroko zakrojonej reformy. Obecnie:

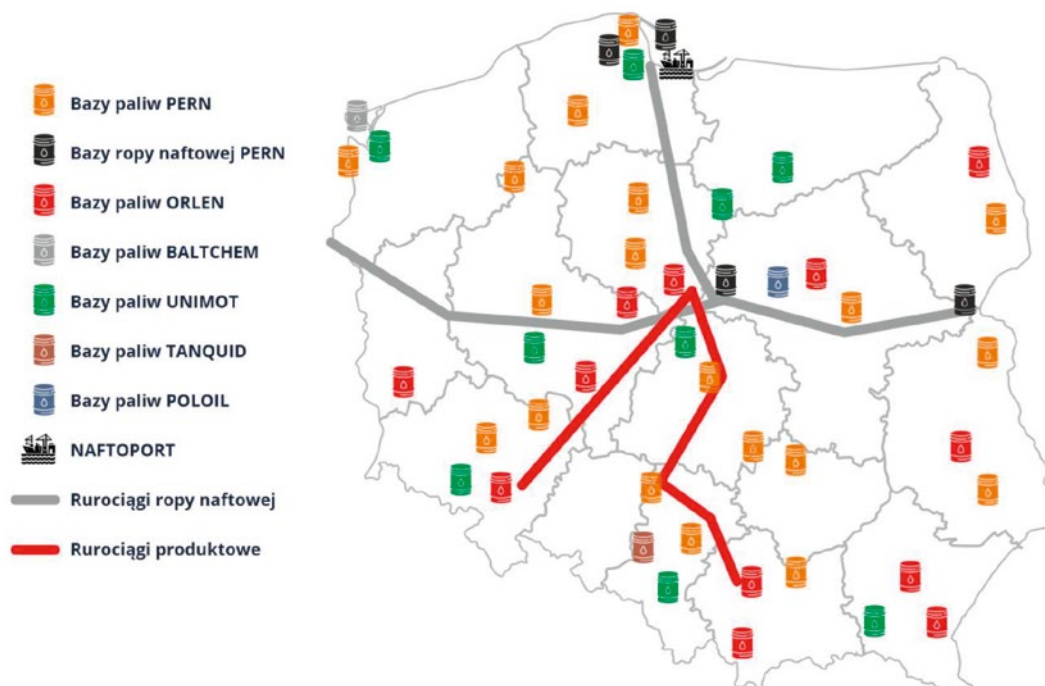
- występują poważne trudności w domykaniu systemu zapasów w Polsce tak, aby wymogi międzynarodowe i krajowe były wypełnione,
- pojawiają się pytania, czy system zapewnia bezpieczeństwo paliwowe państwa,
- przedsiębiorcy mają duże trudności wykonać swoje zobowiązania zapasowe,
- w nieodległej przyszłości jest prognozowany kryzys systemu zapasów (jeśli działania naprawcze nie zostaną zrealizowane).

W takiej sytuacji Interesariusze Projektu uznali przeprowadzenie tej kompleksowej reformy za niezbędne i pilne.

Istotne założenia i ustalenia analityczne Raportu

Opracowując Raport oparliśmy się na danych z otwartych źródeł (przede wszystkim z Raportu rocznego Polskiej Organizacji Przemysłu i Handlu Naftowego) oraz na posiadanej wiedzy eksperckiej. Analizując

Rysunek – Rozmieszczenie baz ropy naftowej i paliw (magazynowych i obrotowych) oraz rurociągów ropy naftowej i paliw w Polsce.



Źródło: opracowanie własne

Tabela – Projekcja poziomu zasobów interwencyjnych na lata 2025 – 2035 wg scenariusza opóźnionej dekarbonizacji z uwzględnieniem zmian prawnych zawartych w projekcie ustawy o zmianie ustawy o zasobach (...) – druk sejmowy 1239.

| Magazyny paliw gotowych (04.2025) | | mln m ³ | 5,8 | | | | | | | | | | |
|--|--------------------|--------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Magazyny ropy (04.2025) | | mln m ³ | 8,3 | | | | | | | | | | |
| Rok | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 | 2031 | 2032 | 2033 | 2034 | 2035 |
| Scenariusz | mln m ³ | | | | | | | | | | | | |
| Konsumpcja paliw razem | 37,7 | 37 | 37,4 | 38,1 | 38,6 | 39,2 | 39,7 | 40,0 | 40,1 | 40,3 | 40,4 | 40,4 | 40,1 |
| Zapasy interwencyjne ropy naftowej | 6,1 | 5,0 | 5,0 | 5,1 | 5,2 | 5,3 | 4,0 | 4,1 | 4,1 | 4,1 | 4,1 | 4,1 | 4,1 |
| Zapasy interwencyjne paliw gotowych | 3,9 | 5,0 | 5,1 | 5,1 | 5,2 | 5,3 | 6,7 | 6,8 | 6,8 | 6,8 | 6,8 | 6,8 | 6,8 |
| Razem zapasy interwencyjne | 10,0 | 10,0 | 10,1 | 10,2 | 10,4 | 10,6 | 10,7 | 10,9 | 10,9 | 10,9 | 10,9 | 10,9 | 10,9 |
| Dostępne pojemności obrotowe dla paliw | 1,9 | 0,8 | 0,7 | 0,7 | 0,6 | 0,5 | -0,9 | -1,0 | -1,0 | -1,0 | -1,0 | -1,0 | -1,0 |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych POPIHN, Raport 2024, z uwzględnieniem danych RARS.

perspektywę systemu zasobów uwzględniliśmy następujące dane oraz przyjęliśmy realistyczne założenia:

- Przez ostatnie 5 lat (2020-2024) polski rynek paliwowy dynamicznie się rozwinął – łączny popyt zwiększył się o 16% – przy utrzymaniu się produkcji paliw w kraju na tym samym poziomie przywóz paliw do Polski zwiększył się o 72%.
- Tradycyjne paliwa oraz gaz płynny (pochodzące z kopalnych węglowodorów) będą w Polsce jeszcze przez długi okres (nawet 20 lat) podstawowym i dominującym źródłem energii w ramach transportu drogowego.
- Należy przyjmować tzw. scenariusz opóźnionej dekarbonizacji jako najbardziej realistyczny i bezpieczny model rozwoju rynku paliwowego w Polsce; należy zakładać wzrost zużycia paliw kopalnych z poziomu 36,6 mln m³ do 40,4 mln m³ rocznie.
- Polska, tak jak inne państwa UE, utrzymuje zapasy ropy i paliw w wielkości odpowiadającej 90 dniom zapotrzebowania społeczeństwa i gospodarki na paliwa; system zasobów składa się z zasobów obowiązkowych, które utrzymują przedsiębiorcy (odpowiadają za 53 dni zabezpieczenia), i zasobów agencyjnych, które utrzymuje Rządowa Agencja Rezerw Strategicznych (RARS) (odpowiada za 37 dni zabezpieczenia).
- System zasobów interwencyjnych jest finansowany z opłat zapasowych uiszczanych przez przedsiębiorców w wysokości: 43 zł od 1 tony ekwiwalentu ropy naftowej w przypadku ropy i paliw, 99 zł od 1 tony LPG (maksymalny poziom stawek wynosi odpowiednio: 90 zł i 160 zł). Od wielu lat poziom stawek nie był zmieniany. Wpływy z opłat tworzą Fundusz Zapasów Interwencyjnych, którym zarządza Prezes RARS. Fundusz od lat notuje wysokie nadwyżki finansowe – wg planu finansowego na 2025 r. stan Funduszu na początek roku wynosił ok. 3 mld zł.
- Obecnie, wg danych RARS, magazyny na ropę i paliwa w Polsce mają łączną pojemność 15,1 mln m³ (z tego 9 mln m³ dla ropy i 6,1 mln m³ dla paliw); do analiz w Raporcie przyjęliśmy konserwatywnie wartość 14,1 mln m³ pojemności magazynów (8,3 mln m³ dla ropy, 5,8 mln m³ dla paliw) bowiem: – nie wszystkie magazyny mogą być użytkowane na potrzeby rynku polskiego oraz – należy wyłączać tzw. stany martwe zbiorników (paliwo nie da się w całości wypompować ze zbiornika).
- Obecnie magazyny w Polsce są bardzo mocno zapełnione, zaś przedsiębiorcy corocznie doświadczają trudności w odnalezieniu miejsca na zapasy obowiązkowe.
- Jako wysoce efektywne są oceniane te systemy w innych państwach europejskich, gdzie całość zasobów ropy i paliw jest własnością państwa, zaś zarządza nimi podmiot kontrolowany wspólnie przez podmioty rynkowe i państwo.

Wnioski z analizy przeprowadzonej w Raporcie + postulaty

- Pierwszym – głównym postulatem rynku w Raporcie

jest **zmiana odpowiedzialności za zapasy i relacji rynek / państwo z 53/37 dni do 30/60 dni** w przypadku ropy i paliw (bez LPG) oraz z 30/60 na 0/90 w LPG. Obliczono, że dokonanie takiej zmiany w bezpiecznej formule powinno zająć 8 lat.

2. Dla sfinansowania takiego przekształcenia niezbędne byłoby podwyższenie opłaty zapasowej na okres zmiany do poziomów: 86 zł w przypadku ropy i paliw tradycyjnych, zaś do 149 zł w przypadku LPG.

3. W szacowaniu finansowym zakładano także całkowite finansowanie rozbudowy magazynów z wpływów z opłat zapasowych. Trzeba podkreślić, że **łączny wpływ kosztów inwestycji w nowe magazyny oraz zmian poziomów odpowiedzialności za zapasy (zwiększenie roli państwa) nie powinien być znaczący wobec ceny paliwa – szacuje się, że byłoby to ok. 5 gr na litr**, co należy uznawać za zwykłą nieznaczącą i pomijalną biorąc pod uwagę zwykłe fluktuacje cen paliw w Polsce.

4. **W każdym scenariuszu rozwoju rynku paliwowego**, uwzględniając obecnie obowiązujące przepisy prawne oraz procedowaną nowelę ustawy o zapasach, **nastąpi deficyt pojemności magazynowych dla paliw w Polsce!** Dokonano przeliczenia potrzeb magazynowych z ujęciem zmiany relacji odpowiedzialności za zapasy przedsiębiorcy / państwo zaproponowanej przez Ministerstwo Przemysłu (45 / 45 dni). Uwzględniając poziom potrzeb magazynowania paliw w zapasach interwencyjnych w ciągu najbliższych 10 lat (po przeliczeniu 6,8 mln m³), niezbędny poziom dla zapasów handlowych (1 mln m³) oraz niezbędny poziom buforowych pojemności

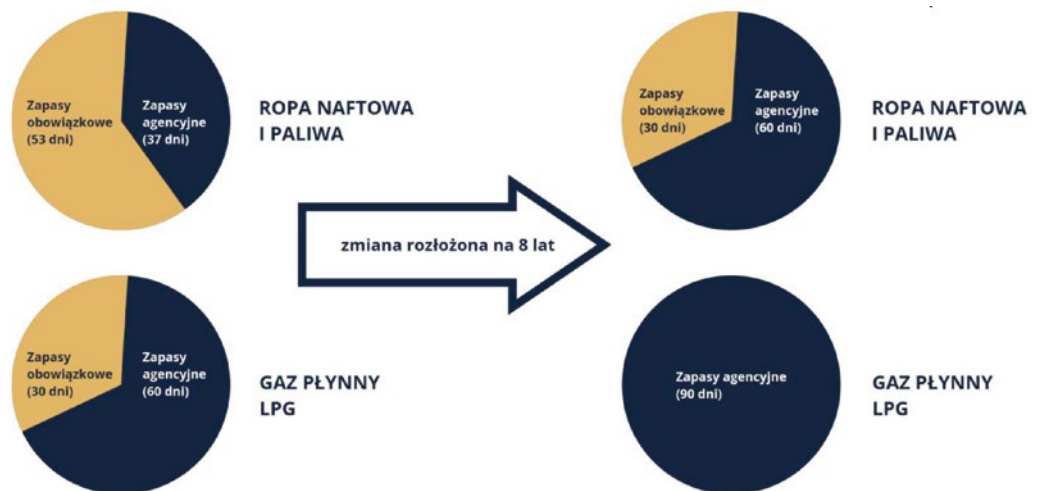
„wolnych” (500 tys. – 1 mln m³) **stwierdzono niedobór pojemności w ramach polskiej infrastruktury magazynowania paliw na poziomie od 2,5 do 3 mln m³** (między 43% a 52% obecnej dostępnej pojemności). **Niezbędne są bardzo znaczące inwestycje budowlane w nowe zbiorniki naziemnego magazynowania paliw!**

5. Biorąc pod uwagę tylko zaplanowane już przepisami prawnymi przekształcenie systemu zapasów (istotne zwiększenie [do 75%] ilości paliw gotowych w zapasach agencyjnych) do 2029 r. **inwestycje powyżej wskazane muszą zostać przeprowadzone w ciągu najbliższych trzech lat (2026 – 2028).**

proces, zmiany towarzyszące:

- zmiana odpowiedzialności za zapasy i relacji rynek / państwo z 53/37 dni do 30/60 dni w przypadku ropy i paliw (bez LPG) oraz z 30/60 na 0/90 w LPG,
- ograniczenie koncentracji zapasów,
- zwiększenie udziału paliw gotowych w zapasach,
- uelastycznienie zamiennego utrzymywania zapasu za LPG,
- zrównanie możliwości odliczania biokomponentów od zapasów dla paliw produkowanych w kraju i importowanych,
- wyłączenie z systemu małych przedsiębiorców,
- wyłączenie produktów o przeznaczeniu nieenergetycznym oraz innych rodza-

- wprowadzenie kryteriów rozmieszczenia zapasów agencyjnych (paliwa dostępne efektywnie i blisko potrzeb),
 - wykonanie i aktualizowanie Analizy bezpieczeństwa i efektywności systemu zapasów,
 - zabezpieczenie środków z opłaty zapasowej wyłącznie na cele zapasów interwencyjnych;
3. w obszarze: Dostosowanie systemu magazynowego do potrzeb nowego systemu zapasów interwencyjnych:
- wywołanie i wszechstronne wsparcie procesów budowy nowych magazynów paliwowych w Polsce,
 - czasowe wykorzystanie magazynów za granicą,
 - umożliwienie na przyszłość wykorzystania magazynów



Proponowane zmiany w systemie zapasów

Esencją części analitycznej Raportu są propozycje zmian prawnych, ale również merytoryczno-programowych. Odpowiadają one na wszystkie zauważone potrzeby, łącznie zaś mają stanowić kompleksową reformę systemu zapasów w Polsce. Zostały ujęte w grupach, w ramach których najistotniejszymi modyfikacjami są:

1. w obszarze: Zmiana relacji w zapasach interwencyjnych, zmiany ułatwiającej

jęj ropy z systemu zapasów;

2. w obszarze: Zabezpieczenie niezależnych uczestników systemu w sytuacji rosnącego wpływu państwa na zapasy:
- wsparcie RARS dla przedsiębiorców z trudnościami w ulokowaniu zapasów obowiązkowych,
 - ułatwienia w dostępie do usługi zamiennego utrzymywania zapasów obowiązkowych przez RARS (tzw. usługa biletowa),

polskich na zapasy państw spoza UE;

4. w ramach Pozostałych zmian:

- uszczelnienie systemu – wyeliminowanie unikania obowiązków zapasowych,
- ułatwienia w usługowym utrzymywaniu zapasów obowiązkowych między przedsiębiorcami (tzw. usługa biletowa).

Jako uzupełnienie zmian w ramach kompleksowej reformy opisano całościowe

przekształcenie systemu zapasów interwencyjnych w Polsce – państwo przejąłoby całkowitą odpowiedzialność za tworzenie i utrzymywanie zapasów ropy i paliw. Wtedy obowiązkiem po stronie przedsiębiorców byłoby jedynie uiszczanie opłat zapasowych od przywozu ropy i paliw lub od produkcji paliw. Uznano za możliwe rozwiązanie ujęcia tej reorganizacji systemu w ustawie jako docelowej formy, wprowadzanej stopniowo, w ciągu odpowiednio długiego okresu.

Patrząc na propozycje modyfikacji opisane w Raporcie można stwierdzić, że mają one na celu:

- zmniejszenie występującego obecnie ogromnego wypełnienia dostępnych pojemności magazynowych na rynku polskim (w krótkim okresie);
- rozbudowę polskich zdolności magazynowania paliw (w średnim okresie);
- radykalny wzrost zaangażowania państwa w system zapasów (w średnim okresie; być może przejście pełnej odpowiedzialności przez państwo w długim okresie);
- zabezpieczenie interesów niezależnych interesariuszy systemu zapasów;
- wprowadzenie ułatwień dla przedsiębiorców w realizacji obowiązków;
- wzrost pewności wypełnienia systemu i możliwości reakcji na kryzysy;
- zachowanie bezpieczeństwa paliwowego państwa.

Adresaci Raportu

Raport został przekazany do najważniejszych dla systemu zapasów interwencyjnych organów państwa, w tym przede wszystkim do Ministerstwa Przemysłu i Rządowej Agencji Rezerw Strategicznych. Dodatkowo przekazano Raport do innych organów współtworzących sieć bezpieczeństwa państwa, w tym bezpieczeństwa

energetycznego. W ten sposób główny cel Projektu i Raportu został osiągnięty.

Autorzy Raportu oraz przedstawiciele Interesariuszy Projektu liczą na konstruktywny dialog z administracją i będą stymulowali rozpoczęcie reformy. Obecnie oczekujemy na reakcje ze strony organów państwowych po przeanalizowaniu Raportu.

Charakterystyczny był głos przedstawiciela jednego z Interesariuszy Projektu podczas spotkania podsumowującego Projekt, który wspomniał, że rynek wielokrotnie zwracał się do przedstawicieli rządu z wnioskami o reformę zapasów interwencyjnych – zawsze jednak były to wnioski mniej lub bardziej życzeniowe. Teraz, trzymając Raport w rękach, przedstawiciele rynku będą w stanie wnioskować o reformę konkretnie i dopilnować dobrego jej kształtu.

Promocja Raportu

Poprzez rozliczne działania promocyjne, a także kontakty z organizacjami branżowymi, sprawiliśmy, że o Raporcie i propozycjach w nim zawartych dużo mówiono i pisano w ostatnim czasie. Jednym z narzędzi jest również ten tekst. Wszystkich zainteresowanych Projektem, Raportem, współpracą w dążeniu do reformy systemu zapasów w Polsce – serdecznie zapraszam do kontaktu – przemyslaw.bryksa@kdcpl.

Podsumowanie

Jeśli udało się wdrożyć kompleksową reformę w systemie zapasów, to zostałyby osiągnięte pozytywne efekty, zarówno dla Państwa Polskiego, jak i przedsiębiorców. W Raporcie opisaliśmy je w ramach Podsumowania. W skrócie przedstawiają się tak:

- w związku ze zmianą poziomu odpowiedzialności za zapasy do układu 30 dni przedsiębiorcy, 60

dni państwo – zwiększenie pewności zapasów oraz swobody interwencji państwa w sytuacji kryzysowej, a z drugiej strony – zmniejszenie poziomu obowiązków po stronie przedsiębiorców i uwolnienie energii i możliwości do działań rynkowych;

- wybudowanie w Polsce nowych magazynów na paliwa gotowe w objętości wymaganej dla zapasów interwencyjnych i operacji logistycznych rynku paliwowego – zwiększenie pojemności z 5,8 mln m³ do 8,3 – 8,8 mln m³;
- wzrost bezpieczeństwa paliwowego Polski dzięki: → zwiększeniu rozproszenia zapasów; → zwiększeniu pewności ich odpowiedniego utrzymywania; → zmianie formy (więcej paliw gotowych); → kryteriom w rozmieszczeniu (bliżej potrzeb, szybsza dostępność); → ułatwieniom w nadzorze;
- ułatwienie tworzenia i utrzymywania zapasów obowiązkowych dla przedsiębiorców dzięki szeregowi zmian związanych m.in.

z wsparciem ze strony organów państwa, wyliczaniem poziomu zapasów, ich bilansowaniem, ułatwieniom w usługach zastępczego utrzymywania zapasów;

- uproszczenie i uczynienie zasad funkcjonowania systemu.

Celem Projektu i Raportu było i jest wywołanie i wsparcie kompleksowej reformy przepisów regulujących obowiązki firm paliwowych – tworzenia i utrzymywania zapasów obowiązkowych i uiszczania opłaty zapasowej. Pewne postulaty z tym związane były prezentowane przez rynek od wielu lat. Nigdy jednak nie były kompleksowo i szczegółowo opracowane. Teraz zaś udało się przedstawić zamysł reformy całościowo i – co bardzo istotne – z opracowanymi, gotowymi projektami wdrażającymi reformę (zostały one zawarte w części legislacyjnej Raportu). To powoduje, że na podstawie Raportu możliwe jest jej rozpoczęcie w zasadnie natychmiast – jeśli taka byłaby wola decydentów publicznych i administracji rządowej.

O AUTORZE

Doświadczony analityk i menedżer w administracji publicznej, związany z sektorem bezpieczeństwa państwa oraz obszarem rezerw i zapasów. Od 2024 r. współdziała w ramach KDCP – autor opinii i analiz prawnych i merytorycznych, doradca w kwestiach legislacyjnych, prelegent konferencji branżowych i szkoleń. W latach 2022–2024 pełnił funkcję Dyrektora Departamentu Ropy i Paliw Transportowych w Ministerstwie Klimatu i Środowiska, gdzie koordynował działania związane z bezpieczeństwem paliwowym państwa i nadzorem nad systemem zapasów interwencyjnych oraz prowadził prace regulacyjne i legislacyjne (m.in. nad ustawą o zapasach). Wcześniej, w latach 2020–2022, był Zastępcą Prezesa Rządowej Agencji Rezerw Strategicznych, nadzorując obszary strategii, wsparcia prawnego oraz systemu rezerw strategicznych. Obecnie Of Counsel w KDCP.

POLSKA I EUROPA W CIENIU TRANSFORMACJI, ODKRYĆ SUROWCOWYCH I NAPIĘĆ GEOPOLITYCZNYCH

Rynek paliwowy w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej odczuwa skutki dynamicznych, globalnych zmian. Z jednej strony rozpędzająca się transformacja energetyczna, a z drugiej – nowe odkrycia geoprzestrzenne i napięcia handlowe powodują, że rynek jest elementem światowych rywalizacji.



PIOTR HAŁOŃ

PARTNER ASSOCIATE, LIDER GRUPY ENERGY, RESOURCES & INDUSTRIALS
DELOITTE

W lipcu 2025 roku firma Central European Petroleum ogłosiła przełomowe odkrycie złóż ropy i gazu na Bałtyku – odwiert Wolin East 1, zlokalizowany ok. 6 km od Świnoujścia, zawiera szacunkowo 22 mln ton ropy naftowej i 5 mld m³ gazu ziemnego, a cała koncesja może pomieścić nawet 33 mln ton ropy i 27 mld m³ gazu. To największe w Europie odkrycie konwencjonalne ostatniej dekady – bardziej niż dwukrotnie przewyższa dotychczasowe krajowe rezerwy ropy.

Ekspert ostrzegają jednak o potencjalnym konflikcie interesów między rozwojem

energetycznym a ochroną środowiska i turystyką przybrzeżną. Dodatkowo znane wcześniej złoża, choć przemysłowo eksploatowane, nie dorównują nowemu potencjałowi zlokalizowanemu na południowym Bałtyku. Warto w tym miejscu przytoczyć również kilka liczb. Jak wynika z danych Agencji Rynku Energii, Polska zużywa około 25 milionów ton ropy naftowej rocznie, a dotychczasowe krajowe wydobycie pokrywa zaledwie niewielki ułamek zapotrzebowania. W zakresie gazu ziemnego roczne zapotrzebowanie Polski wynosi około 20 mld m³, a krajowe wydobycie pokrywa około

5 miliardów metrów sześciennych rocznie.

W sferze geopolityki kluczowy pozostaje wpływ Stanów Zjednoczonych i ponowne wprowadzenie taryf – min. 15 % na większość importu z UE (stal, samochody, leki), w zamian wymuszając na Unii Europejskiej gigantyczne zakupy amerykańskiej energii o wartości 750 mld dolarów w ciągu trzech lat oraz inwestycje o wartości 600 mld dolarów. UE, chcąc utrzymać wsparcie USA w obliczu sytuacji w Ukrainie, zgodziła się również na wyższe cła – Europa uznała te ustępstwa za cenę za bezpieczeństwo. W rezultacie USA

mają stać się kluczowym dostawcą LNG, ropy i paliw, co z jednej strony zmniejsza zależność od Rosji, ale z drugiej – zwiększa ryzyko narastającej zależności i niestabilności dostaw w razie zmiany polityki Waszyngtonu.

Dynamika sprzedaży paliw – Polski punkt widzenia

Według Eurostatu w kwietniu 2025 r. sprzedaż detaliczna paliw w e-sklepach wyspecjalizowanych w Unii Europejskiej wzrosła rok do roku o 3,9 %, a w strefie euro o 2,9 %. Największy miesięczny wzrost nastąpił w Polsce – sprzedaż paliw

skoczyła o 7,5 % w porównaniu z marcem 2025, wobec spadku o 1,1 % w Niemczech i o -0,4 % w Holandii.

Wartość rynku hurtowego paliw w Polsce w 2025 r. szacowana jest na ok. 38,3 mld euro. Jednocześnie trwa ekspansja formatu convenience oraz integracja usług dodatkowych. Przykładem jest Amic Energy, który do czerwca 2025 roku zarządzał już 128 stacjami w Polsce – z czego 70 współpracuje z Subway, a 10 z Sbarro, rozwijając koncepcję stacji jako punktu gastronomiczno-transportowego.

Kontekst europejski – ogólne trendy i prognozy

Według IBISWorld, przychody europejskiego rynku sprzedaży paliw detalicznych spadły średnio o 5,3 % rocznie od 2019 do 2024 roku, osiągając wtedy poziom ok. 316,6 mld euro. Z kolei raport „Europe Retail Fuel Market 2025” przewiduje, że od 2025 do 2032 r. CAGR wyniesie ok. 4,5 %, z dużym wzrostem udziału paliw alternatywnych i usług okołostacyjnych.

W Niemczech rynek detaliczny paliw – nadal jeden z największych w Europie – przeszedł restrukturyzację: sieci EG Group oraz CoucheTard po serii przejęć stały się głównymi niezależnymi graczami. Holandia natomiast staje się rynkiem nieopłacalnym dla dużych graczy – BP zapowiedziała sprzedaż wszystkich 310 swoich stacji w Holandii do końca 2025 r. ze względu na koszty inwestycji na małym rynku.

W krajach CEEC (Polska, Czechy, Węgry, Rumunia, Słowacja) szybko rozwija się segment nonfuel retail, convenience store i gastronomii przy stacjach. Region odróżnia się rosnącym popytem konsumentkim i silniejszym wzrostem cen niż w Europie Zachodniej, utrudniającym kontynuację tzw. fuel tourism w przyszłości.

Obserwujemy również gwałtowny rozwój technologii cyfrowych i infrastruktury – coraz większe znaczenie mają stacje „inteligentne” wykorzystujące AI/ML oraz IoT do zarządzania obszarem dynamicznych cen, analityki predykcyjnej i automatyzacji obsługi klienta.

Perspektywy Polski

PKN Orlen pozostaje największym operatorem stacji paliw w Polsce. Orlen realizuje strategię neutralności emisyjnej do 2050 r., z redukcją emisji z rafinerii o 20% do 2030. Planuje znaczące inwestycje: ponad 60 mld zł na modernizację sieci dystrybucyjnej energii, w tym

integrację OZE, smart metering, poprawę efektywności operacyjnej. W strategii Orlenu i analizach (Strategia 2035) prognozuje się dalsze wydatki na transformację energetyczną i rozwój paliw alternatywnych, w tym OZE i EV charging. Amic Energy po rebrandingu stacji Lukoil i akwizycji nowych lokalizacji w Polsce osiągnął stan 128 stacji do połowy 2025 roku. Inwestuje również w szybkie ładowanie EV w Polsce. Jest jeszcze MOL Group, jedna z głównych firm paliwowych w regionie Europy Środkowo-Wschodniej – w Polsce ma 274 stacji.

Regulacje i konsumenckie trendy

W ramach wdrażania REPowerEU w UE przyspieszono wydawanie pozwoleń na odnawialne źródła energii i zaostrożono cele redukcji emisji do 2030 r., zaś Niemcy przyjęły ustawodawstwo umożliwiające osiągnięcie 80% udziału OZE w miksie elektrycznym do roku 2030. Te regulacje zwiększają presję na transformację sieci stacyjnych, rozwój paliw alternatywnych i ładowania EV.

Z punktu widzenia konsumenta, w Polsce korzystne ceny paliw względem sąsiadów nadal pobudzają tzw. „fuel tourism” – co potwierdzają raporty Urzędu

ekologicznych, EV, oraz wygodę zakupów na stacji.

W Niemczech i Holandii koncentracja rynku i powolna konsolidacja (np. BP wycofująca się z Holandii) otwierają miejsca dla graczy agregujących mniejsze sieci i wprowadzających formaty convenience.

Podsumowanie

Rynek detaliczny paliw w Polsce i Europie rozwija się dynamicznie, przechodząc transformację z tradycyjnej sprzedaży paliw w kierunku modelu „mobility retailer” – łączącego sprzedaż paliw, EV charging, gastronomię, convenience i technologie cyfrowe. Polska



Regulacji Paliw – polskie stacje detaliczne oferowały ceny znacznie niższe niż naszych sąsiadów.

Prognozy

Europejski rynek sprzedaży paliw detalicznych ma szansę wzrosnąć o CAGR ≈ 4-4,5 % w latach 2025-2032, zwłaszcza dzięki paliwom alternatywnym i usługom dodatkowym.

Pomimo globalnego trendu spadku zużycia paliw, segment retail wciąż pozostaje kluczowy w krajach Europy Środkowo-Wschodniej, wspierany przez transformację w kierunku paliw

wyróżnia się dużym wzrostem sprzedaży paliw detalicznych w 2025 r., rosnącą konkurencją oraz chęcią inwestowania w innowacje. W Niemczech i Holandii obserwujemy konsolidację i zmianę strategii dużych graczy, co otwiera miejsce małym, elastycznym operatorom branżowym. W regionie Europy Środkowo-Wschodniej potencjał wzrostu jest wysoki dzięki silnemu konsumentowi, rozwojowi logistyki i nearshoringowi.

POMIARY ELEKTRYCZNE STACJI ŁADOWANIA Bezpiecznie elektromobilni

Bezpieczne użytkowanie stacji i punktów ładowania wymaga regularnych pomiarów elektrycznych. Pomiary te pozwalają ocenić stan techniczny instalacji i jej zgodność ze standardami bezpieczeństwa. Umożliwiają również wykrycie potencjalnych usterek, które mogą powodować porażenia prądem lub pożary. Te pomiary mają na celu ochronę życia i zdrowia ludzi oraz zabezpieczenie mienia.

MGR INŻ. JAROSŁAW KOZŁYK GŁÓWNY SPECJALISTA DS. ROZWOJU ELEKTROMOBILNOŚCI
WYDZIAŁ NOWYCH TECHNOLOGII DEPARTAMENT TECHNIKI
URZĄD DOZORU TECHNICZNEGO

Stacje ładowania samochodów elektrycznych coraz gęściej wypełniają naszą przestrzeń publiczną. Rola instytucji państwowych nie ogranicza się wyłącznie do wsparcia w dziedzinie rozbudowy infrastruktury. Zadaniem państwa jest przede wszystkim dbałość o bezpieczeństwo. Zadanie to realizowane jest poprzez tworzenie określonych ram prawnych w postaci przepisów obowiązujących wszystkie zainteresowane strony, w tym producentów, dystrybutorów, instalatorów, serwisantów, operatorów, eksploatujących (właściciele) oraz użytkowników końcowych.

Głównymi aktami prawnymi dotyczącymi elektromobilności w Polsce są:

- ustawa z dnia 11 stycznia 2018 r. o elektromobilności i paliwach alternatywnych [1],

- rozporządzenie Ministra Energii z dnia 26 czerwca 2019 r. w sprawie wymagań technicznych dla stacji ładowania i punktów ładowania stanowiących element infrastruktury ładowania drogowego transportu publicznego [2].

Przepisy te zobowiązują Urząd Dozoru Technicznego do przeprowadzania badań technicznych w zakresie bezpiecznej eksploatacji stacji i punktów ładowania. Badania te obejmują ocenę bezpiecznej eksploatacji, napraw i modernizacji, zarówno przed oddaniem urządzeń do użytku, jak i po każdej ich naprawie lub modernizacji.

Obowiązek przeprowadzania pomiarów stacji ładowania i punktów ładowania stanowiących element infrastruktury ładowania drogowego transportu publicznego ściśle określa § 13 ust. 1 rozporządzenia [2]

w sprawie wymagań technicznych dla tych urządzeń. Dokument ten określa, że urządzenie może być eksploatowane pod warunkiem zapewnienia przez eksploatującego konserwacji, przeglądów serwisowych oraz wykonywania pomiarów elektrycznych.

Pomiary elektryczne powinny być przeprowadzane zgodnie z instrukcją eksploatacji i spełniać wymogi § 13 ust. 3 ww. rozporządzenia [2], które określa ich minimalny zakres obejmujący:

1. Pomiary ciągłości przewodów ochronnych, włącznie z przewodami w połączeniach wyrównawczych głównych i dodatkowych oraz przewodów czynnych w przypadku pierścieniowych obwodów odbiorczych,
2. Pomiary rezystancji izolacji przewodów elektrycznych,



3. Pomiary rezystancji uziemień roboczych, o ile są stosowane,
4. Pomiary skuteczności ochrony przeciwporażeniowej,
5. Sprawdzenie działania urządzeń ochronnych różnicowoprądowych.



Należy też pamiętać, że zgodnie z ustawową definicją stacji ładowania (art. 2 pkt. 27 ustawy [1]) stacja to nie tylko samo urządzenie (ładowarka). To również stanowiska postojowe, których liczba powinna odpowiadać liczbie punktów ładowania umożliwiających jednoczesne świadczenie usługi ładowania. Definicja obejmuje także instalację prowadzącą od punktu ładowania do przyłącza elektroenergetycznego. Stąd zakres pomiarów powinien obejmować zarówno ładowarkę, jak i instalację ją zasilającą.

Opis sposobu wykonywania pomiarów elektrycznych

Pomiar ciągłości przewodów

Pomiar ciągłości należy przeprowadzić dla przewodów ochronnych, w tym przewodów w głównych i dodatkowych połączeniach wyrównawczych, a także dla przewodów czynnych w przypadku pierścieniowych obwodów odbiorczych [10]. Pomiar ciągłości przewodów ochronnych jest kluczowym elementem dbałości o bezpieczeństwo i sprawność instalacji elektrycznych. Jego celem jest ocena stanu technicznego prze-

wodów ochronnych oraz ich zgodności ze standardami bezpieczeństwa.



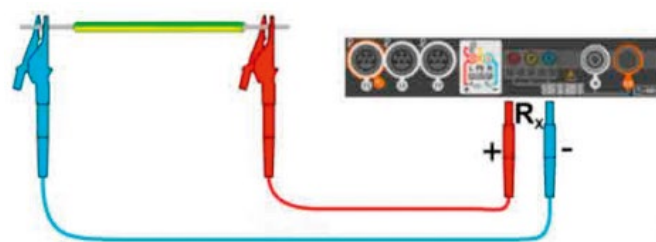
Ciągłość przewodu uważa się za spełnioną, jeżeli rezystancja połączenia nie przekracza wartości określonej przez producenta urządzenia. Napięcie pomiarowe obwodu otwartego powinno wynosić od 4 do 24 V prądu stałego (DC) lub przemiennego (AC). Pomiar ciągłości należy przeprowadzić prądem o natężeniu co najmniej 200 mA, przy czym niepewność pomiaru nie może przekroczyć $\pm 30\%$ [7].

Aby wyeliminować wpływ rezystancji sond i przewodów pomiarowych na wynik pomiaru, można zastosować ich kompensację (autozerowanie, offset). Po zmierzeniu rezystancji sond i przewodów pomiarowych, miernik będzie wskazywał wynik pomniejszony o tę

wartość. Urządzenia pomiarowe stosują automatyczne przebiegunowanie prądu pomiarowego. Alternatywnie możliwe jest wybranie określonej polaryzacji (dodatniej lub ujemnej).

Pomiar ciągłości w stacjach ładowania przeprowadza się pomiędzy wyjściem PE adaptera (od strony złącza wyjściowego) a punktami na obudowie stacji. Zaleca się rozpocząć pomiar od sprawdzenia połączenia ochronnego pomiędzy wyjściem PE adaptera a głównym zaciskiem PE w stacji (o ile dostęp do niej nie jest utrudniony).

Pomiar można rozpocząć po uprzednim odłączeniu źródła zasilania. Przykładowe punkty pomiarowe to obudowa urządzenia, metalowa konstrukcja stacji, główna szyna wyrównawcza, metalowe dławice kablowe lub pozostałe dostępne części przewodzące.



Rys. 1. Punkty pomiaru ciągłości przewodów [3]

Ciągłość przewodu uznaje się za spełnioną, jeżeli zmierzona wartość rezystancji nie przekracza określonego limitu zadanego w nastawach miernika. W każdym przypadku górna granica będzie zależała od długości i przekroju przewodu łączącego.



W przypadku stacji ładowania pojazdów elektrycznych kryteria akceptacji dla pomiaru ciągłości powinny być wskazane przez producenta w instrukcji eksploatacji urządzenia (najczęściej spotykana wartość to 1 Ω).

Pomiar rezystancji izolacji przewodów elektrycznych

Pomiary rezystancji izolacji przeprowadza się w celu zapewnienia bezpieczeństwa użytkowników, zabezpieczenia przed zwarciami, zbadania zgodności z wymaganiami określonymi w przepisach prawa oraz oceny ogólnej sprawności i niezawodności instalacji.

- Jeśli istnieje prawdopodobieństwo, że elementy wyposażenia stacji, takie jak ograniczniki przepięć (SPD) lub inne urządzenia mogą mieć wpływ na wynik pomiaru lub ulec uszkodzeniu, należy je odłączyć przed przeprowadzeniem pomiaru.
- Jeżeli odłączenie takich urządzeń jest niemożliwe (bo np. ograniczniki przepięć są wbudowane w stałe gniazda wtyczkowe), wówczas napięcie probiercze dla tego obwodu należy obniżyć do 250 V DC, przy czym rezystancja izolacji powinna wynosić co najmniej 1 M Ω .

Przed rozpoczęciem pomiarów należy odłączyć stację ładowania od zasilania oraz zabezpieczyć ją przed przypadkowym ponownym załączeniem przez osoby postronne.



Producent stacji ładowania powinien zawrzeć w instrukcji eksploatacji wszelkie

informacje i wytyczne dotyczące warunków przeprowadzania pomiarów, wartości napięcia probierczego oraz kryteriów akceptacji.

UWAGA! W nowoczesnych urządzeniach, takich jak stacje ładowania, standardowo występują elementy automatyki, inteligentnego zarządzania, sterowniki czy kontaktory, co sprawia, że podczas pomiarów mogą być one narażone na uszkodzenia. W takim wypadku dopuszczalne jest przeprowadzenie pomiaru tylko między zwartymi ze sobą przewodami czynnymi a uziemieniem, co pozwoli ochronić powyższe elementy przed uszkodzeniem. Sposób przeprowadzenia takiego pomiaru musi być zgodny z zapisami zawartymi w instrukcji eksploatacji przygotowanej przez producenta stacji ładowania.

Pomiary rezystancji izolacji należy przeprowadzać pomiędzy przewodami czynnymi (fazowymi i neutralnymi) oraz między przewodami czynnymi a przewodem ochronnym.

Rezystancja izolacji (mierzona przy napięciu pomiarowym o wartościach podanych w tabeli) jest akceptowalna, jeżeli jej wartość jest nie mniejsza niż odpowiednia wartość podana w tabeli 1.

W przypadku stacji ładowania wyposażonych w złącza

prądu stałego za pomiar rezystancji izolacji odpowiada urządzenie kontroli stanu izolacji IMD (ang. insulation monitoring device). Działanie urządzenia polega na monitorowaniu obwodu ładowania przez przełącznik kontroli izolacji. Jeżeli zmierzona wartość Riso (rezystancji izolacji) osiągnie wartość powyżej określonego progu, stacja może rozpocząć cykl ładowania. W przeciwnym razie proces nie zostanie uruchomiony, a użytkownik otrzyma powiadomienie o awarii w postaci alertu.



W tego typu stacjach ładowania przeprowadzenie klasycznego pomiaru rezystancji izolacji złącza wyjściowego DC (jako elementu sprawdzenia odbiorczego lub okresowego) może okazać się niemożliwe ze względu na ryzyko uszkodzenia np. układów elektronicznych wbudowanych w obwód.

Należy pamiętać, że dopuszcza się stosowanie metod sprawdzania innych niż te określone w normach odniesienia, pod warunkiem, że dadzą one co najmniej równie dobre wyniki.



Instrukcja eksploatacji stacji ładowania powinna zawierać informacje na temat alternatywnych metod sprawdzania i potwierdzania stanu technicznego

instalacji oraz urządzenia, wraz z dokładnym opisem czynności, kryteriami oceny i akceptacji.

Pomiar rezystancji uziemień roboczych

Pomiar rezystancji uziemień roboczych służy do weryfikacji, czy uziom spełnia normy dotyczące ochrony przed porażeniem, ochrony odgromowej oraz zabezpieczeń przepięciowych. Poprawna rezystancja uziemienia zapewnia bezpieczeństwo obsługi urządzeń elektrycznych i zabezpieczenie przed zwarciami.

Pomiary, o ile są zastosowane, można przeprowadzić jedną z następujących metod:

- techniczną,
- kompensacyjną,
- udarową.

Wybór metody zależy m.in. od możliwości wykorzystania uziomów (elektrod) pomocniczych oraz posiadanego sprzętu pomiarowego [12]. Rezystancja uziemienia roboczego nie powinna przekraczać dopuszczalnych wartości określonych obowiązującymi przepisami.

W najbardziej popularnej metodzie, tj. metodzie technicznej wykorzystującej uziomy pomocnicze, prąd przeniemy o stałej wartości przepływa między odłączonym od instalacji uziomem E a uziomem pomocniczym H (elektroda prądowa), umieszczonym w takiej odległości od E, aby oba uziomy nie oddziaływały na siebie. Drugi uziom pomocniczy S (elektroda napięciowa) umieszcza się w połowie odległości między E a H i mierzy spadek napięcia między E i S. Uziom pomocniczy S należy umieścić w odległości około 20 m od uziomów E i H. Elektrody

można rozmieścić wzdłuż linii prostej lub w układzie trójkątnym w zależności od dostępności miejsca.

Aby zweryfikować poprawność pomiaru, należy wykonać dwa dodatkowe odczyty rezystancji uziomu, przesuwając uziom pomocniczy S o około 10% odległości między uziomami E i H w stosunku do pierwotnej lokalizacji (zwykle o kilka metrów). Jeżeli różnica między wynikami jest nieznaczna, rezystancję uziomu E przyjmuje się jako średnią z trzech odczytów. Jeżeli takiej zgodności nie ma, to należy powtórzyć próby, zwiększając odległość między E i H lub przesuwając miejsca elektrod (zwykle w kierunku uziomu H).

Zgodnie z zaleceniami norm, aby spełnić wymagania dotyczące ochrony przeciwprzepięciowej i odgromowej, wartość rezystancji uziemienia powinna wynosić mniej niż 10 Ω [8].

Pomiar skuteczności ochrony przeciwporażeniowej

Pomiar skuteczności ochrony przeciwporażeniowej jest kluczowy dla zapewnienia bezpieczeństwa zarówno osób obsługujących urządzenia elektryczne, jak i ich użytkowników. Regularne pomiary skuteczności ochrony pozwalają sprawdzić, czy spełnia ona normy i przepisy, a także umożliwiają wykrycie ewentualnych nieprawidłowości oraz podjęcie działań naprawczych zanim dojdzie do zagrożenia.



Każda instalacja elektryczna powinna posiadać skuteczną ochronę przed porażeniem. Do ochrony podstawowej należy izolacja części przewodzących, która jest skuteczna tylko wtedy, gdy wszystkie urządzenia podłączone do instalacji oraz ją chroniące działają sprawnie. Natomiast w przypadku uszkodzenia lub zwarcia w danym urządzeniu powstaje ryzyko

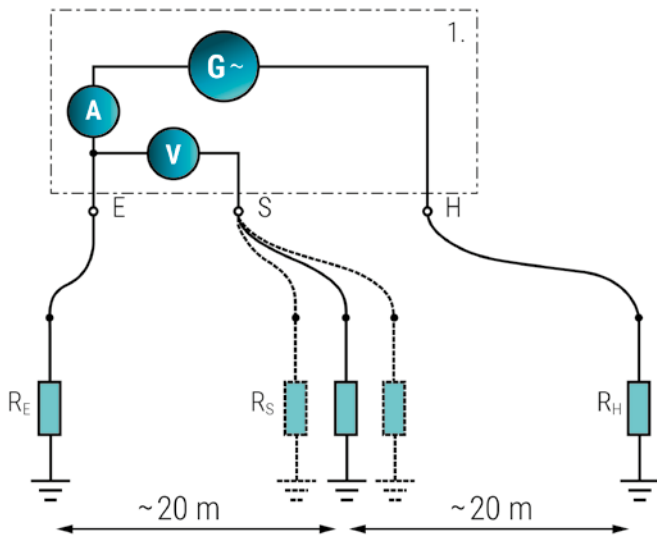


Rys. 2. Punkty pomiaru rezystancji izolacji [3]

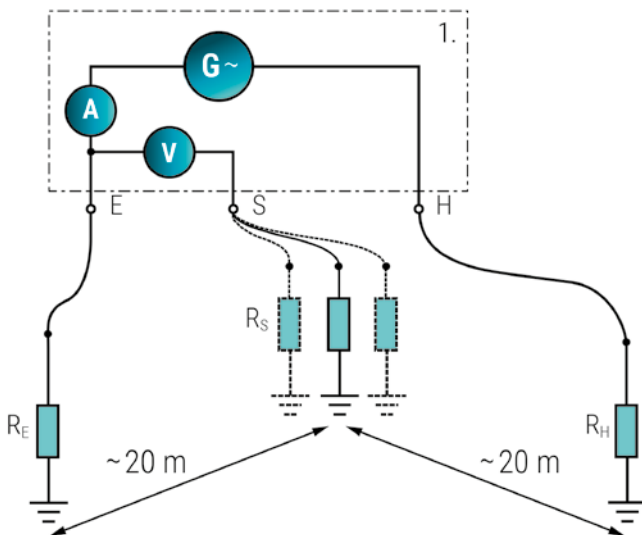
Tabela 1. Minimalne wartości rezystancji izolacji

| Napięcie nominalne obwodu [V] | Napięcie probiercze DC [V] | Rezystancja izolacji [MΩ] |
|-------------------------------|----------------------------|---------------------------|
| SELV i PELV | 250 | 0,5 |
| Do 500 V włącznie, w tym FELV | 500 | 1 |
| Powyżej 500 V | 1000 | 1 |

a) wzdłuż linii prostej



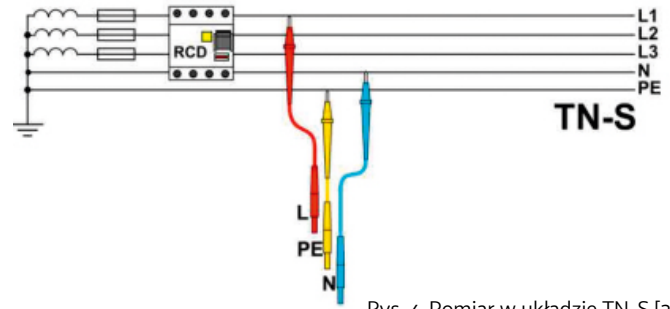
b) w układzie trójkątnym



Rys. 3. Rozmieszczenie elektrod w metodzie wykorzystującej uziomy pomocnicze [12] Rezystancja uziemia jest równa napięciu między uziomem E a S, podzielonemu przez prąd przepływający między uziomami E i H, przy założeniu braku wzajemnego wpływu uziomów.

OZNACZENIA

- 1 – urządzenie pomiarowe
- RE – rezystancja uziomu badanego
- RS – rezystancja uziemia pomocniczego (elektroda napięciowa)
- RH – rezystancja uziemia pomocniczego (elektroda prądowa)



Rys. 4. Pomiar w układzie TN-S [3]

dotknięcia dostępnych części przewodzących, które podczas normalnej eksploatacji nie powinny być pod napięciem.

- Aby zapewnić ochronę przed taką sytuacją, należy zastosować także ochronę w razie uszkodzenia (przed dotykiem pośrednim).
- Stąd też w instalacjach montuje się urządzenia zabezpieczające, których zadaniem w przypadku wystąpienia awarii jest samoczynne wyłączenie zasilania obwodu w określonym przez normę czasie.
- Ochrona ta nie tylko zapewnia bezpieczeństwo użytkownika instalacji, ale również chroni samo urządzenie przed poważną awarią, a nawet pożarem.

Układ sieci TN

Skuteczność ochrony przy uszkodzeniu za pomocą samoczynnego wyłączenia zasilania w układach sieci TN sprawdza się przez pomiar impedancji pętli zwarciowej oraz ocenę charakterystyk i/lub skuteczności współdziałającego zabezpieczenia ochronnego [10]

Dla układów TN należy spełnić następujący warunek:

- $Z_s \times I_a \leq U_o$,
gdzie:
- Z_s to impedancja pętli zwarcia,
- I_a to prąd powodujący samoczynne wyłączenie zasilania w czasie podanym w tabeli poniżej,
- U_o to znamionowe napięcie AC lub DC w odniesieniu do ziemi.

W układach TN do ochrony przy uszkodzeniu (ochrony przy dotyku pośrednim) mogą być stosowane zabezpieczenia nadprądowe oraz zabezpieczenia różnicowoprądowe (RCD). Jeżeli wyłącznik różnicowoprądowy stosuje się do ochrony przy uszkodzeniu, obwód powinien być także chroniony przez urządzenie nadprądowe.

Układ sieci TT

W układzie sieci TT, gdzie ochronę przy uszkodzeniu (ochronę przy dotyku pośrednim) zapewnia urządzenie ochronne różnicowoprądowe, należy spełnić warunek:

$R_a \times I_{\Delta n} \leq 50 \text{ V}$,
gdzie:

Dodatkowo, aby zweryfikować poprawność pomiarów, maksymalne czasy wyłączenia dla obwodów końcowych o prądzie nieprzekraczającym 32 A nie powinny przekraczać określonych wartości (tabela 2).

| Tabela 2. Maksymalne czasy wyłączenia dla obwodów końcowych dla | | | | | | | | |
|---|-------------------------------|------|--------------------------------|------|--------------------------------|------|------------------------|------|
| System | 50 V < U _o ≤ 120 V | | 120 V < U _o ≤ 230 V | | 230 V < U _o ≤ 400 V | | U _o > 230 V | |
| | a.c. | d.c. | a.c. | d.c. | a.c. | d.c. | a.c. | d.c. |
| TN | 0,8 | - | 0,4 | 1 | 0,2 | 0,4 | 0,1 | 0,1 |
| TT | 0,3 | - | 0,2 | 0,4 | 0,07 | 0,2 | 0,04 | 0,1 |

U_o – nominalne napięcie a.c. lub d.c. przewodu liniowego względem ziemi

Tabela 3. Typy wyłączników RCD w zależności od rodzaju prądu różnicowego i jego właściwości [9]

| Typ wyłącznika RCD | Symbole | Czułość na prąd różnicowy | Właściwości | Normy i przepisy |
|--------------------|---------|---|---|----------------------------------|
| AC | | Prąd przemienny | Sinusoidalny prąd przemienny o częstotliwości znamionowej | IEC / EN 61008 IEC / EN 61009 |
| A | | Prąd stały zmienny i pulsujący | Sinusoidalny prąd przemienny i pulsujący prąd stały do 6 mA | IEC / EN 61008 IEC / EN 61009 |
| F | | Prąd zmienny i pulsujący DC | Sinusoidalny prąd przemienny i pulsujący prąd stały do 10 mA | IEC / EN 62423 |
| B | | Prąd zmienny i pulsujący DC oraz prąd wygładzony DC | Wszystkie rodzaje prądu o częstotliwości do 1 kHz | IEC / TR 60755 IEC / EN 62423 |
| Bfq | | Prąd zmienny i pulsujący DC oraz wygładzony DC | Specjalny typ B firmy Eaton z dostosowaną krzywą wyzwalań do 20 kHz | IEC / EN 62423 |
| B+ | | Prąd zmienny i pulsujący DC oraz wygładzony DC | Wszystkie rodzaje prądu o częstotliwości do 20 kHz | VDE 0664-440 |

Tabela 4. Kryteria akceptacji pomiaru prądu wyzwającego dla określonych typów wyłączników różnicowoprądowych w zależności od rodzaju prądu różnicowego [13]

| Rodzaj prądu różnicowego | Aplikacja wg typów | | | | Prąd wyzwający |
|--------------------------|--------------------|---|---|--------|---|
| | AC | A | F | B / B+ | |
| | • | • | • | • | 0,5 do 1,0 / _{Δn} |
| | | • | • | • | 0,35 do 1,4 / _{Δn} |
| | | • | • | • | Kąt opóźnienia prądu 90°: 0,25 do 1,4 / _{Δn} Kąt opóźnienia prądu 135°: 0,11 do 1,4 / _{Δn} |
| | | • | • | • | max. 1,4 / _{Δn} + 6mA DC |
| | | | • | • | 0,5 do 1,4 / _{Δn} |
| | | | | • | 0,5 do 2,0 / _{Δn} |

– Ra jest sumą rezystancji uziemienia i przewodu ochronnego do części przewodzących dostępnych;

– I_{Δn} jest znamionowym prądem różnicowym RCD. Ponadto, gdy do ochrony przy uszkodzeniu (ochrony przy dotyku pośrednim) zastosowano

wyłącznik różnicowoprądowy, wówczas obwód powinien być również chroniony przez urządzenie nadprądowe.

Gdy natomiast w układzie sieci TT zastosowano zabezpieczenie nadprądowe, należy spełnić warunek:

$$Z_s \times I_a \leq U_0,$$

gdzie:

– Z_s to impedancja pętli zwarcia,

– I_a to prąd powodujący samoczynne wyłączenie zasilania w czasie podanym w tabeli poniżej,

– U₀ to znamionowe napięcie AC lub DC w odniesieniu do ziemi.

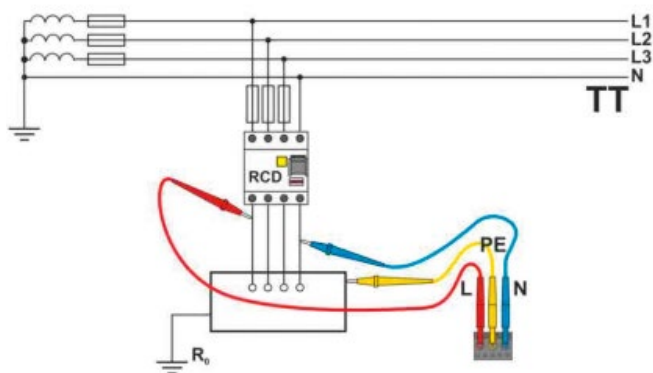
Jeżeli w układzie TT wyłączenie zapewnia zabezpieczenie nadprądowe, a ochronne połączenie wyrównawcze jest przyłączone do obcych części przewodzących w instalacji, dopuszczalne jest stosowanie maksymalnych czasów wyłączenia przewidzianych dla układu TN.

- W układach TN dla obwodów rozdzielczych oraz obwodów o prądzie znamionowym przekraczającym 32 A, maksymalny dopuszczalny czas wyłączenia wynosi 5 s.

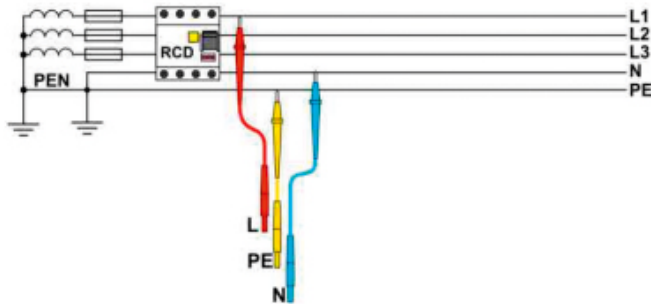
- W układach TT, dla obwodów rozdzielczych oraz obwodów o prądzie znamionowym przekraczającym 32 A, maksymalny dopuszczalny czas wyłączenia wynosi 1 s.

Sprawdzanie działania urządzeń ochronnych różnicowoprądowych

Celem sprawdzania działania urządzeń ochronnych różnicowoprądowych jest zapewnienie



Rys. 5. Pomiar w układzie TT [3]



Rys. 6. Przykład pomiaru wyłącznika różnicowoprądowego w typowej instalacji elektrycznej [3]

bezpieczeństwa użytkowników i prawidłowego funkcjonowania instalacji elektrycznej. Proces ten obejmuje zarówno oględziny urządzenia, jak i weryfikację prawidłowości połączeń przewodów fazowych (L), neutralnego (N) i ochronnego (PE).

Wartość rezystancji uzziemienia oraz poprawność połączeń przewodów L, N i PE mają wpływ na skuteczność zadziałania wyłącznika

różnicowoprądowego. Badanie powinno obejmować także weryfikację wartości napięcia dotykowego \$U_B\$ dla prądu wyzwalającego, która pozwala ocenić, czy ochrona przeciwporażeniowa działa prawidłowo.

Należy również przeprowadzić pomiar czasu zadziałania wyłącznika (\$t_s\$). Wyłącznik różnicowoprądowy powinien wyłączyć obwód w odpowiednim czasie po wykryciu prądu

różnicowego o określonej wartości i rodzaju. Pomiar czasu wyłączenia pozwala ocenić, czy wyłącznik spełnia wymagania.

Kluczowym elementem badania jest również pomiar prądu wyzwolenia, który oznacza wartość prądu różnicowego (\$I_{\Delta}\$), przy której wyłącznik zostaje aktywowany. Pomiar prądu wyzwolenia umożliwia weryfikację, czy wyłącznik działa zgodnie z obowiązującymi normami.

Kolejnym krokiem jest sprawdzenie funkcji przycisku „TEST”, który symuluje wystąpienie różnicy prądów między przewodami fazowymi a neutralnym, powodując wyłączenie obwodu. Poprawne działanie wyłącznika można potwierdzić, gdy naciśnięcie tego przycisku powoduje jego aktywację.

Aby przeprowadzić pomiary wyłącznika różnicowoprądowego w zakresie prądu wyłączenia oraz czasu zadziałania

Tabela 5. Maksymalne czasy zadziałania dla wyłączników RCD typu A przy wystąpieniu prądu różnicowego przemiennej o określonej wartości (wyrażonej jako krotność znamionowego prądu różnicowego).

| Krotność prądu znamionowego | $I_{\Delta n}$ | $2 I_{\Delta n}$ | $5 I_{\Delta n}$ |
|-------------------------------|----------------|------------------|------------------|
| Czasy zadziałania wyłączników | 0,3 s | 0,15 s | 0,04 s |

Tabela 6. Maksymalne czasy zadziałania dla wyłączników RCD typu A w przypadku wystąpienia prądu różnicowego stałego pulsującego o określonej wartości (skutecznej lub wyrażonej jako krotność znamionowego prądu różnicowego).

| Krotność prądu znamionowego | $I_{\Delta n}$ [A] | $1,4 I_{\Delta n}$ | $2 I_{\Delta n}$ | $2,8 I_{\Delta n}$ | $4 I_{\Delta n}$ | $7 I_{\Delta n}$ | 0,35 A | 0,5 A |
|-------------------------------|--------------------|--------------------|------------------|--------------------|------------------|------------------|--------|--------|
| Czasy zadziałania wyłączników | <0,03 s | | 0,3 s | | 0,15 s | | | 0,04 s |
| | 0,03 s | 0,3 s | | 0,15 s | | | 0,04 s | |
| | >0,03 s | 0,3 s | | 0,15 s | | 0,04 s | | |

Tabela 7. Maksymalne wartości czasu wyłączenia dla wyłączników RCD typu AB dla prądu różnicowego powstałego w obwodach prostownikowych i dla prądu różnicowego stałego wygładzonego (wyrażonych jako krotność znamionowego prądu różnicowego)

| Krotność prądu znamionowego | $2 I_{\Delta n}$ | $4 I_{\Delta n}$ | $10 I_{\Delta n}$ |
|-------------------------------|------------------|------------------|-------------------|
| Czasy zadziałania wyłączników | 0,3 s | 0,15 s | 0,04 s |

zainstalowanej stacji ładowania należy wprowadzić ją w tryb odpowiadający ładowaniu pojazdu (status C) przy pomocy dedykowanego adaptera.

Należy pamiętać o tym, że dany typ wyłącznika RCD reaguje na określone rodzaje prądu różnicowego zgodnie informacjami zawartymi w tabeli 3.

Elementem sprawdzenia działania urządzeń różnicowoprądowych jest także pomiar czasu ich zadziałania przy określonej wartości prądu różnicowego.

W tabeli 5 przedstawiono wybrane znormalizowane wartości czasu wyłączania dla wyłączników RCD typu A i B (ogólnego zastosowania) [5, 6, 9].

Dokumentowanie czynności

Sprawdzenie stacji ładowania obejmuje wszystkie czynności mające na celu kontrolę zgodności jej instalacji z wymaganiami normy PN-HD 60364 [10÷12]. W jej zakres wchodzi oględziny stacji ładowania oraz próby i pomiary przy użyciu mierników wielofunkcyjnych. Pomiary wykonuje się w celu oceny stanu instalacji elektrycznej, wykrycia ukrytych wad, usterek, błędów niewidocznych podczas oględzin, a także po to, aby sporządzić odpowiedni protokół.

Protokół z pomiarów odbiorczych stacji ładowania powinien zawierać wszystkie szczegóły badanej instalacji i obwodów, a także zapiski z oględzin i wyniki pomiarów elektrycznych.

Wszelkie wady lub nieprawidłowości wykryte podczas sprawdzania należy usunąć przed złożeniem przez wykonawcę pomiarów oświadczenia o zgodności instalacji z wymaganiami normy PN-HD 60364.

Protokół z badania odbiorczego dotyczący sprawdzenia stacji ładowania powinien zawierać:

- szczegóły dotyczące sprawdzanych części instalacji,

- ograniczenia oględzin i prób,
- wszelkie uszkodzenia, pogorszenia stanu, wady lub niebezpieczne warunki,
- wszelkie niezgodności z wymaganiami normy IEC60364, które mogą powodować zagrożenie,
- wykaz i wyniki oględzin instalacji elektrycznej stacji oraz samego urządzenia,
- wyniki pomiarów elektrycznych stacji ładowania.

Każdy protokół pomiarowy, oprócz informacji o samej instalacji, powinien zawierać podstawowe dane dotyczące osób przeprowadzających pomiary oraz użytego sprzętu pomiarowego. Dokument ten musi być sporządzony i podpisany przez osoby posiadające odpowiednie kompetencje w zakresie sprawdzania. Dodatkowo powinien zawierać zalecenia dotyczące terminu kolejnego badania okresowego.

Oględziny stacji ładowania

Oględzin dokonuje się za pomocą zmysłów wzroku, słuchu, powonienia i dotyku. Oględziny mają potwierdzić, czy zainstalowane na stałe urządzenia i aparaty elektryczne w stacji ładowania oraz przed nią spełniają wymagania bezpieczeństwa podane w obowiązujących przepisach prawnych i normach.

Ponadto weryfikuje się, czy zainstalowano je zgodnie z instrukcją eksploatacji i montażu producenta, co zapewnia ich prawidłowe funkcjonowanie. Sprawdza się również, czy nie występują widoczne uszkodzenia mogące obniżyć poziom bezpieczeństwa. Przeprowadzenie oględzin umożliwia wykrycie usterek i błędów montażowych.

Oględziny instalacji oraz samego urządzenia powinny

obejmować sprawdzenie prawidłowości:

- ochrony przed porażeniem prądem elektrycznym,
- ochrony przed pożarem i przed skutkami cieplnymi,
- doboru przewodów do obciążalności prądowej i spadku napięcia,

przeprowadzania oględzin stacji ładowania

Protokoły z pomiarów stacji ładowania

Próby i pomiary elektryczne mają na celu potwierdzenie, czy instalacja spełnia wszystkie wymagane parametry,

- doboru i nastawienia urządzeń zabezpieczających i sygnalizacyjnych,
- umieszczenia odpowiednich urządzeń odłączających,
- doboru urządzeń i środków ochrony od wpływów zewnętrznych,
- oznaczenia przewodów neutralnych i ochronnych,
- rozmieszczenia wymaganych schematów, tablic ostrzegawczych lub innych istotnych informacji,
- oznaczenia obwodów bezpieczników, łączników, zacisków itp.,
- połączeń przewodów,
- dostępu do urządzeń umożliwiającego ich wygodną obsługę i konserwację.

Przykładowy protokół przeznaczony do

a także czy została wykonana zgodnie z normami, dokumentacją producenta oraz przepisami rozporządzenia [2]. Normy nie standaryzują jednego wzoru formatu raportu z pomiarów elektrycznych, stąd też dopuszczalne jest używanie własnego autorskiego wzoru dokumentu. Istotne jest natomiast, aby protokół zawierał wymagane informacje opisane w normach.

Urząd Dozoru Technicznego przygotował gotowe wzory spełniające wymagania norm, które są dostępne w opracowanym „Przewodniku w zakresie wykonywania pomiarów elektrycznych stacji ładowania oraz sposoby ich dokumentowania” dostępnym na stronie internetowej UDT, na bazie którego powstał niniejszy artykuł.

SPRZEDAŻ DETALICZNA PALIW W 2024 ROKU

2024 był pierwszym rokiem bez rosyjskiej ropy w Polsce. Ponadto po 12 miesiącach okresu przejściowego 21 grudnia 2024 r. weszły w życie, długo wyczekiwane przez członków POPiHN, sankcje na rosyjskie LPG. Tocząca się za naszą wschodnią granicą wojna podkreśla znaczenie bezpieczeństwa paliwowego Polski. Z tej perspektywy warto docenić Ministerstwo Przemysłu za podjęcie prac nad reformą systemu zapasów ropy i paliw. Branża od lat postulowała przesunięcie odpowiedzialności za ten obszar z przedsiębiorców na Rządową Agencję Rezerw Strategicznych. W połowie zeszłego roku rozpoczęto prace nad reformą. Zaproponowane przez stronę rządową rozwiązanie (zrównanie odpowiedzialności pomiędzy RARS a przedsiębiorcami do 45 dni, do czego ma dojść w ciągu 3 lat) jest krokiem w dobrym kierunku.

POLSKA ORGANIZACJA PRZEMYSŁU I HANDLU NAFTOWEGO

Krajowe rafinerie przeobraziły w 2024 r. około 27,6 mln ton ropy naftowej, co oznacza wzrost o 3,4% względem 2023 r. Blisko 90% surowca do przerobu trafiło do Polski z trzech krajów: Arabii Saudyjskiej, Norwegii i USA. Ważnymi kierunkami dostaw były również Nigeria i Gujana.

Ropa wydobywana w Polsce stanowiła niewielką część zaopatrzenia polskich rafinerii, jednakże był to większy wolumen niż dostawy z Wielkiej Brytanii czy Algierii. Miniony rok był pierwszym, w którym nie dostarczono do Polski ropy z Rosji, co jednoznacznie podkreśliło

kluczową rolę infrastruktury do obsługi dostaw drogą morską: Naftoportu, zbiorników magazynowych PERN na wybrzeżu, a także rurociągu Pomorskiego z Gdańska do Płocka.

Podobnie jak w 2023 r. Arabia Saudyjska była głównym dostawcą surowca rafineryjnego. Z wolumenem blisko 14,1 mln ton samodzielnie zaspokoiła ponad połowę krajowego zapotrzebowania na ropę. W 2024 r. zauważalnie mniej surowca niż w 2023 r. trafiło do Polski z Norwegii, jednakże wciąż jest to drugi najważniejszy kierunek dostaw z wolumenem 8,7 mln ton ropy. Dostawy

z USA wzrosły o 56% r/r i wyniosły 2,2 mln ton.

Odejście od ropy z Rosji

W ciągu ostatniej dekady struktura dostaw ropy do Polski uległa całkowitej zmianie. Jeszcze w 2014 r. rosyjska ropa REBCO stanowiła 91% dostaw surowca do polskich rafinerii. O przewadze zakupów tego gatunku ropy decydowały kontrakty długoterminowe, atrakcyjna cena, dostosowanie technologiczne rafinerii oraz wykorzystanie transportu rurociągowego, który jest najtańszym środkiem logistyki dostaw. Nielegalna aneksja Krymu przez Rosję w 2014 r. zapoczątkowała

w Polsce odejście od rosyjskiej ropy poprzez dywersyfikację dostaw.

Produkcja paliw płynnych

Wzrost ilości przetworzonej ropy w rafineriach. Miał bezpośredni wpływ na krajową produkcję paliw płynnych. Jednocześnie Należy wskazać, że w polskim porządku prawnym wytwarzanie paliw ciekłych. Jest rozumiane szerzej niż produkcja rafineryjna, uwzględnia również blending Biokomponentów. W 2024 r. Wytworzono łącznie 30,8 mln m³ paliw płynnych: benzyn silnikowych (BS), oleju napędowego (ON),

PORÓWNANIE PRODUKCJI PALIW PŁYNNYCH W 2023 I 2024 R.
[W TYS. M3]

| Wyszczególnienie | 2023 | 2024 | Wskaźnik 2023 = 100 |
|---------------------|---------------|---------------|------------------------|
| Benzyny silnikowe | 6 141 | 6 626 | 107,9 |
| Olej napędowy | 17 223 | 19 338 | 112,3 |
| Gaz płynny LPG | 816 | 820 | 100,5 |
| Paliwo JET | 1 499 | 1 673 | 111,6 |
| Lekki olej opałowy | 609 | 581 | 95,4 |
| Ciężki olej opałowy | 1 825 | 1 719 | 94,2 |
| OGÓŁEM | 28 113 | 30 757 | 109,4 |

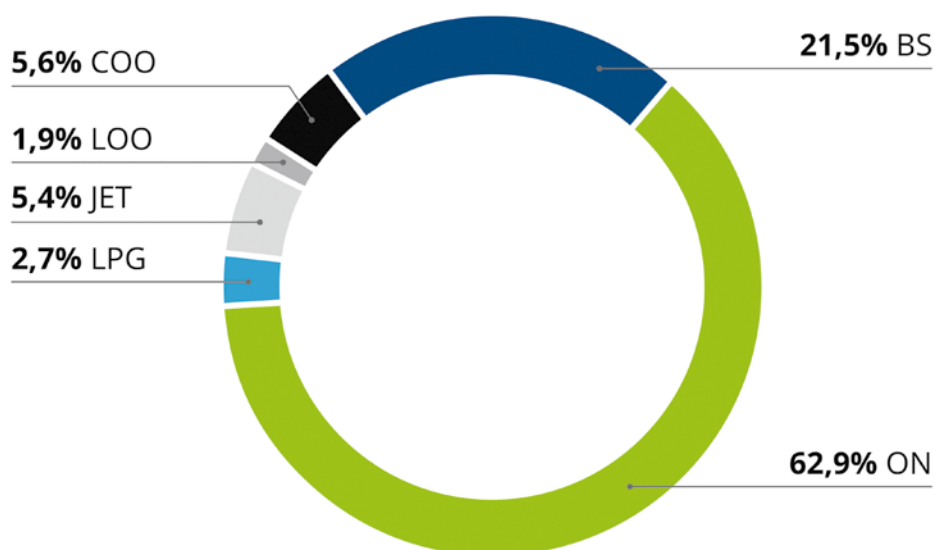
Źródło: Dane własne POPiHN

gazu płynnego LPG, paliwa lotniczego typu JET oraz lekkiego (LOO) i ciężkiego (COO) oleju opałowego. Stanowi to wzrost produkcji o 2,6 mln m³ (9,4% r/r) względem 2023 r. Największy wzrost (12,3% r/r) odnotowano dla oleju napędowego i paliwa lotniczego, znacznie wzrosła również produkcja benzyn silnikowych (7,9% r/r). Gaz płynny LPG został wyprodukowany w podobnej ilości co w 2023 r. Spadek produkcji odnotowano jedynie w przypadku olejów opałowych: lekkiego (4,6% r/r) i ciężkiego (5,8% r/r).

Na zaobserwowany wzrost krajowej produkcji paliw złożyło się wiele czynników. Znaczący wpływ miała zdecydowanie lepsza koniunktura gospodarcza, widoczna we wzroście produktu krajowego brutto (PKB) w 2024 r. o 2,9% r/r, wobec wzrostu o 0,1% r/r w 2023 r. Wyprodukowane paliwa niemal w całości trafiły na rynek wewnętrzny, należy jednak wziąć pod uwagę eksport benzyn silnikowych i oleju napędowego, w znakomitej większości skierowany do Ukrainy. Dostrzegalny jest pewien szczególny aspekt wzrostu produkcji paliwa lotniczego JET – w 2024 r. po raz pierwszy osiągnęła ona wartość większą, niż przed wybuchem pandemii.

W odniesieniu do rozumianego jako produkcja paliw płynnych blendingu, procesu mieszania paliw tradycyjnych z biokomponentami i dodatkami uszlachetniającymi, należy uwzględnić obowiązek realizacji Narodowego Celu Wskaźnikowego (NCW), który w 2024 r. wzrósł z 8,9% do 9,1%. Również w tym roku, do powszechnego obrotu trafiła 95-oktanowa benzyna E10, zawierająca więcej biokomponentu niż dotychczas oferowana benzyna E5, która pozostała na rynku w wariantach 98-oktanowym. Tym samym, znacznie wzrosła ilość etanolu, która została wykorzystana w procesie blendingu.

STRUKTURA PRODUKCJI PALIW PŁYNNYCH W 2024 R. [%]



Źródło: Dane własne POPiHN

Według szacunków POPIHN, w 2024 r. najwięksi operatorzy rynkowi dodali do benzyn silnikowych około 519 tys. m3 etanolu (liczonego razem z eterami), czyli o 41,2% więcej niż w 2023 r. Do blendingu z olejem napędowym wykorzystano ponad 1,3 mln m3 estrów metylowych, czyli o 3,8% więcej, niż rok wcześniej. Realizacja NCW była wspomagana sprzedażą estrów stanowiących samostanne paliwo, znane jako B100. Członkowie POPIHN dostarczyli na krajowy rynek około 209 tys. m3 paliwa B100, ponadto blisko 100 tys. m3 skierowali bezpośrednio poza polskie granice. Uwzględniając krajowe uwarunkowania rynkowe szacuje się, że większość paliwa B100 znajduje końcowego konsumenta poza Polską.

Import paliw płynnych

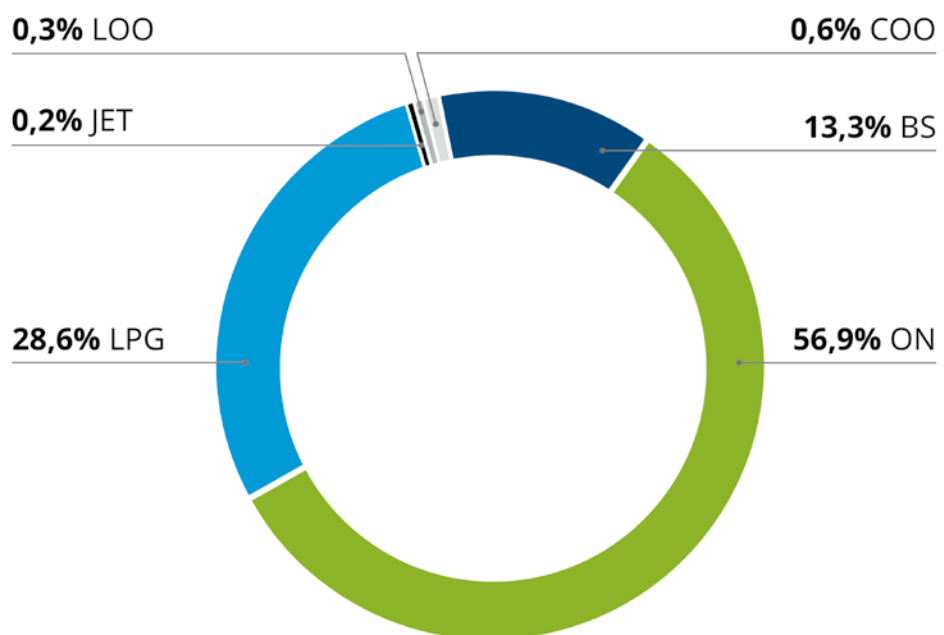
Podobnie jak w latach ubiegłych, w 2024 r. Polska nie była samowystarczalna pod względem zaspokojenia popytu na paliwa płynne krajową produkcją. W 2024 r. do Polski sprowadzono ok. 17 mln m3 paliw płynnych, czyli o 1,2% więcej niż w 2023 r. Wynik ten jest wypadkową zróżnicowanych zmian w imporcie poszczególnych paliw płynnych. Benzyny silnikowe odnotowały największy wzrost wolumenu importu, do kraju trafiło ok. 210 tys. m3 produktu więcej niż przed rokiem. Import oleju napędowego był na zbliżonym poziomie do tego zaobserwowanego w 2023 r., w tym wypadku kluczową zmianą było powolne formowanie się głównych kierunków dostaw. Niemniej, wciąż widoczny jest efekt rozdrobnienia kierunków importu na wiele krajów, będący skutkiem wprowadzenia unijnego embargo na import paliw z Rosji. W odróżnieniu od benzyn silnikowych, które trafiły do Polski głównie z sąsiednich krajów, olej napędowy został sprowadzony z kilku kontynentów,

PORÓWNANIE IMPORTU I NABYCĆ WW. PALIW PŁYNNYCH W 2023 I 2024 R. [W TYS. M3]

| Wyszczególnienie | 2023 | 2024 | Wskaźnik 2023 = 100 |
|---------------------|---------------|---------------|---------------------|
| Benzyny silnikowe | 2 047 | 2 258 | 110,3 |
| Olej napędowy | 9 548 | 9 622 | 100,8 |
| Gaz płynny LPG | 4 907 | 4 841 | 98,7 |
| Paliwo JET | 9 | 36 | 400,0 |
| Lekki olej opałowy | 7 | 57 | 814,3 |
| Ciężki olej opałowy | 201 | 104 | 51,7 |
| OGÓŁEM | 16 719 | 16 918 | 101,2 |

Źródło: Na bazie danych Ministerstwa Finansów i danych własnych POPIHN

STRUKTURA IMPORTU PALIW PŁYNNYCH W 2024 R. [%]



Źródło: Opracowanie własne POPIHN



Perfumy do wnętrza



Poznaj
eXc DARK
Tajemnicza magia nocy

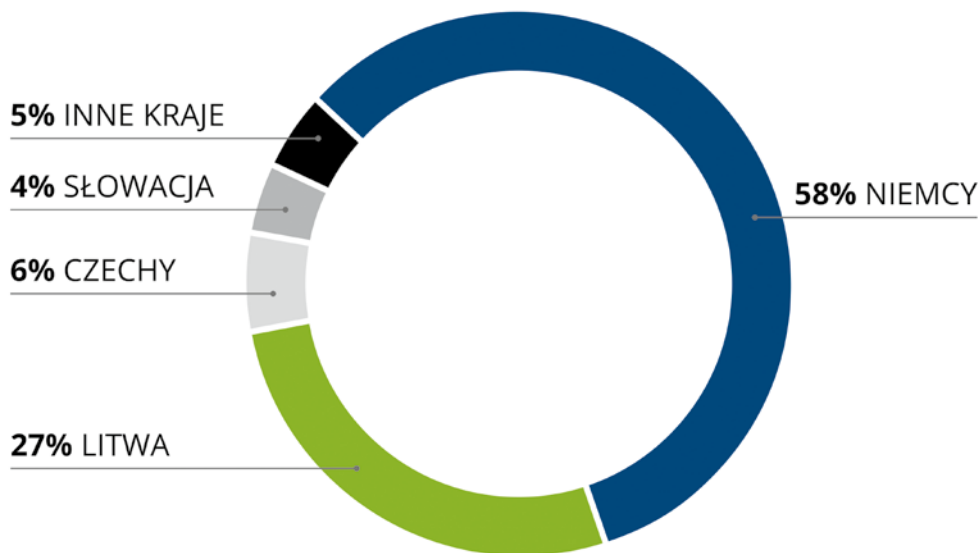


Zeskanuj kod

Sprawdź też
inne zapachy



KIERUNKI IMPORTU BENZYN SILNIKOWYCH W 2024 R. [%]



Źródło: Na bazie danych Ministerstwa Finansów i danych własnych

EKSPORT PALIW PŁYNNYCH (Z UWZGLĘDNIENIEM REEKSPORTU) I DOSTAW WEWNĄTRZWPÓLNOTOWYCH W 2023 I 2024 R. [W TYS. M3]

| Wyszczególnienie | 2023 | 2024 | Wskaźnik 2023 = 100 |
|---------------------|--------------|--------------|------------------------|
| Benzyny silnikowe | 374 | 511 | 136,6 |
| Olej napędowy | 1 875 | 2 193 | 117,0 |
| LPG | 1 145 | 699 | 61,0 |
| Paliwo lotnicze | 25 | 31 | 124,0 |
| Lekki olej opałowy | 0 | 0 | - |
| Ciężki olej opałowy | 1 788 | 1 612 | 96,9 |
| OGÓŁEM | 5 207 | 5 046 | 96,9 |

Źródło: Na bazie danych Ministerstwa Finansów i danych własnych POPIHN

co miało przełożenie na koszty logistyczne. W 2024 r. gaz płynny LPG został sprowadzony w niewiele mniejszej ilości niż rok wcześniej, natomiast znacznie więcej tego paliwa pozostało w kraju z uwagi na skokowy spadek reeksportu tego produktu. Do Polski trafiło czterokrotnie więcej paliwa lotniczego JET niż przed rokiem, jednak wolumen zagranicznych dostaw tego paliwa wciąż pozostaje niewielki, ponieważ krajowa produkcja w znakomitej większości zaspokaja rosnącą konsumpcję na polskich lotniskach.

Eksport paliw płynnych

Eksport rozumiany jako eksport właściwy i dostawy wewnątrzspółnotowe przy uwzględnieniu reeksportu wyniósł w całym 2024 r. 5,0 mln m³ co oznacza spadek względem 2023 r. o 3,1%. Zaobserwowany wynik to wypadkowa wzrostu eksportu benzyn silnikowych i oleju napędowego, przy jednoczesnym załamaniu reeksportu gazu płynnego LPG. Podobnie jak w 2023 r., w ubiegłym roku najczęściej paliw z Polski trafiło na Ukrainę. Utrzymująca się sytuacja wojenna w Ukrainie podtrzymuje duże zapotrzebowanie na paliwa płynne, przez co rynek naszego wschodniego sąsiada pozostaje niezwykle chłonny, a tym samym dochodowy dla producentów i pośredników realizujących dostawy na Ukrainę. Zeszlatoroczny eksport benzyn na poziomie ok. 0,5 mln m³ i oleju napędowego ok. 2,2 mln m³ jednoznacznie wskazuje, jak bardzo wzrosła rola Polski w logistyce paliw płynnych. Jednakże, całość eksportu odnotowała gorszy wynik niż w 2023 r., głównie za sprawą LPG. Po rekordowych wzrostach w ostatnich latach, reeksport gazu płynnego LPG odnotował skokowy spadek aż o 40%, czyli o ok. 430 tys. m³. Szersze spojrzenie na bilans rynku LPG – nieznaczny



| | |
|-----------------------|------|
| Espresso..... | 2.50 |
| Cappuccino..... | 4.75 |
| Caffè Latte..... | 4.25 |
| Flat White..... | 3.75 |
| Latte Macchiato..... | 4.00 |
| Iced Caffè Latte..... | 4.75 |

combination
Iced Coffee + Donut

ŚWIETNA KAWA bez stresu

Znalezienie doświadczonych baristów jest wyzwaniem - ale serwowanie doskonałej kawy już nie. Dzięki intuicyjnej obsłudze i automatyzacji, Mytico pomaga zespołowi w łatwym przygotowaniu kawy o najwyższej, stałej jakości - niezależnie od tego, czy są to doświadczeni profesjonalści, czy nowi pracownicy.



Dowiedz się więcej na
mytico.franke.coffee



spadek importu, utrzymanie krajowej produkcji na poziomie zbliżonym do tego w 2023 r. – pozwala wysnuć wniosek, że wspomniany wyżej wolumen gazu płynnego LPG pozostał w Polsce. Jest to spójne z działaniami jakie zostały podjęte w przygotowaniu na wejście w życie embarga na rosyjskie dostawy LPG w grudniu 2024 r. Nieznacznie wzrósł eksport paliwa lotniczego JET, jednak wolumen dostaw za granicę wciąż pozostaje marginalny w skali krajowej produkcji, która w znakomitej większości trafiła na krajowe lotniska.

Konsumpcja paliw płynnych

Konsumpcja paliw płynnych w Polsce utrzymuje się w długofalowym trendzie wzrostowym – to generalny wniosek z analizy danych za 2024 r. Ubiegły rok należy ocenić jako okres stabilizacji rynku. Korzystne otoczenie gospodarcze, przewidywalne ceny na stacyjnych pylonach, dostępność paliw pomimo trwającej wojny u naszego wschodniego sąsiada – te czynniki zapewniły warunki do dalszego wzrostu konsumpcji paliw w Polsce. Dynamika wzrostu nie była tak imponująca jak w ostatnich latach, ponieważ popyt wynikał z czynników gospodarczych. Nie występowały anomalie jak paniczne zakupy i skokowy wzrost liczby tankowanych aut obserwowany w 2022 r., czy też intensywna turystyka zakupowa i nabycia na potrzeby garażowego magazynowania paliw z racji nierynkowo niskich cen na pylonach w III kwartale 2023 r. Jedynie na rynku gazu płynnego LPG pojawiła się nadmiarowa dostępność produktu, wynikająca z przygotowań na wejście w życie embarga na LPG z Rosji. Należy podkreślić znakomitą pracę wykonaną przez przedsiębiorców branży paliwowej, dzięki ich zaangażowaniu w działania zabezpieczające

SZACUNKOWA WIELKOŚĆ KONSUMPCJI PALIW PŁYNNYCH W KRAJU W 2024 R. W PORÓWNANIU DO 2023 R.

| Wyszczególnienie | | 2023 | | 2024 | | Wskaźnik 2023=100 |
|------------------------------|--|---------------------|-----------------------|---------------------|-----------------------|-------------------|
| | | tys. m ³ | udział w konsumpcji % | tys. m ³ | udział w konsumpcji % | |
| Benzyny silnikowe | Konsumpcja | 8 044 | | 8 175 | | 101,6 |
| | w tym import do kraju (bez reeksportu) | 1 933 | 24 | 2 231 | 27 | 115,4 |
| Olej napędowy | Konsumpcja | 23 141 | | 23 118 | | 99,9 |
| | w tym import do kraju (bez reeksportu) | 9 031 | 39 | 8 933 | 39 | 98,9 |
| Gaz płynny LPG | Konsumpcja | 4 632 | | 5 049 | | 109,0 |
| | w tym import do kraju (bez reeksportu) | 3 857 | 83 | 4 220 | 84 | 109,4 |
| RAZEM 3 GATUNKI PALIW | Konsumpcja | 35 817 | | 36 341 | | 101,5 |
| | w tym import do kraju (bez reeksportu) | 14 821 | 41 | 15 384 | 42 | 103,8 |
| Paliwo JET | Konsumpcja | 1 326 | | 1 448 | | 109,2 |
| | w tym import do kraju (bez reeksportu) | 9 | 1 | 36 | 2 | 386,9 |
| Lekki olej opałowy | Konsumpcja | 610 | | 623 | | 102,1 |
| | w tym import do kraju (bez reeksportu) | 7 | 1 | 57 | 9 | 829,5 |
| Ciężki olej opałowy | Konsumpcja | 204 | | 254 | | 124,3 |
| | w tym import do kraju (bez reeksportu) | 201 | 99 | 104 | 41 | 51,5 |
| OGÓŁEM | Konsumpcja | 37 957 | | 38 666 | | 101,9 |
| | w tym import do kraju (bez reeksportu) | 15 039 | 40 | 15 581 | 40 | 103,6 |

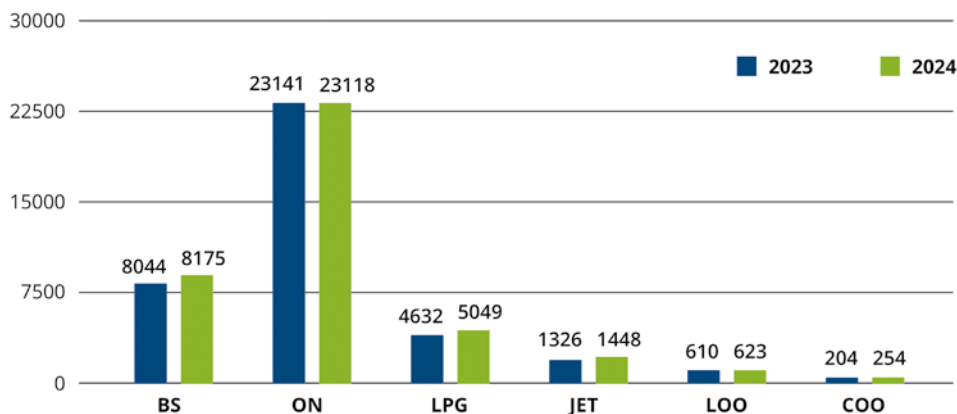
Źródło: Na bazie danych Ministerstwa Finansów i danych własnych POPIHN

kierunki dostaw paliw gotowych i surowca do produkcji rafinerijnej konsument może zapomnieć, że od kilkunastu miesięcy branża paliwowa działa w surowym reżimie sankcji na Rosję – wieloletniego głównego dostawcę produktów ropopochodnych do Polski. Dziś, polski rynek paliw płynnych funkcjonuje już bez rosyjskich dostaw,

a krajowa konsumpcja osiąga kolejne historyczne szczyty.

Olej napędowy pozostaje najważniejszym paliwem płynnym w Polsce, jednakże szacunki w oparciu o najlepsze dostępne dane wskazują, że jest to jedyny typ paliwa z odnotowanym spadkiem konsumpcji względem 2023 r. Wśród przyczyn trzeba

wskazać m.in. postępującą wymianę parku samochodowego w Polsce, gdzie auta z silnikiem diesla mają coraz mniejszy udział w nowych rejestracjach samochodów osobowych. Jednocześnie należy uwzględnić narastające problemy branży ciężkiego transportu drogowego, będącej ważnym konsumentem tego paliwa.

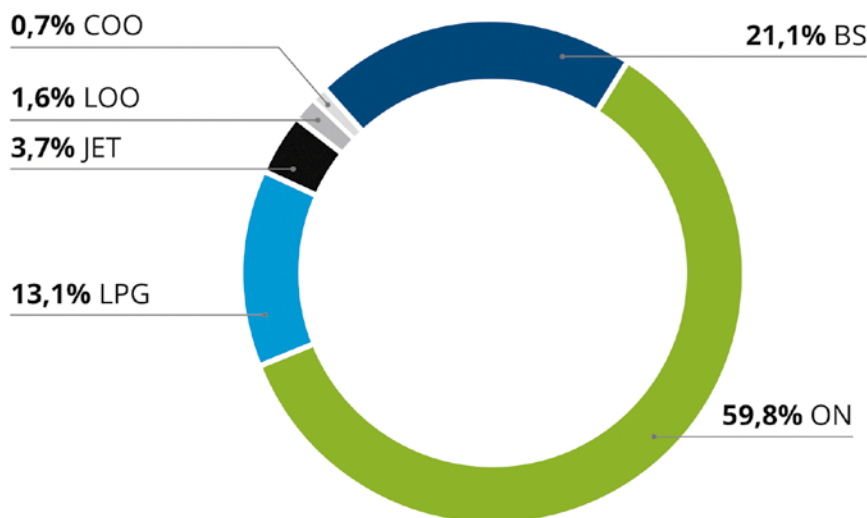
KONSUMPCJA KRAJOWA PALIW PŁYNNYCH W 2023 I 2024 R. [TYS. M³]

Źródło: Opracowanie własne POPIHN

Konsumpcja oleju napędowego utrzymała się na poziomie ok. 23,1 mln m³, czyli zbliżonym do tego w 2023 r. Do zbilansowania rynku konieczny był import odpowiadający 39% całości konsumpcji tego paliwa, czyli podobnie jak rok wcześniej. Spółki członkowskie POPIHN pozostały najważniejszymi dostawcami oleju napędowego, przy nieznacznym spadku dynamiki tych dostaw o 1,1%. Mniejsze były również dostawy z importu, które osiągnęły poziom ok. 7,2 mln m³, czyli o 4,2% mniej niż w 2023 r. Import zrealizowany przez podmioty spoza POPIHN wzrósł o 18,7% i wyniósł niemal 2,5 mln m³. Należy wziąć pod uwagę, że równolegle obserwowany był wzrost reeksportu oleju napędowego. W 2024 r. krajowe zapotrzebowanie na benzyny silnikowe ponownie wzrosło, jednak nie był to tak imponujący wzrost jak rok wcześniej i wyniósł 1,6%. Popyt na poziomie ok. 8,2 mln m³ niemal w całości został zabezpieczony przez dostawy spółek członkowskich POPIHN, w tym również z importu, który wzrósł aż o 38,1% i zbliżył się do poziomu 2 mln m³. Działalność podmiotów spoza POPIHN w segmencie benzyn silnikowych wyraźnie zmalała, co miało swoje odzwierciedlenie w spadku dostaw zagranicznych o 54,8% do poziomu niecałych 0,3 mln m³, skokowo skurczył się również reeksport.

Odbudowa krajowego rynku paliwa lotniczego JET dokonała się. W 2024 r. popyt na to paliwo nie tylko wrócił do poziomu rejestrowanego tuż przed pandemią, ale też wyraźnie go przekroczył – odnotowano konsumpcję na poziomie ponad 1,4 mln m³ przy wzroście zapotrzebowania o 9,2% względem 2023 r. Znakomita większość dostaw została zrealizowana dzięki krajowej produkcji, odnotowano jedynie marginalny import.

STRUKTURA KONSUMPCJI PALIW CIEKŁYCH W 2024 R. [%]



Źródło: Opracowanie własne POPIHN

RYNEK GAZU PŁYNNEGO LPG W POLSCE W 2024 ROKU

Rok 2024 był czasem niepewności dla polskiego sektora gazu płynnego LPG odnośnie funkcjonowania w związku z planowanymi sankcjami na import produktu z Rosji. Ukształtowana przez ponad 30 lat infrastruktura logistyczna, wypracowane schematy transakcyjne z wieloletnimi partnerami handlowymi, stosunkowo korzystne ceny zaopatrzenia oferowane przez Rosję, dostępność produktu to elementy, które były brane pod uwagę przez wiele firm działających na polskim rynku.

POLSKA ORGANIZACJA GAZU PŁYNNEGO

Wojna rosyjsko-ukraińska spowodowała konieczność zmiany strategii wielu z nich co do możliwości zakupu produktu. Niektóre firmy już w 2022 r. podjęły decyzję o zmianie kierunków dostaw, rezygnując z zakupów w Rosji, ale część z nich nadal kontynuowała import z tego kraju, tak w 2023, jak i w 2024 r. Decyzja UE z grudnia 2023 r. o nałożeniu ograniczeń dotyczących handlu z Rosją, jakkolwiek była precyzyjnie sformułowana, mimo wszystko była poddawana różnym analizom co do jej ostatecznego charakteru. Przez cały 2024 r. trwały rozważania, czy nie będzie ona zmodyfikowana, jak również czy istnieją możliwości logistyczne odpowiednich ilości dostaw produktu z innych państw.

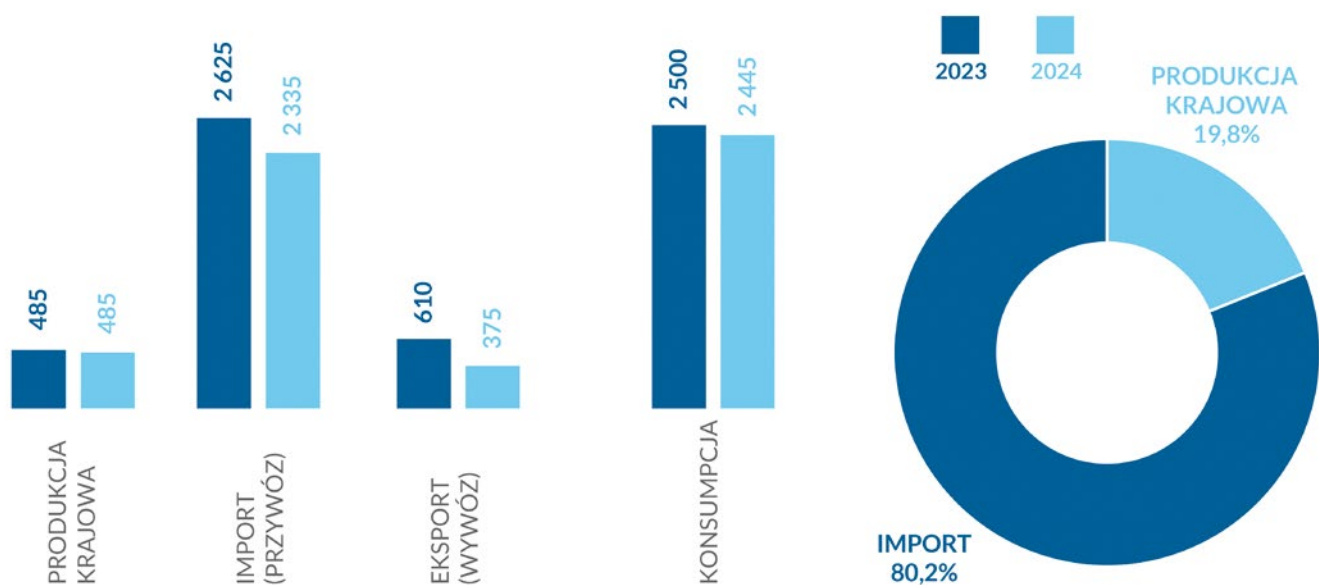
Produkcja krajowa gazu skroplonego LPG w 2024 r. pozostała na niezmiennym poziomie w stosunku do 2023 r. osiągając poziom 485 tys. ton, co w praktyce pozwoliło na zabezpieczenie niecałych 20%

popytu na ten produkt w Polsce. Wprowadzone w grudniu 2024 r. sankcje na import gazu płynnego LPG z Rosji nie miały znaczącego wpływu na podaż produktu na rynku polskim. W Polsce jedynym producentem LPG jest GK Orlen S.A., a proces wytwarzania – tj. produkcji i mieszania produktów o różnych kodach CN w rozumieniu przepisów Urzędu Regulacji Energetyki (URE) – nie jest omawiany w niniejszym raporcie w ujęciu ilościowym. Łączny popyt na gaz płynny LPG w Polsce w 2024 r. wyniósł 2 445 tys. ton (-2,2% r/r). Do Polski przywieziono łącznie 2 335 tys. ton w 2024 r. W porównaniu do dostaw w 2023 r. było to o 290 tys. ton mniej (-11% r/r). Główną przyczyną takiej sytuacji był spadek eksportu (re-eksportu) produktu na rynek ukraiński. Z Rosji przywieziono łącznie 995 tys. ton – mniej o 208 tys. ton (-17,3% r/r), co oznaczało, że udział Rosji w łącznym przywozie wyniósł 42,7%, podczas gdy w 2023 r. było to 45,8%. Dostawy ze Szwecji pozostały

na praktycznie niezmiennym poziomie, ale w związku z łącznym spadkiem przywozu udział Szwecji wzrósł o ponad 1% r/r i wyniósł w 2024 r. ponad 23%. Prawie dwukrotnie wzrosły dostawy produktu pochodzenia amerykańskiego (USA), a także wzrósł import z Norwegii z 91 tys. ton w 2023 r. do 126 tys. ton w 2024 r. Miesięczne dostawy z Rosji do czerwca 2024 r. wynosiły około 100 tys. ton, w lipcu 93 tys. ton, a następnie spadały aż do poziomu 42,5 tys. ton w grudniu 2024 r. Średniomiesięczny import ze Szwecji oscylował od 30,7 tys. ton do prawie 70 tys. ton w grudniu, co oznaczało średniomiesięczny import w skali 2024 r. w wysokości około 45 tys. ton. Z Wielkiej Brytanii (110,2 tys. t), Norwegii (126 tys. t) oraz z USA (128,3 tys.t) dostarczano średnio po około 10 tys. ton produktu miesięcznie z każdego z tych krajów. W sierpniu, wrześniu oraz w listopadzie i grudniu 2024 r. dostawy z innych krajów nieuwzględnionych na wykresie przekraczały w ciągu miesiąca dostawy

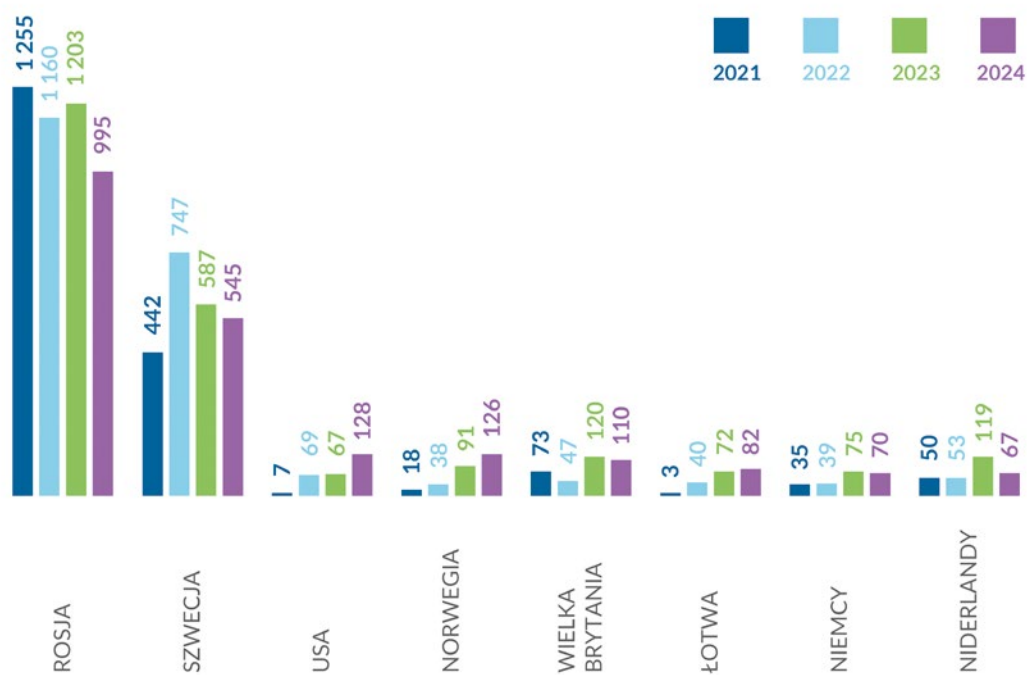
z Rosji, Szwecji, a nawet łączną sumę dostaw z USA, Norwegii i Wielkiej Brytanii. Stosunkowo istotnymi dostawcami w 2024 r. były Niemcy (łącznie 69,7 tys. t), Niderlandy (66,6 tys. t), Łotwa (82,2 tys. t), Belgia (40 tys. t) oraz Litwa (48,4 tys. t), Czechy (41,8 tys. t) i Kazachstan (36 tys. t). Należy zauważyć, że w 2023 r. dostawy z Litwy wynosiły 87 tys. ton, a z Kazachstanu nawet 74 tys. ton. Nie uległy istotnej zmianie dostawy z Niemiec czy nawet z Łotwy i Czech. W przypadku Litwy powodem zmniejszenia wielkości przywozu do Polski było skierowanie produktu z tego kraju na rynek ukraiński. Wśród specjalistów zajmujących się paliwami istnieje przekonanie o znaczącej roli Kazachstanu w dostawach na rynek polski, co nie znajduje praktycznie potwierdzenia w ostatecznych danych dotyczących importu. Nie ulega wątpliwości, że istnieją potencjalne możliwości eksportu LPG z Kazachstanu, ale wzrastający popyt wewnętrzny oraz w krajach sąsiednich, regulacje eksportowe, konieczność tranzytu przez

Rynek gazu płynnego w Polsce w latach 2023-2024 (w tys. ton).



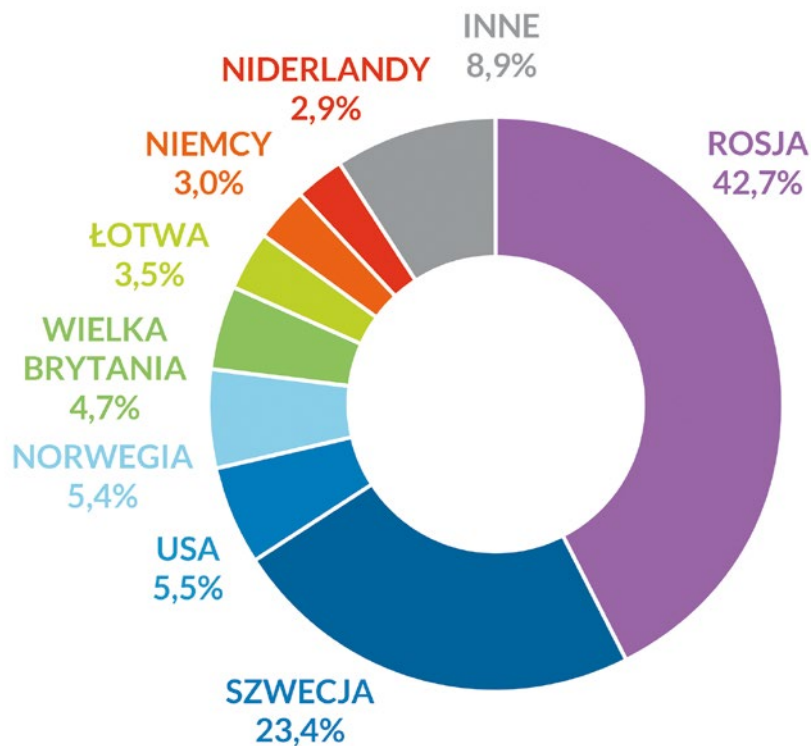
Źródło: oprac. własne POGP, Ministerstwo Finansów.

Główne kierunki importu gazu płynnego do Polski w latach 2021 - 2024 (w tys. ton).



Źródło: oprac. własne POGP, Ministerstwo Finansów.

Główni dostawcy gazu płynnego do Polski w 2024 r. (w %).



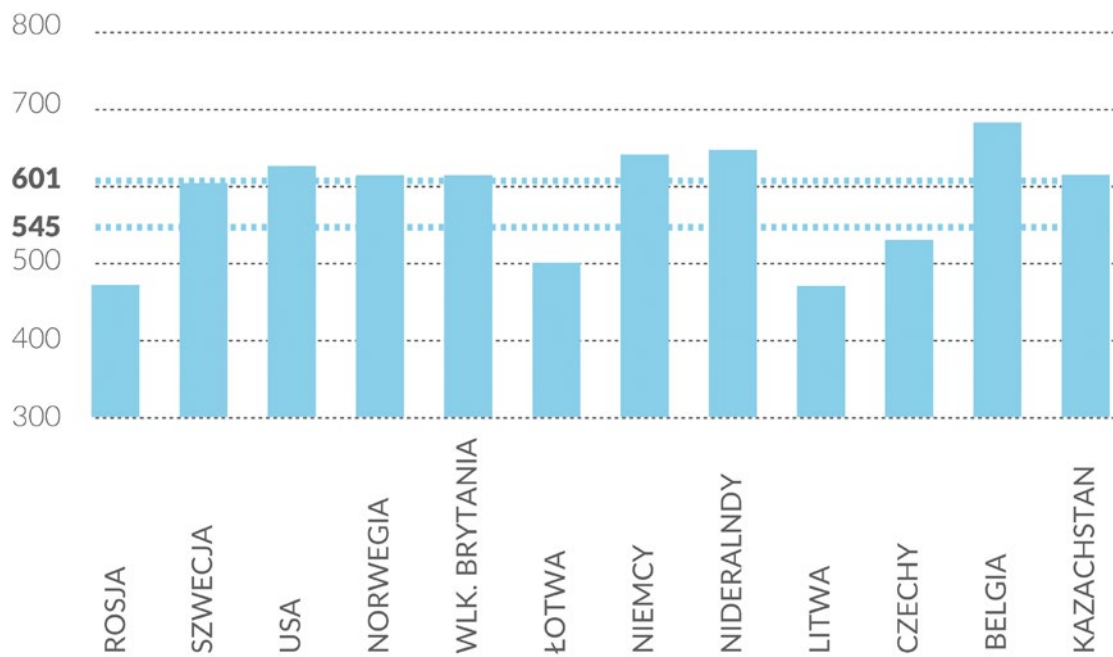
Źródło: oprac. własne POGP, Ministerstwo Finansów.

Udział eksportu gazu płynnego do Polski w wybranych krajach w 2023 r.

| | PRODUKCJA w tys. ton | KONSUMPCJA w tys. ton | IMPORT w tys. ton | EKSPORT w tys. ton | EKSPORT DO PL w tys. ton | EKSPORT PL/E w % |
|------------|-------------------------|--------------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------------|---------------------|
| ROSJA | 17 344 | 13 627 | 33 | 3 750 | 1 203 | 32,1 |
| SZWECJA | 544 | 928 | 1 413 | 1 027 | 585 | 57,0 |
| LITWA | 201 | 158 | 143 | 185 | 87 | 47,0 |
| CZECHY | 387 | 394 | 114 | 98 | 43 | 43,9 |
| ŁOTWA | 0 | 103 | 358 | 246 | 70 | 28,5 |
| NIEMCY | 2 485 | 2 827 | 1 164 | 241 | 75 | 31,1 |
| KAZACHSTAN | 3 121 | 2 179 | 3 | 945 | 74 | 7,8 |

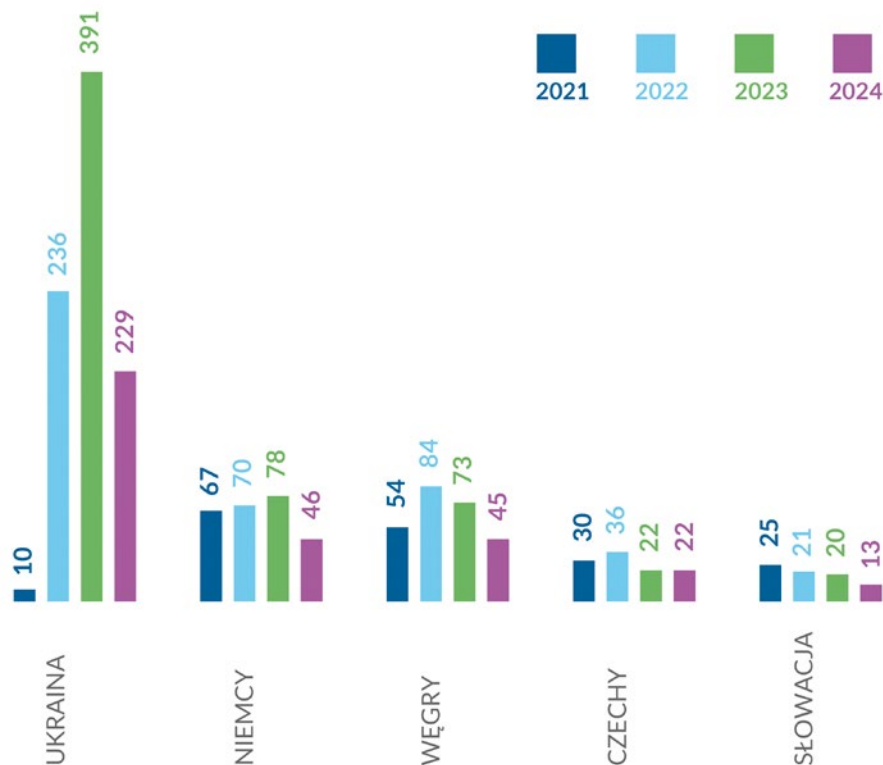
Źródło: oprac. własne POGP, Statistical Review of Global LPG, Argus, WLGA.

Średnioroczne ceny przywiezionego gazu płynnego do Polski według deklaracji celnych w 2024 r. (w EUR/t).



Źródło: oprac. własne POGP, Ministerstwo Finansów.

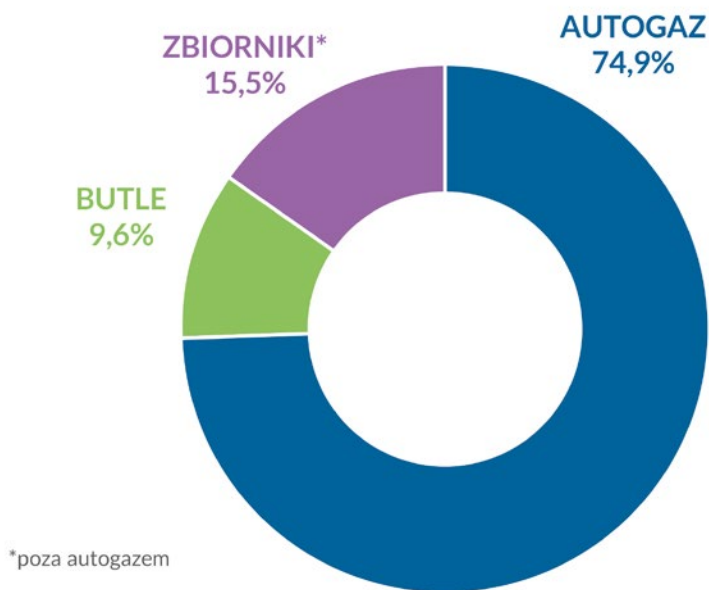
Główne kierunki eksportu gazu (wywozu) płynnego z Polski w latach 2021 - 2024 (w tys. ton).



Źródło: oprac. własne POGP, Ministerstwo Finansów.

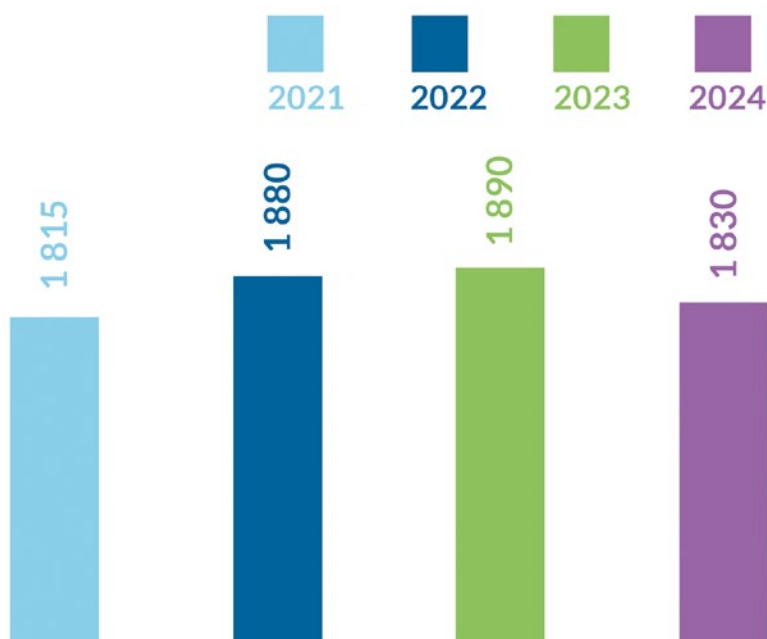
terytorium Rosji powodują, że dostawy z tego kraju są wręcz symboliczne i nie mają istotnego znaczenia dla rynku polskiego. Kilka lat temu import LPG z Kazachstanu osiągał poziom 0,5 mln ton rocznie. W 2024 r. odnotowano dostawy z Francji, jako kraju pochodzenia, w wysokości prawie 21 tys. ton, jak również 6,2 tys. ton z Gwinei Równikowej (wysłane koleją z Belgii w IV kw. 2024 r.) oraz 4,1 tys. ton z Algierii (w tym 2,8 tys. ton wysłane koleją z Belgii, a 1 tys. ton koleją z Turcji). W końcu 2024 r. dostarczono 3,3 tys. ton gazu pochodzenia brazylijskiego, który wysłany był także drogą morską z tego kraju. Z Belgii jako kraju pochodzenia wysłano 40,1 tys. ton, ale jako miejsce wysyłki było to 197,1 tys. ton. Podobnie wyglądała sytuacja w przypadku Niemiec skąd dostarczono jako kraju pochodzenia 69,8 tys. ton, a jako kraju wysyłki 72,3 tys. ton. Podobnie jest ze Szwecją, gdzie pochodzenia. Z Wielkiej Brytanii wysłano 110 tys. ton (101 tys. ton jako kraj pochodzenia). Powyższe dane jednoznacznie wskazują na znaczenie rejonu ARA dla dostaw tego produktu do Polski. Dostawy produktu z innych państw nie odgrywały istotnej roli dla polskiego rynku z uwagi na ich wielkość. Z Estonii i Cypru dostarczono po 1 tys. ton, z Włoch 942 tony, z Rumunii 693 tony, z Austrii 209 ton, ale z Turkmenistanu 365 ton, z Egiptu 117 ton, a z Albanii 108 ton. Według wstępnych danych Ministerstwa Finansów drogą morską dostarczono prawie 36% całości przywozu, podczas gdy dostawy kolejowe stanowiły 52,7% importu, a transportem drogowym dostarczono 11,4% całości przywiezionego produktu. Wielkości te mogą ulec zmianie z uwagi na brak

Struktura rynku gazu płynnego (opakowanie) w Polsce w 2024 r. (w %).



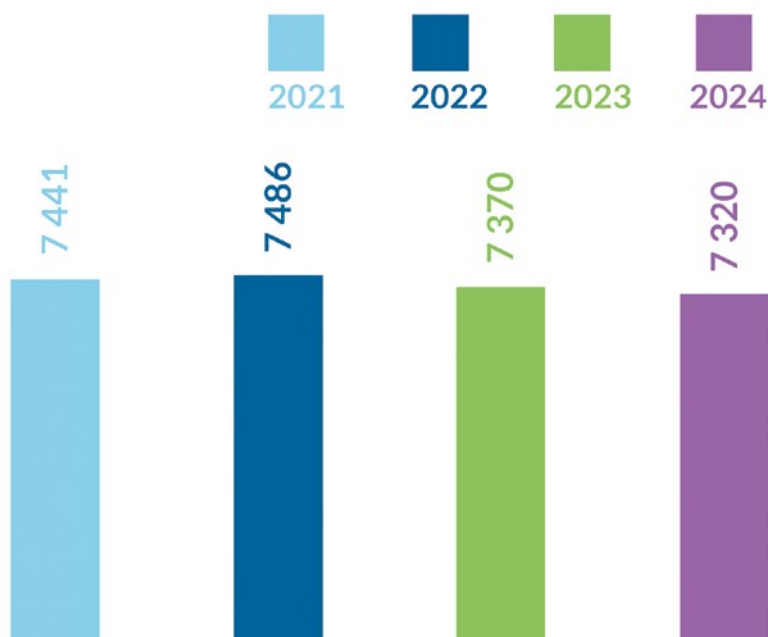
Źródło: oprac. własne POGP.

Sprzedaż autogazu w Polsce w latach 2021 - 2024 (w tys. ton).



Źródło: oprac. własne POGP.

Ilość stacji autogazu w Polsce w latach 2021 - 2024 (w szt.).



Źródło: oprac. własne POGP.

precyzyjnej informacji odnośnie metody transportu w odniesieniu do około 6% całości przywozu/importu. Frakcje propanowe (kod CN 2711 12) stanowiły 51,2% całości przywozu (+4,4% r/r), podczas gdy produkt o kodzie CN 2711 19 (tzw. węglowodory gazowe) to 37,8% przywozu (-4,3% r/r). W przypadku Rosji kod CN 2711 19 stanowił 69,6% całości importu, kod CN 2711 12 to 23,1%, a CN 2711 13 to tylko 1% całości dostaw. W przypadku Szwecji ponad 90% całości dostaw to frakcje propanowe (CN 2711 12), a niecałe 3% to frakcje butanowe (CN 2711 13). W przypadku Kazachstanu ponad 81% dostaw to propan, a 14% to tzw. węglowodory inne.

Struktura rynku w podziale na sektory gospodarki

Podobnie jak w latach ubiegłych dominującym sektorem

był sektor autogazu, czyli sektor gazu do napędu pojazdów silnikowych. Jego udział wyniósł 74,9% (-0,7% r/r) w całości konsumpcji gazu płynnego w Polsce w 2024 r. Nie zmienił się udział gazu sprzedawanego w butlach, który osiągał niecałe 10% całości popytu, a wzrósł udział gazu sprzedawanego do zbiorników (bez autogazu) osiągając 15,5% całości sprzedaży (+0,7% r/r). W kontekście sektorów gospodarki odnotowano spadek znaczenia sektora autogazu (transportowego) o 0,7% r/r, przy nieznacznym wzroście udziału sektora komunalnego (+0,2% r/r) i przemysłowego (+0,4% r/r). W 2024 r. sprzedaż gazu do napędu pojazdów silnikowych (autogaz) spadła o 60 tys. ton. i wyniosła 1 830 tys. ton, co oznaczało spadek o 3,2% r/r. Powtarzające się doniesienia o ewentualnych sankcjach na import produktu z Rosji, informacje medialne

o ewentualnym załamaniu sektora autogazu spowodowały spadek zainteresowania tym środkiem napędu pojazdów silnikowych. Osiągnięty poziom konsumpcji można uznać za satysfakcjonujący. Według danych URE na koniec grudnia 2024 r. w Polsce funkcjonowało 7 320 szt. (- 50 szt. r/r) punktów napełniania autogazu (stacji). W tej ilości ujęto również stacje/punkty napełniania wyłącznie autogazem, których w Polsce było 729 szt. (- 46 szt. r/r). Według danych URE oraz informacji Polskiej Organizacji Przemysłu i Handlu Naftowego (POPiHN) w 2024 r. w Polsce funkcjonowało łącznie 7 937 szt. ogólnodostępnych stacji paliwowych, oferujących co najmniej benzyny silnikowe oraz olej napędowy. Na około 80% tych stacji zlokalizowane były moduły autogazu, co zapewnia, że kierowcy w Polsce mają możliwość tankowania

tego paliwa w wystarczającej sieci placówek. Moduł autogazowy na stacji paliw jest wręcz standardem infrastruktury, a w sieciach koncernowych dystrybutor do wydawania tego paliwa jest zlokalizowany razem z dystrybutorami paliw tradycyjnych. Duże firmy paliwowe praktycznie w zdecydowanej większości swoich placówek wprowadziły w ostatnich latach samoobsługowe tankowanie autogazu. Udział indywidualnych modułów napełniania autogazu stanowił niecałe 10% ogólnej liczby wszystkich punktów sprzedaży LPG. Wpływ na sytuację w sektorze autogazu miały również sygnały o decyzjach UE o zakazie sprzedaży aut z silnikami spalinowymi po 2035 r. Według danych Głównego Urzędu Statystycznego (GUS) na początku 2024 r. w Polsce było zarejestrowanych 3 508 041 samochodów z instalacją LPG, co oznaczało wzrost ilości tych pojazdów o 56,2 tys. r/r. Brak jest nadal ostatecznych danych o ilości zarejestrowanych pojazdów samochodowych na koniec roku 2024. Według danych CEPIK (Centralna Ewidencja Pojazdów i Kierowców) oraz PZPM (Polski Związek Przemysłu Motoryzacyjnego) na koniec 2024 r. w Polsce jeździło 2 538 7562 pojazdów z instalacją LPG bez tzw. „martwych dusz”, czyli pojazdów o statusie archiwalnym (niewyrejestrowanych), co do których w ciągu ostatnich sześciu lat nie było żadnego komunikatu aktualizującego. W wykazie pojazdów bez „martwych dusz” ubyłoby według CEPIK 90 239 aut z LPG w 2024 r. Można zakładać, że większość tych pojazdów została zełomowana w stacjach demontażu pojazdu. Wpis o zamontowaniu instalacji LPG do samochodu uzyskało 125 296 zarejestrowanych po raz pierwszy w Polsce samochodów. Taki wynik warsztaty instalatorskie mogą uznać za wysoce zadowalający.

Polska pozostaje kluczowym energetycznym węzłem dla Ukrainy

Polska utrzymuje czołową pozycję w dostawach benzyny, diesla, LPG oraz AdBlue na Ukrainę, pozostając strategicznym punktem dla bezpieczeństwa energetycznego tego kraju.

NAFTORYNOK

Benzyny wykazują rekordową dynamikę, wypierając inne trasy i zapewniając niemal 70% całkowitego importu. Diesel utrzymuje około 40% dostaw przez polską granicę, mimo spadku fizycznych wolumenów. LPG stracił część pozycji z powodu ograniczonej aktywności polskich terminali, ale wciąż pozostaje istotnym elementem rynku. Jednocześnie segment AdBlue praktycznie w całości kontrolowany jest przez polskich dostawców, którzy odpowiadają za dziewięć na dziesięć ton importu.

Te trendy potwierdzają, że kierunek polski nie jest jedynie trasą tranzytową, lecz strategicznym energetycznym hubem, od którego bezpośrednio zależy stabilność ukraińskiego rynku paliwowego, zwłaszcza w warunkach przebudowy logistyki i poszukiwania nowych źródeł surowców.

Benzyny

Dostawy benzyny przez zachodnią granicę Polski nadal rosły, wypierając inne trasy i osiągnęły 69,2% całkowitego importu, podczas gdy rok wcześniej wskaźnik ten wynosił 53,9% w pierwszej połowie 2024 roku. 4,5% dostaw pochodziło z produkcji PKN Orlen.

W pierwszej połowie 2025 roku Polska stała się głównym kanałem importu benzyny

transportem samochodowym, odpowiadając za 53,5% całkowitego wolumenu. Dostawy z Polski wzrosły o 45,5% w porównaniu z analogicznym okresem 2024 roku i wyniosły 47,5 tys. ton.

Diesel

Ukraina zmniejszyła import oleju napędowego o 14,4% w pierwszej połowie 2025 roku w porównaniu z pierwszą połową 2024 roku, a w porównaniu z 2023 rokiem spadek wyniósł 14%.

Wolumeny importu diesla przez granicę z Polską (udział 40,2% wobec 37,1% rok wcześniej) spadły o 7,1% w pierwszej połowie 2025 roku. Redukcja wysyłek dotknęła wszystkich kanałów transportu, jednak struktura dostaw nie uległa istotnym zmianom.

Dominującym źródłem zaopatrzenia pozostaje kolej, która odpowiada za 81,9%

całkowitego importu przez granicę polsko-ukraińską w pierwszych sześciu miesiącach 2025 roku, wobec 79,9% rok wcześniej. W ujęciu bezwzględny eksport diesla z Polski cysternami kolejowymi zmniejszył się o 4,7%. Głównymi odbiorcami są duże krajowe sieci stacji paliw oraz zachodni regionalni traderzy. Top 5 największych importerów diesla z Polski w pierwszej połowie 2025 roku – OKKO, WOG, Ukrnafta, WOG i BRSM-Nafta – odpowiadają za 88,1% importu cysternami.

Dostawy diesla samochodami zmniejszyły się o 16,2% w porównaniu z tym samym okresem 2024 roku, osiągając 199,8 tys. ton. Polska utrzymuje wiodącą pozycję w strukturze importu samochodowego, odpowiadając za 72,5% całkowitych wolumenów wwozu diesla cysternami (rok wcześniej 53,8%).

Nowe trasy zaopatrzenia wytyczono w marcu 2025 roku,

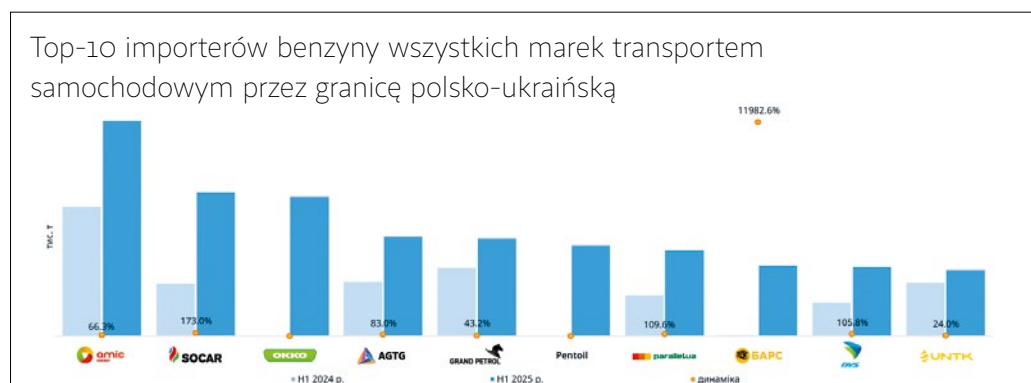
gdy do Ukrainy dotarły pierwsze samochodowe partie kanadyjskiego surowca z Polski. Późniejsze dostawy odbywały się głównie transportem kolejowym.

Polska znacząco ograniczyła wysyłki diesla pochodzenia amerykańskiego – o 41% w porównaniu z pierwszą połową 2024 roku.

LPG

Ukraina zmniejszyła import LPG o 12,6% w pierwszej połowie 2025 roku w porównaniu z tym samym okresem 2024 roku, osiągając 363,5 tys. ton. W porównaniu z pierwszą połową 2023 roku spadek wyniósł 20% (91,1 tys. ton).

Wysyłki skroplonego gazu z Polski cysternami samochodowymi spadły niemal dwukrotnie, do 37,4 tys. ton. Udział Polski w strukturze importu samochodowego spadł do 29,1% wobec 31,4% rok wcześniej.



Główną przyczyną jest ograniczenie aktywności polskich operatorów: Białchem Group (terminal w Wulcie Dobryńskiej) i Barter (Sokółka), którzy otrzymywali surowiec z Rosji. Zmniejszyły się też dostawy od Venor Polska, a znaczący spadek zanotował Unimot. Wzrost wykazał natomiast Pakar, obsługujący stację GNS w Białymstoku.

Polska utraciła pozycję głównego nadawcy gazu cysternami kolejowymi – wolumeny spadły do 15,0 tys. ton wobec 54,4 tys. ton rok wcześniej, realizowanych z terminali Amerigas i Tezet. Dostawy LPG kolejną z polskich terminali stanowią około 30% całkowitego importu tym rodzajem transportu wobec 48,9% rok wcześniej.

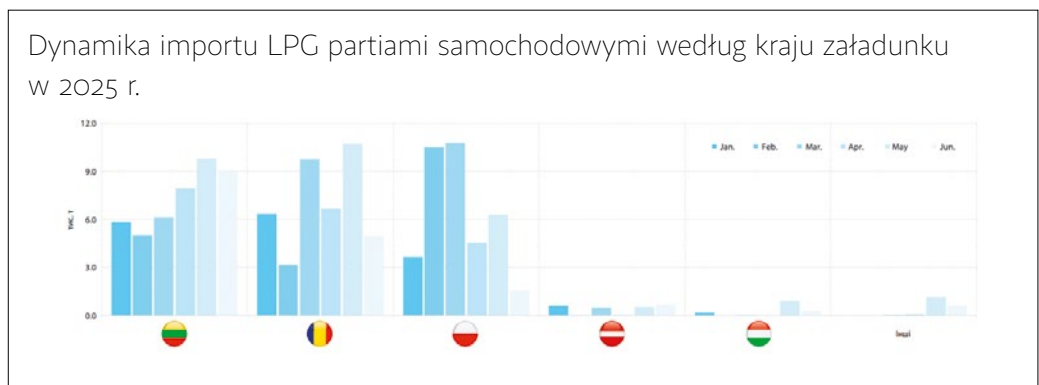
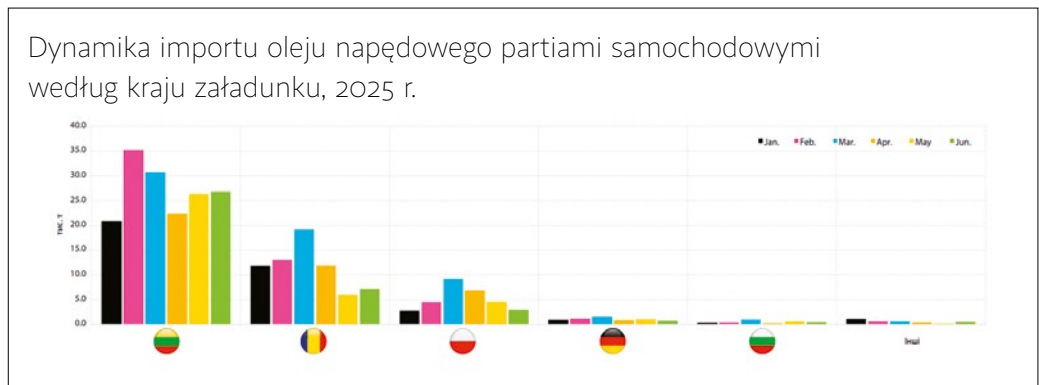
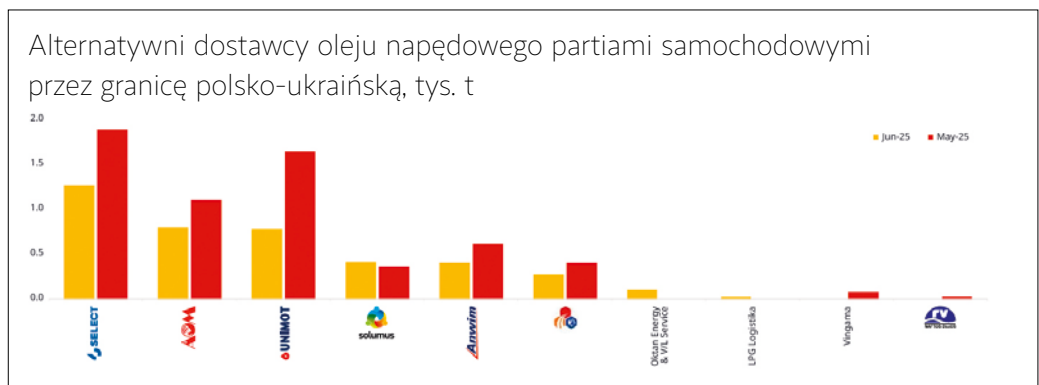
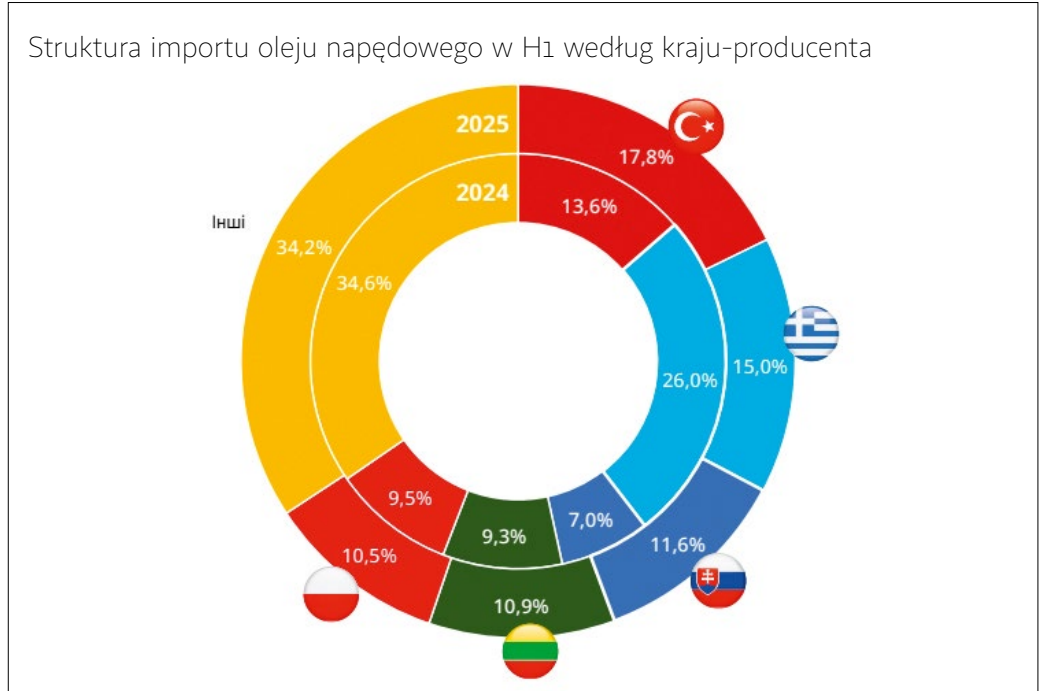
Łącznie przez polsko-ukraińską granicę w pierwszej połowie 2025 roku dostarczono 98,4 tys. ton gazu wobec 187,8 tys. ton rok wcześniej, co stanowi 27,1% całkowitego importu LPG w okresie styczeń–czerwiec.

AdBlue

W pierwszej połowie 2025 roku import AdBlue wzrósł o 15% w porównaniu z tym samym okresem 2024 roku, osiągając 10,6 tys. ton. Polska pozostaje niezaprzeczalnym liderem w dostawach AdBlue na Ukrainę, odpowiadając za niemal 90% ukraińskiego importu w pierwszych sześciu miesiącach. Wolumeny dostaw z Litwy niemal się nie zmieniły (wzrost o 0,6%), pomimo braku importu w czerwcu.

W pierwszej połowie 2025 roku przez polsko-ukraińską granicę dostarczono do Ukrainy:

- Benzyny – 400,0 tys. ton
- Oleju napędowego – 2 735,0 tys. ton
- LPG – 98,4 tys. ton
- AdBlue – 10,6 tys. ton



GŁOS RYNKU

Między wyzwaniem a szansą

– rynek oczami liderów branży

Rekordowy wolumen sprzedaży paliw

JAN TAR

DYREKTOR WYKONAWCZY DS. SPRZEDAŻY DETALICZNEJ ORLEN

W ostatnich 12 miesiącach segment detaliczny ORLEN osiągnął rekordowy wolumen sprzedaży paliw, osiągając najwyższą w historii sprzedaż w Polsce i Czechach.

Uruchomiono także 135 nowych stacji alternatywnego tankowania.

Nadwódczych stacjach w Niemczech i Czechach Grupa ORLEN rozpoczęła sprzedaż paliwa HVO100. To biopaliwo II generacji, które jest wytwarzane

z olejów roślinnych oraz odpadów przemysłu spożywczego i gastronomii, w tym zużytych olejów spożywczych. HVO100 można stosować w większości pojazdów z silnikiem wysokoprężnym, bez konieczności modyfikacji.

Wprowadzenie HVO100 w Polsce będzie możliwe po zakończeniu trwających prac legislacyjnych, dotyczących wymagań jakościowych.

W grudniu 2024 roku ORLEN uruchomił w Katowicach

swoją drugą w kraju ogólnodostępną stację wodorową. Paliwo do stacji na Śląsku dostarczane jest z HUBu wodorowego we Włocławku. Aktualnie Grupa ORLEN posiada łącznie cztery ogólnodostępne stacje tankowania wodorem: dwie w Polsce – w Poznaniu i Katowicach oraz dwie w Czechach – w Pradze i Litwinovie. W ciągu kilku dni zostanie otwarta kolejna stacja wodorowa w Wałbrzychu.

Na stacjach paliw ORLEN wprowadziliśmy kompleksowy pakiet usług, który skraca czas tankowania i usprawnia płatność za paliwo. W okresie wakacyjnym, na ok. 400 stacjach paliw ORLEN w całej Polsce o sprawne tankowanie dbają Mobilni Kasjerzy. To pracownicy stacji wyposażeni w tablet z mobilną aplikacją kasową, drukarkę fiskalną oraz terminal płatniczy, które umożliwiają przyjęcie płatności za paliwo bezpośrednio na podjeździe. U Mobilnego Kasjera można także kupić dowolny produkt z całej oferty

stacji, a za wszystko zapłacić w dogodnej dla siebie formie bezpośrednio przy dystrybutorze.

Wygodnym rozwiązaniem, usprawniającym tankowanie jest tzw. kolejkowanie nalewu. Kierowcy, którzy zatankują samochód, a za paliwo zamierzają zapłacić w kasie, mogą od razu przeparkować auto na wolne miejsce parkingowe, zwalniając dystrybutor innemu klientowi – kolejny klient może rozpocząć tankowanie, nawet jeśli poprzednie nie zostało jeszcze opłacone. Kolejnym udogodnieniem jest także możliwość obustronnego tankowania: na ponad 1150 stacjach ORLEN węże przy dystrybutorach zostały wydłużone, dzięki czemu bez problemu sięgają do wlewów po drugiej stronie samochodu. Kierowcy mogą podjechać do każdego wolnego dystrybutora, a nie tylko tego, który znajduje się z tej samej strony, co wlew.

W ciągu ostatnich 12 miesięcy ORLEN prowadził kilka



okresowych promocji na stacjach paliw, adresowanych do uczestników programu lojalnościowego ORLEN VITAY. W zależności od kampanii, obniżki wynosiły od 25 groszy do nawet 40 groszy za litr paliwa. W samej tylko promocji wiosennej użytkownicy aplikacji ORLEN VITAY skorzystali

z blisko 1,5 mln kuponów. Średnia wartość obniżki wyniosła 38 gr na każdym litrze.

Aktualnie trwa wakacyjna promocja. We wszystkie wakacyjne weekendy klienci posiadający aplikację ORLEN VITAY mogą korzystać z kuponów obniżających cenę litra paliwa nawet o 40 gr.

dostępne po aktywacji w aplikacji Lidl Plus.

Dbamy także o obecność marki tam, gdzie nasi klienci spędzają czas. W ramach wakacyjnych działań wizerunkowych Shell został partnerem największego kina plenerowego w Polsce – „Kina na leżakach”. Obecność w 36 miastach i interaktywne atrakcje pokazują, że jesteśmy blisko naszych klientów również poza stacją – w chwilach codziennych przyjemności.

Elektromobilność

Shell kontynuuje rozwój sieci ładowarek Shell Recharge, włączając do swojej oferty po raz pierwszy ultraszybkie ładowarki o pełnej mocy 360 kW. Dwa nowoczesne urządzenia zostały zainstalowane na stacji Shell Mławka, zlokalizowanej przy trasie S7 między Warszawą, a Gdańskiem, a jedna na stacji Sulechów (S3). Obecnie sieć ładowarek Shell Recharge to 15 urządzeń z 30 punktami ładowania w 12 lokalizacjach w Polsce.

Odpowiadamy na oczekiwania kierowców

JUSTYNA GORAJ
DYREKTORKA DS. MARKETINGU
SHELL POLSKA

Letnie promocje

W ostatnich miesiącach skupiliśmy się na tym, by klienci Shell mogli nie tylko zatankować paliwo najwyższej jakości, ale też zyskać realne korzyści przy każdej wizycie na stacji. Odpowiedzią na oczekiwania kierowców był powrót naszej kultowej promocji – paliwa premium Shell V-Power 95 i Shell V-Power Diesel w cenie paliw podstawowych.

Promocja obowiązuje codziennie w wyznaczonych godzinach (14:00-18:00). Proste zasady, szeroka dostępność i brak ograniczeń sprawiają, że jest to jedna z najchętniej wybieranych ofert sezonu. Zestaw korzyści został ponadto poszerzony o dodatkowe benefity. Klubowicze Shell ClubSmart, po aktywowaniu jednorazowej oferty w aplikacji lub na stronie

clubsmart.shell.pl, otrzymują gratis kawę lub herbatę po zatankowaniu minimum 25 l paliwa premium.

Dodatkowo, obecnie trwa letnia edycja „Podróży z rabatami” – do końca sierpnia użytkownicy Shell ClubSmart mogą otrzymać 30 gr/l rabatu na paliwa Shell FuelSave. Z promocji można korzystać codziennie, aż cztery razy w miesiącu, tankując od 10 do 80 litrów paliwa. Rabaty są naliczane automatycznie, bez konieczności aktywowania kuponów. To wygodne i transparentne rozwiązanie dla klientów.

Kontynuujemy także udaną współpracę z Lidl Polska. Wiosenna akcja oferowała użytkownikom aplikacji Lidl Plus rabaty do 25 gr/l. Obecnie wciąż trwa wspólna oferta – dwie kawy Shell Café w cenie jednej,



Priorytetem zapewnianie najwyższej jakości

KRZYSZTOF ZWIERZYCKI
DYREKTOR OPERACYJNY
AMIC ENERGY

W minionych dwunastu miesiącach konsekwentnie rozwijaliśmy i wzmacnialiśmy swoją pozycję wśród najpopularniejszych stacji paliw, zarówno w kontekście rozwoju sieci – wybudowaliśmy i otworzyliśmy pierwszą stację w Legnicy, włączyliśmy do sieci 9 stacji na Mazowszu, jak i oferty gastronomicznej – otworzyliśmy 70. restaurację Subway, 10. pizzerię SBARRO oraz pierwsze w Polsce SBARRO w formie drive thru.

Naszym priorytetem niezmiennie pozostaje także zapewnienie najwyższej jakości paliw oferowanych na stacjach AMIC Energy w całej Polsce oraz konkurencyjność

cenowa. W odpowiedzi na oczekiwania rynku i rosnącą wrażliwość cenową konsumentów, rozwijaliśmy program lojalnościowy AMIC Club. Użytkownicy aplikacji mobilnej otrzymywali spersonalizowane kupony rabatowe na paliwo, co stanowiło realną wartość w warunkach inflacyjnych. Regularnie prowadziliśmy także ogólnopolskie akcje, np. wakacyjna promocja na paliwo ALE RABAT czy nasza flagowa promocja Tanie Środotankowanie.

W naszej branży duże znaczenie ma zmienność cen surowców, decyzje OPEC, sytuacja geopolityczna oraz



niestabilność kursów walut. Rynek jest bardzo wrażliwy na czynniki zewnętrzne, co wymaga od nas szybkiego reagowania i sprawnego zarządzania zapasami oraz ofertą dla klientów. Nie mniej istotnym wyzwaniem są wciąż rosnące koszty prowadzenia stacji, których dynamika nie jest skorelowana z uzyskiwanymi na rynku marżami detalicznymi. Dlatego wdrożyliśmy działania optymalizujące procesy zakupowe i organizacyjne, zwiększając naszą elastyczność w reagowaniu na wahania rynku. Na ponad 30% stacji nasi klienci mogą skorzystać z kasy samoobsługowej, a do końca roku 2025 chcemy wyposażyć w to udogodnienie ponad 50% naszej sieci. Możliwość szybkiej obsługi bezgotówkowej transakcji paliwowych, pozapaliwowych oraz flotowych spotyka się z coraz większą popularnością wśród osób przyzwyczajonych już do tej formy płatności za zakupy.

Klienci indywidualni nadal generują znaczący wolumen sprzedaży, a inflacja i spowolnienie gospodarcze mają wpływ na strukturę zakupów i ich decyzje konsumenckie. Czynniki

te motywowały nas do większej dbałości o efektywność operacyjną i dopasowywanie oferty do potrzeb lokalnych rynków. Dzięki sprawnemu zarządzaniu cenami paliwa na mikrorynkach i współpracy z dwoma silnymi, globalnymi markami: Subway i SBARRO utrzymujemy stabilność operacyjną w wymagającym otoczeniu makroekonomicznym. Pomimo rosnącego zainteresowania elektromobilnością, popyt na paliwa konwencjonalne w Polsce utrzymuje się na stabilnym poziomie, dlatego notujemy solidne wyniki sprzedażowe, a popyt – choć lekko sezonowy – nie wykazuje oznak istotnego spadku.

W nadchodzących miesiącach kluczowe będzie dalsze wzmacnianie efektywności operacyjnej i zapewnianie klientom niezawodnego dostępu do wysokiej jakości paliw w konkurencyjnych cenach. Cyfryzacja i geotargetowanie działań reklamowych oraz rozwój personalizowanych ofert rabatowych na różnego rodzaju paliwa w ramach AMIC Club również pozostaną istotnymi elementami naszej strategii.

szczególne znaczenie miała nasza ogólnopolska kampania wizerunkowa „Wybór profesjonalistów”, która była realizowana zarówno w kanałach tradycyjnych, jak i cyfrowych.

Kampania ta podkreśla najwyższą jakość paliw dostępnych na stacjach MOYA, z których korzystają nie tylko indywidualni klienci, ale także najbardziej wymagający odbiorcy – profesjonalni kierowcy, firmy logistyczne a także służby. W przekazie reklamowym skupiliśmy się na eksponowaniu zaufania, niezawodności paliw MOYA, które pozwalają osiągnąć wysoką efektywność i bezpieczeństwo, także w intensywnych warunkach eksploatacyjnych. Kampania „Wybór profesjonalistów” stanowi kluczowy element budowania tożsamości marki MOYA i ten przekaz stał się linią komunikacyjną firmy.

Kluczowe momenty dla rynku i branży

Ostatnie miesiące był czasem wyjątkowo dynamicznych zmian na rynku paliw, zarówno w skali globalnej, jak i krajowej. Kluczowym czynnikiem wpływającym na sektor był geopolityczny zwrot związany z wynikiem wyborów prezydenckich w USA, które zakończyły się zwycięstwem Donalda Trumpa. Nowa administracja zapowiedziała powrót do polityki wspierającej sektor paliw kopalnych, ograniczenie regulacji środowiskowych i rewizję wielu proklimatycznych zobowiązań międzynarodowych.

W kontekście europejskim i polskim, duży wpływ na rynek miało embargo na LPG z Rosji, które zaczęło obowiązywać z końcem 2024 roku. To wymusiło na wszystkich operatorach,

w tym również na nas, przyspieszoną dywersyfikację źródeł zaopatrzenia i rozwój alternatywnych kanałów logistycznych, w tym dostaw z UE m.in. poprzez terminal morski.

Na tle tych zjawisk, polski rynek detaliczny musiał również zmierzyć się z dużą zmiennością cen detalicznych, będącą efektem zarówno uwarunkowań międzynarodowych, jak i polityki cenowej największego krajowego gracza. Minione 12 miesięcy przyniosły istotne zmiany otoczenia makroenergetycznego. Dla takich firm jak nasza kluczowe było nie tylko zachowanie elastyczności operacyjnej i strategicznej, ale także zdolność do szybkiego reagowania na globalne zawirowania i wykorzystania ich jako impulsu do dalszego rozwoju w kierunku bardziej odpornych i zdywersyfikowanych modeli biznesowych.

Ocena sytuacji rynkowej

Obecną kondycję polskiego rynku paliw określamy jako stabilną i odporną, mimo złożonej sytuacji gospodarczej w otoczeniu międzynarodowym. Wbrew prognozom o możliwym spadku konsumpcji, popyt na paliwa utrzymuje się na solidnym poziomie, co wynika przede wszystkim z wysokiego udziału transportu drogowego w krajowej logistyce oraz rosnącego ruchu osobowego i towarowego wewnątrz Polski.

Na uwagę zasługuje także rosnąca rola segmentu pozapaliwowego, który staje się coraz ważniejszym źródłem przychodów na stacjach paliw. Obserwujemy wzrost sprzedaży produktów convenience oraz usług gastronomicznych,

Zaufanie zbudowane na jakości

PAWEŁ GRZYWACZEWSKI
CZŁONEK ZARZĄDU ANWIM S.A.
DYREKTOR DS. SPRZEDAŻY I ROZWOJU
SIECI MOYA

Ostatni rok przyniósł wiele znaczących wydarzeń, wśród których szczególnie wyróżnia się przekroczenie progu 500 stacji MOYA w Polsce. Stanowi to nie tylko symboliczny kamień milowy, ale również wyraźny sygnał szybkiego rozwoju marki MOYA na polskim rynku.

Tempo naszego wzrostu znacząco przewyższyło rynkową średnią, umacniając naszą pozycję 3. największej sieci w kraju.

Równoległe do rozbudowy sieci, dużą wagę przywiązujemy do budowania silnej, autentycznej i rozpoznawalnej marki. W omawianym okresie



takich jak oferta Caffè MOYA, co odpowiada na potrzeby klientów oczekujących szybkich, jakościowych zakupów w trakcie podróży. Ten trend wpisuje się w szerszą transformację funkcji stacji paliw z punktów tankowania w kierunku multifunkcyjnych hubów usługowych.

Warto również podkreślić, że coraz większy wpływ na strukturę popytu mają zielone technologie i energia alternatywna. Choć elektromobilność nadal pozostaje w fazie wczesnego wzrostu, to widoczna jest systematyczna poprawa infrastruktury ładowania i rosnące zainteresowanie klientów flotowych opcjami ładowania elektrycznego. Dla firm takich jak Anvim to sygnał do dalszego rozwijania usług wieloenergetycznych w ramach strategii MOYA Energia.

Rok wyzwań pod znakiem elektromobilności

Jednym z kluczowych wyzwań, z jakimi mierzyliśmy się w ostatnich 12 miesiącach, był skomplikowany i długotrwały proces inwestycyjny związany z uruchamianiem punktów ładowania pojazdów elektrycznych. Choć rozwój elektromobilności stanowi strategiczny kierunek dla naszej firmy, jego realizacja w warunkach polskiego systemu formalno-prawnego wiąże się z istotnymi barierami.

Uruchomienie każdej lokalizacji wiąże się z wieloetapowym procesem administracyjnym, z którego najbardziej czasochłonne bywa uzyskanie i realizacja warunków przyłącza energetycznego.

Pomimo tych barier, konsekwentnie rozwijamy segment infrastruktury ładowania, mając obecnie 50 własnych punktów

ładowania. Mamy świadomość, że eliminacja opóźnień systemowych i uproszczenie procedur będzie jednym z warunków szerszego upowszechnienia elektromobilności w Polsce.

Zaufanie klientów siłą napędową rozwoju

Kontynuujemy stabilny rozwój sieci stacji paliw MOYA, konsekwentnie realizujemy strategię rozwoju sieci, zakładającą otwieranie 30–40 nowych stacji rocznie. Zewnętrzne czynniki, takie jak inflacja, podwyższone stopy procentowe czy zawrowania na rynkach surowców, wymagają większej dyscypliny operacyjnej oraz elastyczności finansowej. Mimo tych wyzwań, spółka utrzymuje zakładany kurs rozwoju, co potwierdza odporność przyjętego modelu biznesowego i trafność decyzji inwestycyjnych.

Kształtowanie przyszłości sektora

Branżę paliwową w nadchodzących miesiącach kształtować będą globalne czynniki, przede wszystkim decyzje OPEC+ dotyczące poziomu wydobycia oraz napięcia geopolityczne w rejonach kluczowych dla transportu ropy, takich jak Bliski Wschód. Pomimo zadeklarowanej przez Donalda Trumpa polityki „Drill, baby, drill”, na rynek lokalny coraz silniej wpływa również transformacja energetyczna, która wymusza inwestycje w rozwój paliw alternatywnych, takich jak biopaliwa czy energia elektryczna. W rezultacie branża znajduje się w punkcie przejściowym, łączącym utrzymanie operacyjnej stabilności z rozwojem usług multienergetycznych.

REKLAMA

CHIAS BROS.

FUNADY
WYPIJ #PRZED #IMPREZA
SUPLEMENT DIETY
i działaj od samego rana

FUNADY
WYPIJ #PO #IMPREZA
SUPLEMENT DIETY
i zacznij działać

welsom
ENERGY VITAMIN C
ORANŻOWA • IMBIR • KOFEINA

welsom
ENERGY SHOT
KOFEINA • IMBIR • ŻEN-SZE

WSPIERA WĄTROBĘ I POMAGA CZUC SIĘ LEPIJ RANO

REGENERUJE I WSPIERA ORGANIZM PO IMPREZIE

DODAJE ENERGIĘ, I WSPIERA ODPORNOŚĆ

NATURALNA ENERGIA Z KOFEINY Z ZIELONEJ KAWY

FUNADY

WWW.FUNADY.EU

HELLO@CHIAS.EU

Utrzymaliśmy dobrą kondycję

BIURO PRASOWE
CIRCLE K

Ostatni rok (od sierpnia 2024 do sierpnia 2025) był okresem pełnym wyzwań, ale również szans. W tym czasie skoncentrowaliśmy się na kontynuacji strategii poprawy rentowności naszej sieci, optymalizacji kosztów operacyjnych oraz zwiększaniu wartości, jaką dostarczamy klientom i partnerom. Zdecydowaliśmy się nie zwiększać istotnie liczby stacji, ale intensywnie inwestować w remodelingi obiektów, rozwój oferty gastronomicznej oraz segmentu convenience.

Z perspektywy rynku, kluczowymi wydarzeniami w analizowanym okresie były wciąż odczuwalne skutki spowolnienia gospodarczego, wysoka, choć stabilizująca się, inflacja oraz istotne zmiany w otoczeniu regulacyjnym i energetycznym. Obserwowaliśmy jednocześnie wzrost kosztów działalności operacyjnej, w tym energii i pracy, oraz dalszą presję na marże paliwowe. Nadal utrzymuje się również niepewność polityczna w kontekście legislacyjnym, co istotnie wpływa na planowanie inwestycji długoterminowych.

Pomimo tych wyzwań, popyt na paliwa w Polsce pozostaje stabilny, a nawet rosnący – co stanowi ewenement na tle większości krajów europejskich. Sprzedaż paliw wzrosła

w wybranych segmentach, szczególnie w regionach tranzytowych i przy autostradach. Dodatkowo, segment convenience, który w Polsce rozwija się bardzo dynamicznie, staje się coraz istotniejszym źródłem przychodów w naszej sieci. Rozszerzyliśmy ofertę gastronomiczną o nowe, sezonowe produkty i nowości, w tym pierwszy na rynku polskim Corn Dog, produkt, który spotkał się z bardzo dobrym przyjęciem klientów.

W ostatnich 12 miesiącach dużym wyzwaniem dla branży paliwowej były również niejednoznaczne sygnały dotyczące przyszłości elektromobilności. Polska wciąż znajduje się na wczesnym etapie rozwoju EV, dlatego skupiliśmy się na pilotażowych wdrożeniach oraz przygotowaniu organizacyjnym i technologicznym. Wiemy jednak, że globalne doświadczenie w tym obszarze, m.in. z rynków skandynawskich, pozwoli nam szybko skalować rozwiązania, gdy tylko rynek osiągnie odpowiedni poziom dojrzałości.

Rozwój Circle K w Polsce odbywał się w bezpośrednim kontakcie z wyzwaniami makroekonomicznymi, m.in. wysoką inflacją, rosnącymi kosztami pracy oraz niepewnością gospodarczą. Mimo to utrzymaliśmy dobrą kondycję

finansową, co zostało potwierdzone również w raportach naszej spółki-matki, Alimentation Couche-Tard. Polska pozostaje dla Grupy rynkiem perspektywicznym, z potencjałem dalszego wzrostu udziałów.

W perspektywie kolejnych miesięcy przewidujemy kontynuację strategii wzmacniania jakości doświadczeń

zakupowych i gastronomicznych, dalszy rozwój segmentu convenience oraz, w ślad za kierunkiem wyznaczanym przez strategię globalną naszej organizacji. Będziemy również kontynuować działania w obszarze ESG, wspierając i organizując m.in. inicjatywy społeczne takie jak program „Kawa w mocą pomagania”, a także „Tydzień życzliwości”.

Konsekwentnie realizujemy plan rozwoju

ALEXANDER KULIKOV
DYREKTOR DS. ROZWOJU SIECI
W GRUPIE E100

Za nami niezwykle intensywny i jednocześnie bardzo udany okres. W ciągu dwunastu miesięcy – od sierpnia 2024 do lipca 2025 – sieć akceptacji naszej karty powiększyła się o prawie 3000 punktów w całej Europie. Obejmują one stacje paliw, myjnie, parkingi oraz serwisy dla samochodów ciężarowych. Tylko w Polsce nasza sieć urosła o 430 nowych lokalizacji.

Jeśli chodzi o akceptację naszej karty: dzisiaj to ponad 20 000 punktów na terenie całej Europy (w tym prawie 17 500 stacji paliw, z czego ponad 4300 znajduje się w Polsce). Od maja tego

roku nasi klienci mogą również (używając naszej karty) dokonywać zakupu produktów związanych z eksploatacją pojazdów takich jak: akcesoria samochodowe, oleje czy płyny. Warto też wspomnieć o rozwoju funkcjonalności E100 Mobility w naszej aplikacji mobilnej. Na koniec lipca usługa ta była dostępna już na 2600 stacjach w Europie,

w tym na 860 stacjach w Polsce. Dzięki niej kierowcy mogą rozliczać tankowanie całkowicie mobilnie – bez konieczności korzystania z terminali czy kas.

W poprzednim raporcie informowaliśmy o otwarciu w Godzieszowie największej w Polsce, automatycznej stacji paliw. Przypomnę: na naszych klientów czeka tam 13 stanowisk tankowania. Dziś



mogę pochwalić się sukcesem tej stacji – w ciągu ostatnich 12 miesięcy wolumen sprzedaży niemal się podwoił. Obecnie obsługujemy tam blisko 30 000 pojazdów miesięcznie, co jasno pokazuje, jak potrzebna była ta inwestycja.

Bardzo istotne w tym roku, zwłaszcza dla naszych klientów, było otwarcie nowej stacji paliw w Gorzyczkach, przy autostradzie A1, łączącej Polskę z Czechami. Klienci mają do dyspozycji 5 stanowisk tankowania, co pozwoli obsłużyć około 10 000 pojazdów miesięcznie. Na stacji można płacić zarówno kartą paliwową E100, jak i kartami naszych partnerów. Działa tam także mobilne rozliczanie tankowania w aplikacji E100 Mobile (z aktywną funkcją E100 Mobility). Dodatkowym ułatwieniem dla kierowców jest dostęp do otwartej sieci Wi-Fi, szczególnie przydatnej w rejonach o słabym zasięgu GSM, jak to często bywa na terenach przygranicznych.

Odpowiadając na potrzeby naszych klientów, konsekwentnie realizujemy plan rozwoju sieci, w tym także własnych stacji paliw. Co istotne, żadne czynniki zewnętrzne nie wpłynęły negatywnie na naszą działalność. Zapewniliśmy naszym klientom ciągłość dostaw paliwa oraz realizujemy nasze cele rozwojowe i sprzedażowe.

Wspieramy biznesy naszych Partnerów (mamy ich ponad 700), zarówno duże i średnie sieci jak i prywatnych właścicieli stacji. Jesteśmy aktywni zarówno na polskim rynku biorąc m.in. udział w najważniejszych wydarzeniach branży (Międzynarodowe Targi Stacja Paliw czy Forum Petrotrend) jak i w wymiarze międzynarodowym – cyklicznie bierzemy udział w pracach UPEI, organizacji reprezentującej ok. 2 000 niezależnych europejskich importerów i dystrybutorów na rynku energetycznym.

Rozbudowana infrastruktura magazynowo-logistyczna – w tym 9 terminali paliwowych – pozwala nam dziś działać z większą elastycznością i precyzyjnie odpowiadać na potrzeby klientów w imporcie i sprzedaży hurtowej. W sektorze paliw zauważalny był wzrost zainteresowania benzyną, co koreluje z rosnącym udziałem samochodów hybrydowych w Polsce. Jednocześnie w segmencie oleju napędowego obserwowaliśmy stabilizację, a nawet spadek konsumpcji – będący efektem kryzysu w transporcie ciężkim oraz zmian tras tranzytowych, omijających Polskę na rzecz portów w Rumunii i Mołdawii. Uderzyło to w polskie firmy przewoźne i przełożyło się na niższe zapotrzebowanie na paliwa w tym obszarze. Z kolei rosnąca konsumpcja paliw w sektorze prywatnym to sygnał potwierdzający odporność rynku detalicznego.

W odpowiedzi na wymagające otoczenie rynkowe oraz występujące zjawisko backardation – czyli sytuację, w której ceny kontraktów terminowych są niższe niż bieżące ceny spot – wprowadziliśmy ofertę opartą o kontrakty forward z fizyczną dostawą oleju napędowego. To pionierskie na rynku oleju napędowego w Polsce rozwiązanie pozwala naszym klientom – głównie firmom transportowym i operatorom flot – zakontraktować paliwo po cenach korzystniejszych niż bieżące oraz zabezpieczyć się przed nieprzewidywalnymi wahaniami cen. Nowa oferta

doskonale wpisuje się w strategię Grupy UNIMOT, zakładającą dostarczanie narzędzi wspierających efektywność operacyjną i przewidywalność kosztową, w oparciu o naszą własną infrastrukturę logistyczną.

Podsumowując rok warto zwrócić uwagę na fakt, że był to okres bardzo wymagający dla segmentu LPG. Od 20 grudnia 2024 r. obowiązuje zakaz importu rosyjskiego LPG, jednak polski rynek mierzy się ze skutkami sankcyjnej, która umożliwiła napływ rosyjskiego n-butanu do Europy.

Produkt ten został wyjęty z listy sankcyjnej z myślą o europejskim przemyśle chemicznym, tymczasem w Polsce wykorzystywany jest do produkcji autogazu. W związku z tym, mimo że zabezpieczyliśmy niezależne kierunki dostaw LPG, m.in. czarterując gazowic i wynajmując terminal w niemieckim Wilhelmshaven, sytuacja na rynku sprawia, że nie możemy w pełni wykorzystać tego potencjału. Napływ surowca z Rosji utrzymuje presję na marże i ogranicza potencjał wzrostu w tym obszarze.

W obliczu niepewności geopolitycznej i dalszych zmian regulacyjnych na rynku paliw, umacnianie pozycji Grupy UNIMOT jako niezależnego, zdywersyfikowanego dostawcy pozostaje naszym priorytetem.

Wierzmy, że elastyczność, zdolność do szybkiego reagowania i koncentracja na rozwoju produktów niskoemisyjnych, pozostaną naszymi kluczowymi przewagami konkurencyjnymi.



Czas intensywnej pracy

GRAŻYNA PAWLAK
WICEPREZES ZARZĄDU
UNIMOT PALIWA, GRUPA UNIMOT

Ostatni rok był czasem intensywnej pracy nad dalszym wzmocnieniem pozycji Grupy UNIMOT w segmencie paliwowym. Z jednej strony mierzyliśmy się z wyzwaniami makroekonomicznymi – spowolnieniem w transporcie ciężkim, rosnącą konkurencją cenową oraz wysoką zmiennością rynku. Z drugiej – konsekwentnie rozwijaliśmy nasze portfolio produktowe i infrastrukturę, odpowiadając na potrzeby klientów oraz

zmieniające się otoczenie rynkowe.

Kontynuujemy ekspansję rynkową niskoemisyjnego paliwa HVO100, rozszerzając jego dostępność na kolejnych stacjach AVIA oraz rozwijając współpracę z kluczowymi partnerami z sektora TSL. Jako pierwsi w Polsce zrealizowaliśmy także fizyczną dostawę paliwa lotniczego SAF na polskie lotnisko, potwierdzając nasze zaangażowanie w dekarbonizację transportu.

Konsekwentnie budujemy pozycję

IRENEUSZ JABŁONOWSKI
PREZES ZARZĄDU HUZAR PSP

W branży paliwowej ostatni rok upłynął pod znakiem stabilizacji cen po wcześniejszych zawirowaniach. Średnie ceny paliw w 2024 roku były nawet nieco niższe niż rok wcześniej, co przeżyło się na ulgę dla kierowców i ustabilizowanie popytu. Sytuacja geopolityczna – wojna w Ukrainie czy napięcia na Bliskim Wschodzie – nadal miała wpływ na hurtowe notowania ropy, ale dzięki zdysyrfikowanym dostawom rynek w Polsce utrzymał względną równowagę.

Z mojego punktu widzenia, kondycja rynku paliw jest umiarkowanie dobra i dość stabilna. Popyt się wyrównał – nie widzimy ani gwałtownych wzrostów, ani spadków. W pierwszej połowie 2025 konsumpcja paliw utrzymała się na poziomie zbliżonym do roku wcześniejszego, głównie dzięki umiarkowanym cenom na stacjach. Kierowcy jeżdżą i tankują regularnie, choć – co zrozumiałe – inflacja i wcześniejsze ceny nauczyły ich ostrożności. Popyt na benzynę pozostaje stabilny, a olej napędowy jest bardziej wrażliwy na spowolnienie gospodarki. Klienci oswoili się z cenami w okolicach 6 zł za litr, co przekłada się na przewidywalny ruch na stacjach.

Minione 12 miesięcy postawiły przed nami kilka poważnych wyzwań. Największe to

zmienność cen hurtowych – wzrosty cen ropy i kursu dolara wymagały szybkiego reagowania, żeby zachować konkurencyjność i nie zejść poniżej progu opłacalności. Dla niezależnych, takich jak my, oznaczało to minimalizowanie marży, żeby utrzymać klientów.

Do tego doszły rosnące koszty działalności – inflacja uderzyła w energię, transport i wynagrodzenia.

Musieliśmy optymalizować

wszystko zaoferować atrakcyjne ceny. Sporym wyzwaniem było też wprowadzenie paliwa E10 – choć obyło się bez komplikacji technicznych, poświęciliśmy dużo uwagi kontroli jakości i edukacji klientów.

Pomimo trudnego otoczenia gospodarczego, rozwijaliśmy się małymi krokami. Skupiliśmy się raczej na modernizacji i usprawnianiu już działających stacji niż na ekspansji. Polityczne zmiany i wahania kursowe też dały się we znaki, ale staraliśmy się, by nie odbiły się one na jakości obsługi. Utrzymanie jakości w takich warunkach to już sukces – jako HUZAR konsekwentnie budujemy pozycję solidnej, niezależnej, polskiej sieci. Naszą odpowiedzią na kryzysy była elastyczność, szybkie reakcje i trzymanie się wartości, które cenimy – dbałość o kierowców i lokalność.

Z ostrożnym optymizmem patrzymy w kolejne miesiące. Zakładamy, że rynek pozostanie

względnie stabilny, o ile nie wydarzy się coś nieprzewidzianego. Kierowcy raczej nie zrezygnują z podróży, a umiarkowane ceny utrzymają popyt. Dla HUZARA to będzie czas kontynuacji strategii – dalsze podnoszenie jakości obsługi, rozwijanie oferty pozapaliwowej i ostrożna rozbudowa sieci. Chcemy być alternatywą

dla dużych graczy – nasi klienci cenią lokalny charakter i atmosferę naszych stacji więc będziemy to pielęgnować. Śledzimy też nowe trendy – elektromobilność, biopaliwa – choć dziś paliwa płynne wciąż dominują. Najbliższy czas to dla nas stabilny kurs i przygotowanie do zmian, które nieuchronnie nadejdą.

Reset globalnej strategii i nowe perspektywy

MICHAŁ OBIEGAŁA
PREZES BP W POLSCE

W minionym roku branża paliwowa w Polsce funkcjonowała w warunkach względnej stabilizacji, co sprzyjało rozwojowi inwestycji i umacnianiu pozycji konkurencyjnej kluczowych graczy. Dla bp szczególnym momentem było ogłoszenie aktualizacji globalnej strategii, która wyznacza kierunki długofalowej transformacji firmy.

Nowa strategia i priorytety inwestycyjne

Kluczowym wydarzeniem z punktu widzenia firmy bp było ogłoszenie w lutym 2025 r. nowej strategii „Reset bp”, mającej na celu głęboką restrukturyzację całej organizacji w kierunku poprawy jej efektywności, wyników finansowych i budowy długoterminowej wartości dla akcjonariuszy.

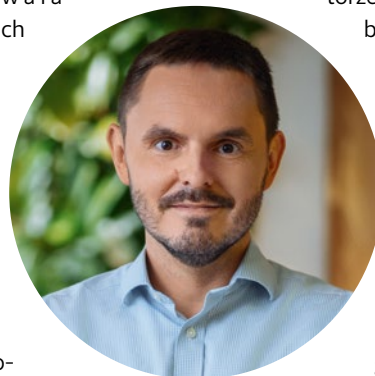
W ramach tej strategii

planowane są zwiększone inwestycje w sektorze upstream (wydobycie ropy i gazu). W sektorze downstream bp zamierza przekształcić swoje portfolio, koncentrując się na bardziej zintegrowanych rynkach. Strategia „Reset bp” zakłada również selektywne inwestycje w biogaz, biopaliwa i ładowanie pojazdów elektrycznych, a także inwestycje w wodór i technologie wychwytywania i składowania dwutlenku węgla (CCS).

Polski rynek nadal postrzegany jest jako perspektywiczny, dlatego firma konsekwentnie utrzymuje swoją obecność, dążąc do zwiększenia konkurencyjności poprzez oferowanie produktów i usług dostosowanych do potrzeb klientów.

Uwarunkowania rynkowe i regulacyjne

Najważniejszym czynnikiem wpływającym na prowadzenie



biznesu w Polsce w ciągu ostatnich 12 miesięcy była stabilizacja sytuacji na rynku w Polsce i osłabienie wpływu polityki na działalność branży. Rok 2024 był pierwszym rokiem bez rosyjskiej ropy w Polsce. Ponadto, po 12 miesiącach okresu przejściowego, 21 grudnia 2024 r. weszły w życie sankcje na rosyjskie LPG. Początkowo pojawił się problem gwałtownego wzrostu importu nie objętego sankcjami n-butanu z Rosji, jednak szybka reakcja administracji problem mocno ograniczyła.

Z punktu widzenia regulacji ważną zmianą, która prawdopodobnie już we wrześniu wejdzie w życie, jest reforma systemu zapasów obowiązkowych. Zwiększenie odpowiedzialności Rządowej Agencji Rezerw Strategicznych za utrzymanie zapasów obowiązkowych to krok w dobrym kierunku, na który branża od dawna czekała. W sytuacji dużej niepewności geopolitycznej znaczenie tej reformy staje się jeszcze większe.

Popyt na paliwa i zmiany w strukturze konsumpcji

Polski rynek nadal znajduje się w fazie wzrostu, jeśli chodzi o popyt na paliwa tradycyjne. Choć obserwujemy rozwój mobilności opartej na paliwach alternatywnych, skala tego zjawiska nie jest jeszcze na tyle duża, by istotnie wpływać na spadek zapotrzebowania na paliwa konwencjonalne.

Zauważalne jest pewne osłabienie popytu na olej napędowy, podczas gdy konsumpcja benzyn wykazuje trend wzrostowy. Jest to prawdopodobnie efekt zmian zachodzących na rynku samochodów osobowych i stopniowego odchodzenia od silników wysokoprężnych w tej kategorii pojazdów.

Wyzwania i koszty działalności

W związku z realizacją nowej strategii globalnej „Reset bp” dokonujemy gruntownego

przeгляdu sieci detalicznych w Europie. Na jego podstawie wytypowano kluczowe rynki rozwojowe, w tym Polskę. Uznanie Polski za kluczowy rynek w ramach Grupy bp to dla nas zarówno wyróżnienie, jak i zobowiązanie – wymagające dostosowania strategii operacyjnej oraz dalszego wzmocnienia konkurencyjności.

Perspektywy na najbliższe miesiące

Ostatnie 12 miesięcy upłynęło pod znakiem stabilizacji na rynku. Nie obserwowaliśmy istotnych zawirowań związanych ze zmianami politycznymi, a inflacja utrzymywała się w tym czasie na poziomie zbliżonym do celu inflacyjnego.

Wciąż jednak odczuwalne są skutki silnej presji płacowej, napędzanej znacznymi podwyżkami płacy minimalnej w ostatnich latach. To czynnik, który w istotny sposób wpływa na koszty operacyjne, generując potrzebę poszukiwania efektywności kosztowej. W konsekwencji konieczne staje się szczegółowe przeglądanie sieci pod kątem rentowności poszczególnych lokalizacji. Rozbudowa sieci dróg szybkiego ruchu również zmienia strukturę rynku.

Przesuwanie się głównych szlaków komunikacyjnych na nowe trasy wiąże się z koniecznością dostosowania lokalizacji stacji paliw do zmieniających się potrzeb klientów. Inwestycje w nowe punkty nadal mają potencjał, by przekształcać się w rentowne przedsięwzięcia biznesowe.

Liczymy na dalszą stabilizację rynku, mając jednocześnie świadomość silnej konkurencji ze strony innych firm. Wyrażamy również nadzieję, że prace nad wdrażaniem unijnych regulacji ulegną przyspieszeniu, co pozwoli nam opracować długoterminowe plany rozwojowe. Kluczowe znaczenie ma dla nas przewidywalność i spokój otoczenia rynkowego.

To dopiero początek naszej drogi

PIOTR BELNIAK

DIRECTOR OF RETAIL SALES & OPERATIONS

MOL POLSKA

Ostatnie dwa lata były dla MOL Polska niezwykle wymagającym czasem, w którym pracowaliśmy przede wszystkim nad integracją sieci stacji i procesem rebrandingu. W ubiegłym roku zakończyliśmy rebranding ponad 270 stacji w naszych M O L w Polsce, które funkcjonują już w standardach międzynarodowej sieci.

Kluczowy w tym procesie był ostatni kwartał ubiegłego roku, kiedy przystąpiliśmy do zmiany brandu na stacjach naszych partnerów. Jest to dosyć złożona operacja, która jednak skutkuje wieloma korzyściami zarówno dla całej sieci, jak i poszczególnych partnerów.

Co istotne, w tym wymagającym czasie zdecydowana większość partnerów franczyzowych MOL Polska zdecydowała się pozostać w sieci i razem z nami kontynuować rozwój swojego biznesu. Partnerzy w większości doskonale rozumieją również potrzebę możliwie szybkiej zmiany marki – po 10 miesiącach już około połowa partnerów przeniosła swoje stacje pod wspólny szyld. To najlepszy dowód na to, że widzą oni w tym przedsięwzięciu wiele korzyści. Konsekwentnie prowadzimy znaczące inwestycje marketingowe, promując markę MOL wśród polskich kierowców. Dysponujemy jednym

z najbardziej nowatorskich programów lojalnościowych, który już w pierwszych miesiącach funkcjonowania w Polsce zgromadził rekordową liczbę użytkowników. Do tego dochodzi sprawdzony koncept, szeroka oferta poza paliwowa i międzynarodowy know-how, a to wszystko skutkuje nowymi możliwościami rozwoju biznesu w barwach mocnej sieci.

Dotychczasowe doświadczenia naszych partnerów pokazują, że zmiana formatu stacji na MOL przynosi wyraźny wzrost sprzedaży, w niektórych przypadkach wynoszący nawet kilkadziesiąt procent. Wpływa na to nie tylko nowa jakość i rozpoznawalny brand, ale też wzmocniona sprzedaż flotowa, która stanowi dodatkową wartość dla naszych partnerów.

Co istotne, pozytywne efekty rebrandingu widzimy bez względu na to czy partner przynosi swoją stację spod szyldu Lotos, niezależnego brandu czy przechodzi z którejś ze znanych sieci. Właściwie każdy scenariusz przynosi wymierne efekty sprzedażowe nawet już w pierwszych tygodniach po zmianie. Mamy już doświadczenia z każdym z tych modeli i widzimy, że oferta, którą proponujemy po prostu działa.

Jeśli chodzi o perspektywy rynkowe, nieustannie wierzymy w siłę polskiego rynku, który dla naszej branży wciąż



jest bardzo atrakcyjny. Polska charakteryzuje się bardzo rozwiniętym rynkiem prywatnych pojazdów. Polacy dużo podróżują i nie wyobrażają sobie funkcjonowania bez własnego samochodu osobowego. Widać to szczególnie w mijającym sezonie wakacyjnym, kiedy tradycyjnie notujemy zwiększony popyt na paliwa, szczególnie wzdłuż tras szybkiego ruchu.

MOL przynosi do Polski międzynarodowe doświadczenia z wielu rynków w regionie, gdzie zajmuje silną pozycję w czołówce największych sieci detalicznych. Tak samo patrzymy na Polskę. Mamy świadomość, że inwestycja tutaj to dopiero początek naszej drogi do budowy jednej z najsilniejszych sieci detalicznych w kraju i konsekwentnie dążymy do tego celu.

Drugim istotnym zjawiskiem była stosunkowo duża stabilność cen i marż w analizowanym okresie. Choć na przełomie maja i czerwca 2025 roku odnotowano krótkotrwałą anomalię cenową, zbiegającą się z terminem wyborów, jej skala była zdecydowanie mniejsza niż ta, która miała miejsce w październiku 2023 roku. W efekcie przedsiębiorcy mogli prowadzić działalność w warunkach większej przewidywalności, a klienci – korzystać z relatywnie stabilnych cen paliw.

Stabilność ta jest tym bardziej znacząca, że została utrzymana pomimo szeregu napięć geopolitycznych. W okresie sprawozdawczym wciąż trwała wojna w Ukrainie, nasilały się konflikty w Strefie Gazy i na Bliskim Wschodzie, a Stany Zjednoczone prowadziły spór celny z innymi gospodarkami. Mimo tak niekorzystnego tła polityczno-gospodarczego, polski rynek paliw wykazał odporność na wstrząsy, zachowując równowagę pod względem podaży i cen.

Analiza popytu wskazuje, że w omawianym okresie zapotrzebowanie na paliwa utrzymywało się na poziomie zbliżonym do roku poprzedniego, z lekką tendencją wzrostową. Jest to zgodne z wcześniejszymi prognozami, według których umiarkowany wzrost gospodarczy nie prowadzi do gwałtownego wzrostu popytu, a jednocześnie rozwój elektromobilności – choć widoczny – nie jest jeszcze na tyle dynamiczny, by istotnie ograniczyć konsumpcję paliw tradycyjnych. W konsekwencji można przypuszczać, że podobna sytuacja utrzyma się w kolejnych latach.

Jeśli chodzi o działalność operacyjną, sieć stacji paliw Intermarché kontynuowała rozwój w ramach przyjętego modelu biznesowego, zakładającego otwieranie nowych

obiektów przy funkcjonujących marketach Intermarché i Bricomarché. Taki model pozwala na efektywne wykorzystanie synergii między działalnością handlową a sprzedażą paliw, zwiększając atrakcyjność lokalizacji i przyciągając stałą bazę klientów.

Otoczenie makroekonomiczne nie stanowiło w tym czasie istotnej bariery rozwoju, choć należy zauważyć, że czynniki polityczne mają negatywny wpływ na stabilność i przewidywalność rynku, a przez to na jego atrakcyjność inwestycyjną. Dla przedsiębiorców zdecydowanie korzystniejsze jest środowisko, w którym uwzględniane są wyłącznie uwarunkowania biznesowe, bez ingerencji niestabilnych czynników politycznych.

Perspektywy na kolejne miesiące oceniane są optymistycznie. Po okresie dużych zawirowań – obejmujących m.in. agresję Rosji na Ukrainę, wojny celne oraz wybory parlamentarne i prezydenckie w Polsce – branża spodziewa się większej stabilizacji i przewidywalności. Choć polityczne napięcia całkowicie nie ustaną, to prawdopodobieństwo wystąpienia wstrząsów porównywalnych z tymi z ostatnich lat jest oceniane jako niewielkie.

Sieć stacji Intermarché zamierza w pełni wykorzystać sprzyjającą sytuację, koncentrując się na rozwoju zgodnym z dotychczasową strategią – budowie nowych stacji w powiązaniu z lokalizacjami grupy Muszkieterów, czyli marketami Intermarché i Bricomarché. Planowane jest zwiększanie liczby stacji, wzrost wolumenu sprzedaży oraz wartości obrotów. Biorąc pod uwagę prognozy utrzymania trendu wzrostowego popytu na paliwa w najbliższych latach, przedsiębiorstwo widzi w tym szansę na dalsze umacnianie pozycji rynkowej.

Stabilizacja, odporność, rozwój

TOMASZ KRUK
DYREKTOR STACJI PALIW
INTERMARCHÉ

Okres od sierpnia 2024 roku do sierpnia 2025 roku był dla polskiego rynku paliwowego czasem znaczących wyzwań i zmian, wynikających zarówno z czynników krajowych, jak i międzynarodowych. W tym czasie miały miejsce wydarzenia o dużym wpływie na warunki funkcjonowania branży, a w konsekwencji także na działalność sieci stacji paliw Intermarché.

Najważniejszym wydarzeniem tego okresu było wprowadzenie kolejnego pakietu sankcji, który od

grudnia 2024 roku w praktyce wyeliminował import gazu pochodzącego z Rosji. Było to posunięcie strategiczne, zapowiedziane z kilkumiesięcznym wyprzedzeniem, które wywołało intensywną debatę wśród

uczestników rynku. Dyskusje koncentrowały się na konieczności daleko idącej przebudowy kierunków importu LPG do Polski, w tym na poszukiwaniu alternatywnych źródeł zaopatrzenia, modernizacji infrastruktury logistycznej oraz zapewnieniu stabilności dostaw.

Rok 2025 pokazał, że branża – oparta w dużej mierze na prywatnych przedsiębiorstwach – po raz kolejny wykazała

się zdolnością szybkiej adaptacji do zmieniających się warunków. Dzięki elastyczności i determinacji uczestników rynku, produkt pozostał dostępny w odpowiedniej ilości, a jego cena utrzymuje się na poziomie uznawanym za racjonalny. Fakt ten świadczy o wysokiej odporności sektora na nagłe zmiany w otoczeniu regulacyjnym i politycznym.



SAVE THE DATE



30 MARCA 2026

HOTEL ARCHE KRAKOWSKA, WARSZAWA

ORGANIZATOR





PAUSE II

PM 3:45

JUNE 18. 1999

**WYRÓB ZAWIERA NIKOTYNĘ, KTÓRA
POWODUJE SZYBKIE UZALEŻNIENIE.**

MARKA #TAG

OFERUJE **3 LINIE**
LIQUIDÓW

SOUR

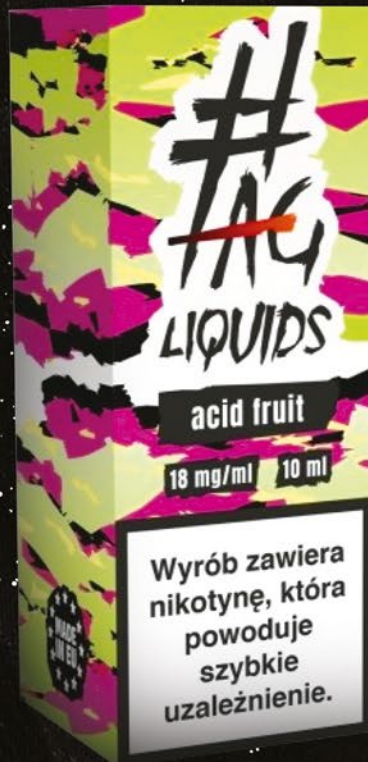
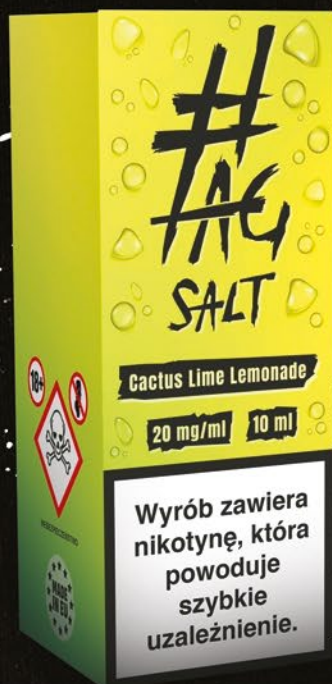
KWAŚNE KOMPOZYCJE SMAKOWE Z SOLĄ NIKOTYNOWĄ

DRINK

SMAKI INSPIROWANE NAPOJAMI Z SOLĄ NIKOTYNOWĄ

CLASSIC

KLASYCZNE I OWOCOWE MIKSY Z NIKOTYNĄ KLASYCZNA



POZA TANKOWANIEM

misje zakupowe i profil klientów stacji benzynowych w Polsce

Stacje paliw, które w przeciągu ostatniej dekady systematycznie rozwijały ofertę poza-paliwową, wpisały trwale w krajobraz zarówno handlu spożywczego, rynku gastronomicznego i obszaru na ich styku, tj. rynku produktów food-to-go w Polsce. I pełnią dla tych rynków, odpowiednio, różne role: od niszowej, przez drugorzędną, po istotną.

MAGDALENA FILIP

RETAIL BUSINESS UNIT DEPUTY DIRECTOR
PMR

Misja stacja!

Sklepy przy stacjach benzynowych to dla polskich konsumentów przede wszystkim miejsce na zakupy w podróży/w trasie. Na taką misję – jak wynika z badania PMR Market Experts by Hume's przeprowadzonego w maju 2025 r. – najczęściej wskazują osoby w wieku 35-44 lat (49% wskazań vs.

42% ogółem), co może wynikać z posiadania samochodu i aktywnego stylu życia, w tym większej mobilności zawodowej tej grupy oraz częstych podróży służbowych i rodzinnych.

Zakup przekąsek i dań do zjedzenia na miejscu na stacjach paliw nieco częściej wybierają natomiast młodszy konsumenci, ale różnice pomiędzy

poszczególnymi grupami konsumentów nie są istotne – misja ta ma więc charakter uniwersalny.

Zakupy spożywcze na stacjach

Badanie PMR Market Experts przeprowadzone w kwietniu/maju 2025 r. pokazuje, że w ciągu minionych trzech miesięcy

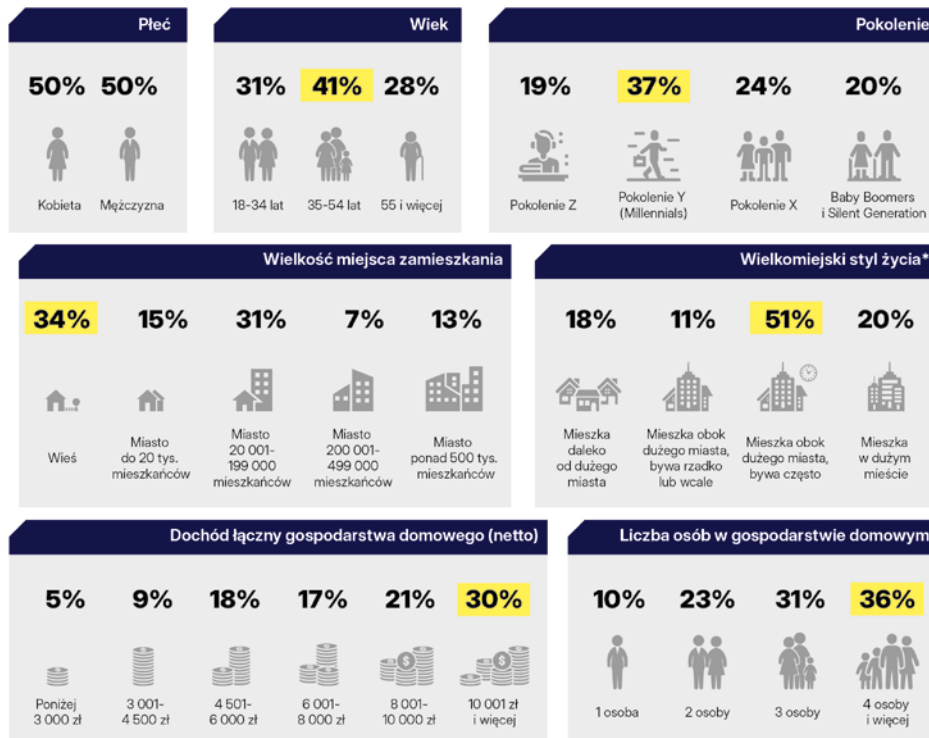
poprzedzających datę badania jedna trzecia badanych (+13 p.p. r/r) zakupiła jakikolwiek produkt spożywczy na stacji benzynowej. Wysokie wzrosty r/r/ wspierane są – z wzajemnością! – przez rozwijające się dynamicznie szyldy, takie jak Easy Auchan, który w 2024 r. podwoił liczbę sklepów prowadzonych przy stacjach BP i na

Miejsca zakupu dań na ciepło w Polsce, 2025



n=1 509. Pytanie zadano respondentom, którzy odpowiedzieli, że zakupili dania na ciepło w ciągu ostatnich trzech miesięcy. Deklaracja na podstawie ostatniego zakupu. Zaprezentowano kanały z 10% wskazań i więcej.
Źródło: PMR Market Experts by Hume's Institute, 2025

Struktura populacji Polaków kupujących artykuły spożywcze na stacjach benzynowych, według wybranych cech społeczno-demograficznych (%), 2024-2025

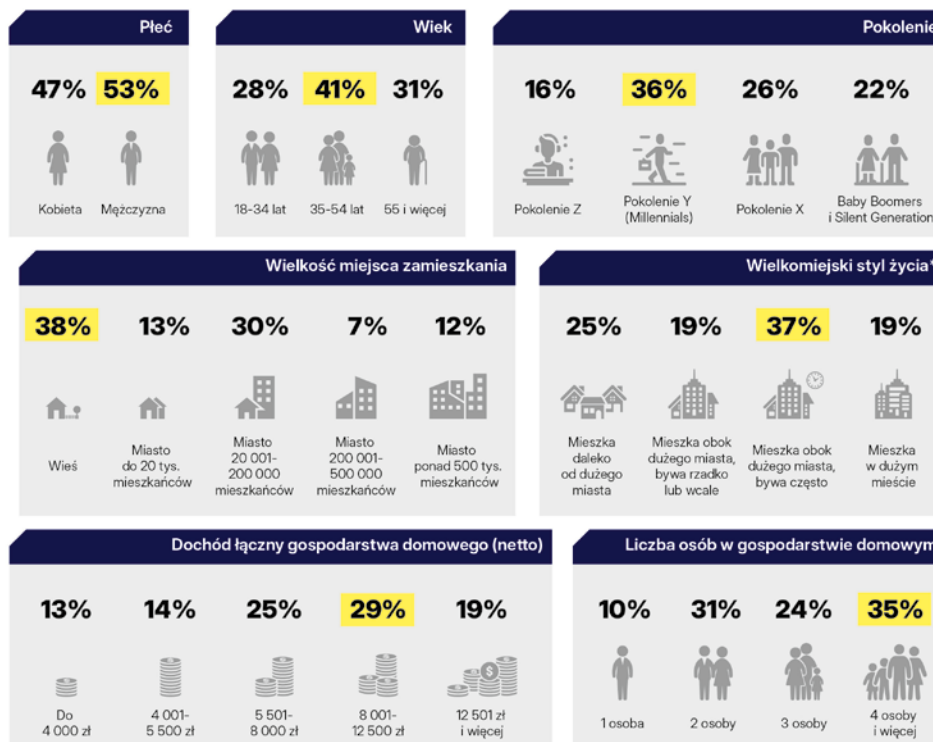


*duże miasto oznacza miasto powyżej 200 tys. mieszkańców

n=214-351. Polacy, którzy w ciągu trzech miesięcy poprzedzających badanie dokonali zakupu artykułów spożywczych na stacjach benzynowych

Źródło: PMR Market Experts by Hume's Institute, 2025

Struktura populacji Polaków kupujących produkty food-to-go ogółem i na stacjach benzynowych, według wybranych cech demograficznych (%), styczeń 2025



* duże miasto oznacza miasto powyżej 200 tys. mieszkańców

n=1 800. Polacy, którzy w ciągu trzech miesięcy poprzedzających badanie dokonali zakupu produktów food-to-go.

Źródło: PMR Market Experts by Hume's Institute, 2025

koniec roku miał już ich blisko 100, czy Spar Express współpracujące z siecią paliw Avia.

Z tegorocznej edycji badania wynika, że: płęć nie stanowi czynnika różnicującego konsumentów nabywających artykuły spożywcze na stacjach paliw. Największą grupą pokoleniową są Millenialsi (37%), na co wskazuje również zbliżony odsetek osób należących do przedziału wiekowego 35-54 lata (41%). Jedna trzecia kupujących na stacjach pochodzi z obszarów wiejskich, podczas gdy połowa badanych mieszka w pobliżu dużych ośrodków miejskich.

Wśród kupujących dominują osoby należące do minimum 4-osobowych gospodarstw domowych. Może to oznaczać w dużej mierze rodziny z dziećmi, które często przemieszczają się samochodem, a przy okazji tankowania dokonują drobnych zakupów przekąsek/napojów.

Solo i w zestawie – zakupy food-to-go na stacjach

Spośród osób deklarujących zakup przynajmniej jednego produktu food-to-go (dań gotowych lub tych przygotowanych na ciepło w miejscu zakupu, napojów rozlewanych na miejscu i niepakowanych przekąsek piekarniczych) w okresie

3 miesięcy poprzedzających badanie realizowane przez nas w styczniu 2025 r., 43% zrobiło to na stacji. Oferta sieci paliw koncentruje się głównie na segmencie *ready-to-eat* (przygotowywane na miejscu dania na ciepło i napoje oraz przekąski), i choć coraz częściej sieci paliw (w tym, m.in. MOL, Orlen) oferują także produkty z kategorii dań gotowych półkowych lub chłodzonych (wliczanych u nas do segmentu *ready-to-serve*), to nie należą one do najczęściej kupowanych na stacjach. Tu z ewidentną przewagą przodują kawa na wynos i hot-dogi (choć ich miejsca zamieniły się w porównaniu do fali analogicznego badania rok wcześniej). Spośród osób kupujących produkty food-to-go na stacjach, 57% sięgnęło po kawę na wynos w badanym okresie, a kanał stacji benzynowych uplasował się jako najczęściej wskazywane miejsce zakupu napojów na wynos i trzecie pod względem częstości w przypadku dań przygotowywanych na ciepło.

Jak wynika z naszej analizy koszykowej algorytmem apriori, hot dog i kawa to wciąż popularne zestawienie wieloproduktowe, a szansa dokupienia kawy do hot-doga wynosiła 72%. Zapewne dlatego, takie

łączone kampanie promocyjne konsumenci często mogą zauważyć na stacjach paliw.

Commuters posilają się na stacji

W przypadku produktów food-to-go, jak wynika z badania prowadzonego przez PMR Market Experts w styczniu 2025 r., mężczyźni stanowią 53% klientów stacji benzynowych, podczas gdy w ogólnej populacji kupujących produkty food-to-go ich udział wynosi 47%. Może to wynikać z częstszego użytkowania samochodów, ale także struktury dnia i trybu pracy (praca fizyczna, praca terenowa itp.), co implikuje częstsze wizyty na stacjach.

Zarówno wśród klientów stacji benzynowych, jak i całej populacji, największą grupę stanowią osoby w wieku 35-54 lat. Są to osoby aktywne zawodowo, często łączące życie zawodowe z rodzinnym, a także charakteryzujące się relatywnie wyższą siłą nabywczą. Na stacjach benzynowych nieco mniejszy odsetek stanowią osoby młode (18-34 lata, które preferują inne kanały zakupu, np. sklepy convenience) oraz starsze (55+, mniejsza mobilność i większe przywiązanie do domowej kuchni).

Zauważyliśmy także, że wśród klientów stacji

benzynowych jest nieco większy odsetek osób mieszkających w dużych miastach oraz w ich pobliżu, lecz często w nich bywających. Zwłaszcza ta druga grupa, tzw. *commuters*, statystycznie częściej wybierała ten kanał sprzedaży. Osoby mieszkające poza miastem, ale codziennie dojeżdżające do pracy, często korzystają ze stacji benzynowych jako punktów po drodze – w celu zatankowania lub zjedzenia szybkiego posiłku.

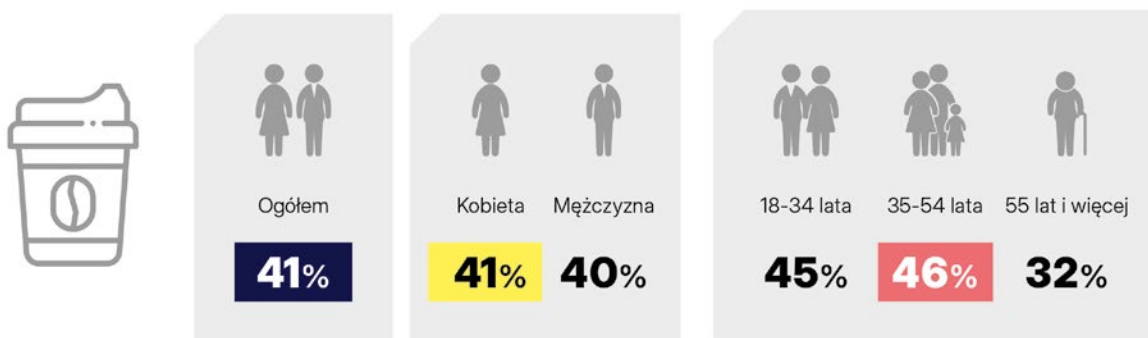
Nota metodologiczna:

Zaprezentowane wnioski i wyniki badań pochodzą z dwóch raportów PMR:

„Handel detaliczny produktami Food to Go w Polsce 2025. Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2025-2030”, w tym badanie konsumenckie przeprowadzone w dniach od 13 do 21 stycznia 2025 r. na ogólnopolskiej kwotowo-losowej próbie 1 877 dorosłych Polaków.

„Handel detaliczny artykułami spożywczymi w Polsce 2025. Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2025-2030”, w tym badanie konsumenckie przeprowadzone w dniach od 30 kwietnia do 8 maja 2025 r. na ogólnopolskiej kwotowo-losowej próbie 1 012 dorosłych Polaków.

Zakup kawy na wynos, według cech demograficznych w Polsce (%), 2024/2025



n=774. Wnioski na podstawie pytania o dania zakupione w ciągu ostatnich trzech miesięcy.
Źródło: PMR Market Experts by Hume's Institute, 2025

Najpopularniejsze produkty food-to-go kupowane na stacjach paliw w Polsce (%), 2025



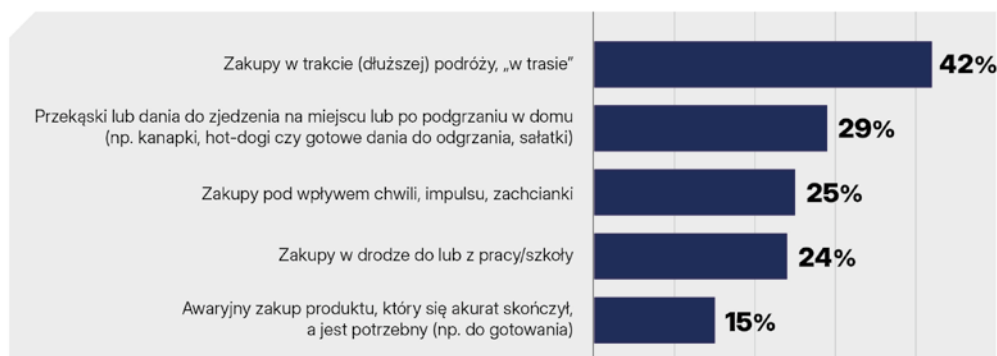
n=782. Deklaracje osób, które zadeklarowały zakup przynajmniej jednego produktu na stacji benzynowej.
Źródło: PMR Market Experts by Hume's Institute, 2025

Miejsca zakupu dań na ciepło w Polsce, 2025



n=1 509. Pytanie zadano respondentom, którzy odpowiedzieli, że zakupili dania na ciepło w ciągu ostatnich trzech miesięcy. Deklaracja na podstawie ostatniego zakupu. Zaprezentowano kanały z 10% wskazań i więcej.
Źródło: PMR Market Experts by Hume's Institute, 2025

Główne misje zakupowe realizowane w kanale sklepów przystajacych przez Polaków (%), 2025



n=351. Pytanie zadano respondentom, którzy wskazali, że dokonali zakupów w danym kanale spożywczym w ciągu trzech miesięcy poprzedzających badanie. Dla każdego wskazanego kanału respondent określał, jakiego typu zakupy spożywcze w nim realizował. Na wykresie zaprezentowano pięć najczęstszych misji zakupowych realizowanych w ramach danego kanału.
Źródło: PMR Market Experts by Hume's Institute, 2025

CHARAKTERYSTYKA RYNKU CONVENIENCE



Polski handel w XXI wieku przeszedł niewyobrażalną przemianę, którą w skrócie można byłoby określić jako przejście od tradycji do nowoczesności, co szczególnie widoczne było w ciągu ostatniej dekady. Jak zatem zmieniały się sklepy w Polsce na przestrzeni tych dziesięciu lat?

NIKODEM PANKOWIAK
CMR

Gdy puste półki, które wciąż dobrze pamięta wielu polskich konsumentów, zaczęły się zapełniać, polski handel rozpoczął przemianę, która trwa do dziś. Polska stała się łakomym kąskiem dla wielu zachodnich sieci handlowych, które w dużej mierze szybko „odbiły się” od naszego kraju – wystarczy wymienić takie nazwy jak Billa, Geant, Real czy Leader Price. Nasz rynek wciąż wyróżnia się na tle wielu europejskich państw, charakteryzując się przede wszystkim dużym rozdrobnieniem. I choć obecnie możemy już zauważyć pewne rozwijające się od lat

trendy, to wciąż uprawnione jest stwierdzenie, że w polskiej branży FMCG jedyna stała to zmiana.

Od niezależności do współpracy

To, co można zauważyć i bez znajomości rynku FMCG w Polsce, to wyraźnie kurcząca się liczba sklepów. Jeszcze w 2015 roku sklepów detalicznych oraz kiosków i saloników prasowych było w naszym kraju ponad 95 tysięcy. Na koniec roku 2024 to już o 20 tysięcy mniej. Nie jest jednak tak, że nowe placówki handlowe się nie otwierają – ekspansja sieci takich jak

Żabka, Dino czy Biedronka jest widoczna gołym okiem. Kto zatem najbardziej traci na ich rozwoju?

To oczywiście najmniejsze sklepy, działające niezależnie lub w ramach tzw. miękkiej franczyzy. Wg prognozy CMR liczba takich placówek handlowych spadnie na koniec 2025 roku do poziomu nieco poniżej 40 tysięcy, podczas gdy jeszcze w 2015 roku było ich ponad 72 tysiące. Ofiarami rozwoju największych sieci handlowych są przede wszystkim małe (zwykle niezależne) sklepy o powierzchni do 100 m². Tego typu sklepy wypierane są już



nie tylko z miast, gdzie dominuje format convenience oraz dyskonty, ale także z terenów wiejskich.

Sklepy niezależne nie mogą dziś konkurować cenowo ze sklepami sieciowymi, dlatego

ci, którzy wciąż chcą prowadzić swój biznes, coraz częściej decydują się na dołączenie do większych organizacji – czy to grup zakupowych, czy sieci franczyzowych. Co prawda nakładają one na właścicieli sklepów wiele obowiązków, ale zapewniają też współpracę w ramach rozpoznawalnego szyldu wraz z całym wsparciem marketingowym czy logistycznym. Nie dziwi więc, że liczba małych sklepów, o powierzchni do 300 m², działających w ramach sieci scentralizowanych i tzw. twardej franczyzy wzrosła na przestrzeni dekady o 10 tys.

Za ten wzrost odpowiada przede wszystkim jedna sieć – Żabka, licząca już ponad 11 tys. sklepów, podczas gdy jeszcze dekadę temu były to niecałe 4 tys. Choć długo była kojarzona głównie z dużymi miastami, od których rozpoczęła swoją ekspansję, dziś sklepy tej sieci znajdziemy także w mniejszych miejscowościach – często w lokalach, w których wcześniej działały sklepy niezależne.

Dyskonty przejmują rynek

Rynek oczywiście nie znosi pustki i podczas gdy liczba małych sklepów radykalnie się zmniejszała, na znaczeniu zyskiwały nie tylko sklepy convenience, ale także, a właściwie przede wszystkim, dyskonty, które dziś generują już ponad 40% wartości sprzedaży FMCG w Polsce. Rosnąca liczba placówek, szeroko zakrojone akcje reklamowe i oczywiście częste promocje to główne powody, dla których konsumenci coraz chętniej odwiedzają dyskonty. A mają ku temu także coraz więcej możliwości, bo te rosną, jak grzyby po deszczu.

Tylko na przestrzeni ostatnich 10 lat liczba sklepów Biedronki wzrosła o ok. 1100 i dziś wynosi już ponad 3700, a należąca do Jeronimo Martins sieć coraz odważniej stawia na małe miejscowości. Na tym tle liczba



Gdy mówimy o wysokiej dynamice otwarć nowych sklepów, nasz wzrok powinien skierować się na Krotoszyn w południowej Wielkopolsce.

sklepów, jaką może pochwalić się Lidl, nie wygląda tak imponująco – wciąż jest ich nieco mniej niż 1000 (w 2015 roku było ich 580). Choć różnica w liczbie placówek między tymi sieciami jest wyraźna, należy zwrócić uwagę, że obie stosują inne podejście odnośnie lokalizacji, w których otwierają kolejne swoje placówki, a sama dynamika otwarć nowych sklepów w ostatniej dekadzie była zdecydowanie wyższa w przypadku Lidla.

Fenomen z Krotoszyna

Jednak, gdy mówimy o wysokiej dynamice otwarć nowych sklepów, nasz wzrok powinien skierować się na Krotoszyn w południowej Wielkopolsce. To tutaj swoją siedzibę ma Dino – prawdziwy fenomen na rynku detalicznym w Polsce, który w ciągu 10 lat zanotował ogromny skok w rozwoju i dziś jest jednym z najważniejszych graczy w branży FMCG w Polsce.

W ciągu ostatniej dekady sieć otworzyła siedem centrów dystrybucyjnych w Polsce, m.in. w województwach zachodniopomorskim, opolskim i mazowieckim, co pozwoliło jej na ekspansję także poza Wielkopolską i okolice, z którymi przez lata była kojarzona. Obecnie Dino liczy już ponad 2700 sklepów, podczas gdy

jeszcze dekadę temu było ich 450. Nowe placówki tej sieci otwierane są niemal codziennie, przy czym warto zauważyć, że polityka lokalizacyjna Dino opiera się w głównej mierze na wsiach (nawet poniżej 1000 mieszkańców) oraz małych i średnich miastach. Sieć, poza pewnymi wyjątkami, omija największe ośrodki miejskie, a mapa jej rozwoju wyraźnie wskazuje, iż wciąż ma ona duży potencjał do zwiększania liczby swoich placówek. Zwłaszcza na wschodzie, choć w tym momencie sieć zdaje się skupiać na zagęszczaniu liczby sklepów w centralnej i zachodniej Polsce.

Odwrot hipermarketów

Nowe otwarcia i sukcesy jednych sieci, to często problemy innych. W ciągu ostatniej dekady zagraniczne sieci, które często równie szybko zniknęły z Polski, co się w niej pojawiały, nie wchodziły już tak odważnie na nasz krajowy rynek, gdzie zamiast tego zaczęto dochodzić do konsolidacji.

Najgłośniejsze pożegnanie z polskim rynkiem w ostatnich latach zaliczyła sieć sklepów Tesco, której lokalizacje w większości przejęła sieć dyskontów Netto. Jest wyraźnym symptomem problemów – lub przynajmniej stagnacji – całego kanału hipermarketów. Ten, przede wszystkim właśnie

za sprawą opuszczenia Polski przez Tesco, skurczył się od 2015 roku o 15% – z 390 do 330 placówek. Sieci takie jak Carrefour, Auchan czy Kaufland na przestrzeni ostatniej dekady otwierały niewiele lub nie otwierały wcale kolejnych placówek wielkopowierzchniowych, dodatkowych zysków szukając w mniejszych formatach, jak sklepy convenience czy na stacjach benzynowych. Dziś w hipermarketach dokonuje się ok. 3% wszystkich transakcji FMCG w Polsce i nic nie wskazuje na to, by ten trend mógł się odwrócić. Po początkowym zachłystnięciu się konsumentów pełnymi półkami i szerokim asortymentem przyszło ostudzenie nastrojów, a kupujący zaczęli stawiać na sklepy znajdujące się bliżej ich miejsca zamieszkania, gdzie można zrobić szybkie zakupy.

A jak krajobraz polskich sklepów będzie wyglądał w najbliższych latach? Niczego nie można orzec ze stuprocentową pewnością, ale wg prognozy CMR liczba sklepów niezależnych i miękkiej franczyzy będzie w naszym kraju konsekwentnie spadać, podczas gdy na znaczeniu wciąż będą zyskiwać sklepy convenience, supermarkety i dyskonty. Wygląda więc na to, że polski rynek po latach zmian i zawirowań zaczyna nabierać konkretnych kształtów.

O AUTORZE

Opiekun klienta i analityk danych sprzedażowych w firmie CMR (Centrum Monitorowania Rynku), w której pracuje od września 2021 roku. Na co dzień zajmuje się m.in. analizą rynku produktów nabiałowych. W przeszłości związany z prasą branżową – był redaktorem naczelnym jednego z miesięczników dla branży FMCG w Polsce.

TECHNOLOGIA, WYGODA, LOJALNOŚĆ, CENA jak zmieniają się zakupy Polaków w 2025 roku

Pierwsza połowa roku 2025 przynosi dalsze zmiany na dynamicznym rynku FMCG w Polsce. W obliczu rosnących oczekiwań konsumentów sieci convenience oraz stacje benzynowe intensyfikują działania, by sprostać potrzebie wygody, szybkości i dostępu do ulubionych produktów w dowolnym miejscu i czasie. Nowe technologie w tym AI powoli stają się jednym z kluczowych narzędzi, dzięki którym sieci convenience, stacje benzynowe, ale i też cały rynek detalistów w Polsce walczą o klienta.

DAWID MALIK
SENIOR ANALYTICAL CONSULTANT
NIELSENIQ

Sieci convenience, takie jak Żabka, Carrefour Express czy Lewiatan, coraz śmielej wdrażają rozwiązania, które jeszcze kilka lat temu uchodziły za futurystyczne. Najlepszym przykładem jest rozwój bezobsługowych sklepów Żabka Nano, które już dziś funkcjonują w ponad stu lokalizacjach – od biurców po kampusy akademickie. Kilka z nich funkcjonuje także poza Polską m.in na terenie akademika Basecamp w niemieckim Poczdamie¹. Dzięki technologii

Just Walk Out klient może wejść do sklepu, wziąć produkty z półki i po prostu wyjść – system kamer i czujników automatycznie rejestruje zakup, a płatność pobierana jest bezdotykowo z aplikacji. To przykład, jak technologia nie tylko upraszcza proces zakupowy, ale niemal całkowicie eliminuje konieczność interakcji z personelem czy kolejki, skracając czas zakupów do absolutnego minimum.

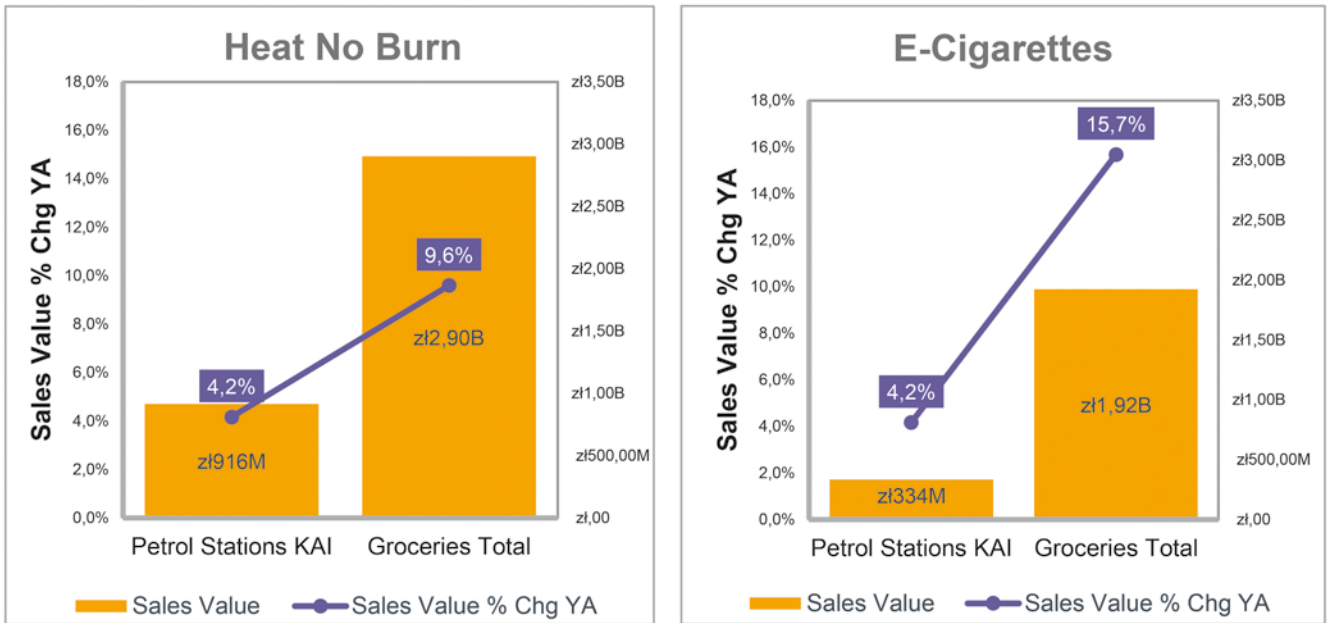
Równie istotną rolę w budowaniu nowego doświadczenia

zakupowego odgrywają aplikacje mobilne, które w 2025 roku stają się osobistym centrum zarządzania codziennymi zakupami. Często to nie tylko zbieranie punktów lojalnościowych i korzystanie z rabatów, personalizacja oferty na podstawie dotychczasowych wyborów użytkownika czy też re-alizacja zakupów spożywczych z dostawą do domu. System oparty na danych sugeruje odpowiednie promocje, przypomina o ulubionych produktach i umożliwia zdalne zamawianie



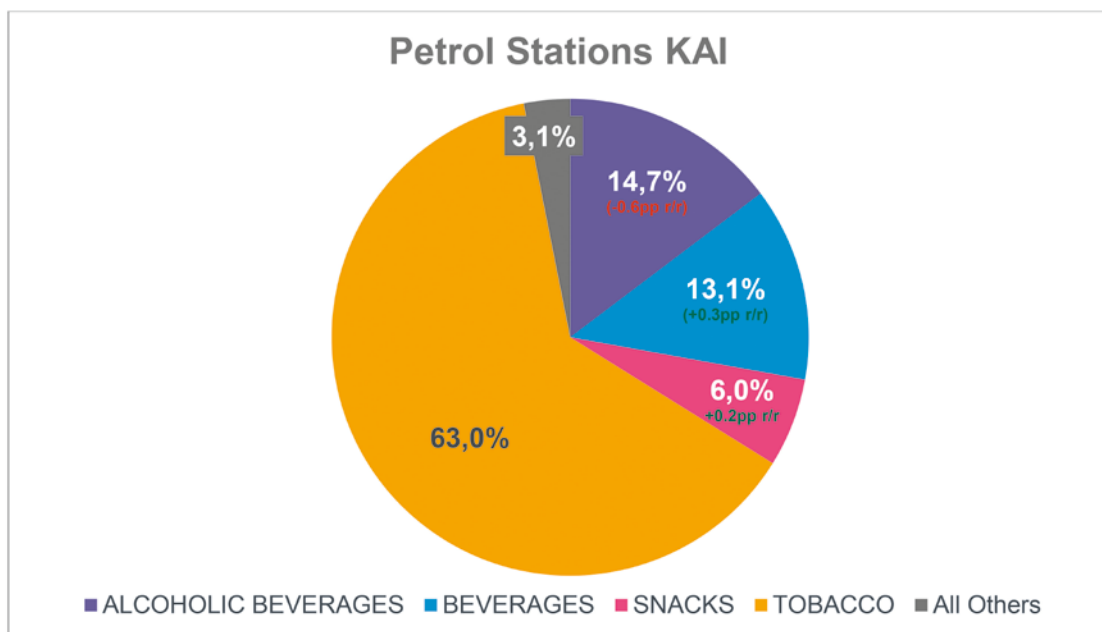
z odbiorem osobistym lub dostawą. Konsument nie musi już szukać okazji – to aplikacja robi

Heat No Burn, E-Cigarettes
Sales Value | Sale Value % Change | MAT June 2025



Source: NielsenIQ Market Track, Period: MAT June 2025

TOTAL FMCG
Share of Sales Value | Petrol Stations KAI | MAT June 2025



Source: NielsenIQ Market Track, Period: MAT June 2025

to za niego, upraszczając cały proces zakupowy.

Transformacja dotyczy także stacji benzynowych, które w coraz większym stopniu przekształcają się w nowoczesne punkty handlowo-gastro-nomiczne. Oferują one klientom nie tylko paliwo, ale także świeżo parzoną kawę, szybkie dania i możliwość samoobsługowego składania zamówień na ekranach dotykowych. Technologia coraz silniej wpływa także na funkcjonowanie sklepów od zaplecza. Automatyczne systemy zarządzania zapasami, elektroniczne etykiety cenowe oraz analityka danych sprzedażowych w czasie rzeczywistym pozwalają na precyzyjne prognozowanie popytu, ograniczenie strat i zapewnienie dostępności najpopularniejszych produktów.

Choć rosnąca obecność nowoczesnej technologii czy licznych udogodnień dla klienta ułatwiają i poprawiają jego jakość zakupów, wciąż najbardziej kluczowe znaczenie mają ceny oraz promocje. Według raportu NielsenIQ „Retail Pulse” z 2025 roku, po okresie intensywnej komunikacji o promocjach i niskich cenach, czynniki te stały się standardem i wręcz podstawowym warunkiem, którego spełnienia konsumenci oczekują od każdej sieci. Według raportu rywalizacja cenowa sieci handlowych w poprzednim roku sprawiła, że konsumenci odwiedzali większą liczbę sklepów. Obecnie jednak widoczna jest tendencja do zawężania wyboru – klienci coraz częściej robią zakupy głównie w jednej, preferowanej sieci. Konsumenci ustabilizowali swoje preferencje zakupowe i ograniczyli liczbę odwiedzanych sklepów, przy jednoczesnym utrzymaniu podobnej struktury celów zakupowych. Wraz z ograniczeniem liczby odwiedzanych sklepów, konsumenci spędzają więcej czasu w jednym



Wybór miejsca zakupów coraz częściej opiera się na ogólnym doświadczeniu klienta – liczy się nie tylko asortyment, ale też komfort i łatwość robienia zakupów.

miejscu, co powoduje zmianę oczekiwań względem sklepów. Wybór miejsca zakupów coraz częściej opiera się na ogólnym doświadczeniu klienta – liczy się nie tylko asortyment, ale też komfort i łatwość robienia zakupów – na co wpływ ma wspomniana wcześniej technologia.

W ostatnich 12 miesiącach, od lipca 2024 do czerwca 2025 Polacy wydali na dobra FMCG (suma koszyków spożywczych, kosmetyczno-chemicznego oraz papierosowego) blisko 308 MLD złotych (+3.7% r/r), z czego 9.1 MLD złotych na stacjach benzynowych (+2.9% r/r). Najwięcej konsumenci wydają w dyskontach. W ostatnim roku było to 141.5 MLD złotych (+7.4% r/r – najszybszy wzrost wśród rynków), co stanowi blisko 46% sprzedaży całego koszyka FMCG. Nieznaczny spadek sprzedaży zanotowały natomiast Hipermarkety (-0.4% r/r).

Na stacjach benzynowych nadal największe znaczenie mają produkty tytoniowe – 63.0% sprzedaży koszyka FMCG. W koszyku papierosowym rośnie znaczenie segmentu e-papierosów, który obecnie stanowi 5.8% sprzedaży w tym koszyku, gdzie dwa lata temu był on o 1.4pp niższy.

E-papierosy zyskują na stacjach benzynowych przede wszystkim kosztem podgrzewaczy tytoniu (Heat No Burn), które dwa lata temu stanowiły 17.6% znaczenia wśród papierosów, a dziś już 15.9%. Pomimo wzrostu sprzedaży papierosów na stacjach benzynowych ich dynamika jest jednak większa w sklepach spożywczych (placówki o powierzchni do 300m²). E-papierosy wzrosły tam o 15.7% a Heat No Burn o 9.6%, podczas gdy na stacjach benzynowych wzrost ten w obu przypadkach był zdecydowanie mniejszy (+4.2% dla obu).

Po papierosach drugą największą grupą kategorii są alkohole. Alkohole mocne oraz piwo stanowią na stacjach benzynowych 14.7% sprzedaży koszyka FMCG. Jest to nieco mniej niż rok temu (15.3%) jednak kategorie te systematycznie tracą także w sklepach spożywczych (25.3% vs 26.6% r/r) czy całej Polsce (16.8% vs 17.8% r/r). Sprzedaż alkoholi zmniejszyła się na stacjach benzynowych o -1.3%, jednak w sklepach spożywczych ich ujemna dynamika jest jednak większa (-5.3%). Największy wzrost na stacjach zanotowały mixy alkoholowe (+55.9%). Dwucyfrową dynamikę sprzedaży mają tam także likiery (+23.0%), tequila (22.6%) oraz brandy & koniak (+21.8%). Piwo (-1.7%) oraz Wódka (+0.4%) ze stabilną sprzedażą. Ujemną dynamikę na stacjach benzynowych notują za to Whisky (-6.9%) oraz Wino (-7.6%).

Kolejną grupą kategorii pod względem wielkości sprzedaży na stacjach są napoje bezalkoholowe, które stanowią 13.1% sprzedaży w koszyku FMCG. Ich sprzedaż w ostatnim okresie wzrosła o +6.1%. Napoje Energetyczne zwiększyły się o 10.2% i to one w największym stopniu sterują wzrostem tej grupy produktów. Napoje gazowane i woda butelkowana

zanotowały natomiast 3.6% oraz 3.5% pozytywnej dynamiki sprzedaży.

Nieco ponad 6% znaczenia w koszyku FMCG na stacjach benzynowych mają Przekąski. Wśród nich największą sprzedaż notują batony, które wzrosły w ostatnim okresie o +8.1%. Nieco niższy wzrost zanotowały cukierki i lizaki (+4.2), gumy do żucia (+2.2%) oraz chipsy i popcorn (0.5%). Największą, dwucyfrową dynamikę sprzedaży miały batony muesli, które zwiększyły się na stacjach benzynowych aż o ponad 43%.

Ostatnie 12 miesięcy w tym pierwsza połowa 2025 roku przynosi dalsze, dynamiczne zmiany na polskim rynku FMCG, napędzane rosnącymi oczekiwaniami konsumentów i intensywnym rozwojem technologii. Sieci convenience oraz stacje benzynowe inwestują w innowacje, takie jak sklepy bezobsługowe, personalizowane aplikacje zakupowe i automatyzację zaplecza. Zakupy stają się szybsze, wygodniejsze i bardziej dopasowane do indywidualnych potrzeb. Jednocześnie kluczowe znaczenie nadal mają niskie ceny i promocje – konsumenci ograniczają liczbę odwiedzanych sklepów, skupiając się na tych, które oferują najlepsze ogólne doświadczenie zakupowe. Rośnie dominacja dyskontów, lecz na stacjach benzynowych sprzedaż pozostaje stabilna. Trendy które obserwujemy wskazują na rosnące znaczenie technologii, wygody i personalizacji jako filarów nowoczesnego handlu detalicznego w Polsce, a przyszłość handlu to nie tylko transakcja – to relacja budowana na zrozumieniu potrzeb konsumenta.

1 <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/handel-i-dystrybucja/zabka-rosnie-w-niemczech-otworzyła-sklep-bezobsługowy-w-akademiku-nasz-news-2522782>

JAK ZMIENIAŁ SIĘ RUCH NA STACJACH PALIW W CIĄGU 12 MIESIĘCY?

Analiza zachowań 1,4 mln konsumentów, którzy w ciągu roku odwiedzili 5,1 tys. stacji paliw w całym kraju, wykazała, że największy ruch występował w lipcu i sierpniu, a także w październiku 2024 roku. Od listopada ub.r. wizyt znacząco ubywało aż do lutego br. W przypadku liczby unikalnych klientów widać identyczną sezonowość, tylko skala zmian jest mniejsza. Najwyższe wartości odnotowano w lipcu, sierpniu i październiku 2024 roku, a najniższe – w lutym 2025 roku. Z raportu wiadomo też, że na przestrzeni 12 miesięcy średni czas przebywania klientów na stacjach wahał się od 5 min. i 52 sek. w listopadzie ub.r. do 6 min. i 23 sek. w lutym tego roku. Najmocniejsze natężenie ruchu obserwowano w piątki – 16,2% wszystkich wizyt, a najslabsze w niedziele – 11,7%. Najmniej odwiedzin było od północy do godz. 4.00. Z kolei ich szczyt przypadał na 15:00 – 7,6%.

PROXI.CLOUD, UCE RESEARCH

Raport firmy technologicznej Proxi.cloud i platformy analityczno-badawczej UCE RESEARCH, obejmujący dane z okresu od lipca 2024 roku do czerwca 2025 roku, pokazuje wyraźną sezonowość w zachowaniach konsumentów na stacjach paliw. W okresie 12 analizowanych miesięcy największy ruch odnotowano w wakacje, tj. w lipcu (o 15% więcej wizyt niż średnio w badanym okresie) i sierpniu (o 18% więcej wizyt), a następnie w październiku

ub.r. (o 17% więcej wizyt). Od listopada 2024 roku liczba wizyt znacząco spadała, osiągając najniższy poziom w lutym 2025 roku (o 13% mniej wizyt niż średnio w badanym okresie). W czerwcu 2025 roku nastąpił początek kolejnego sezonowego wzrostu (o 6% mniej wizyt).

– Jest to typowe dla sezonu wakacyjnego oraz okresu zwiększonej mobilności w październiku. Wrzesień to dla wielu osób miesiąc przejściowy. Nie wszyscy konsumenci wracają

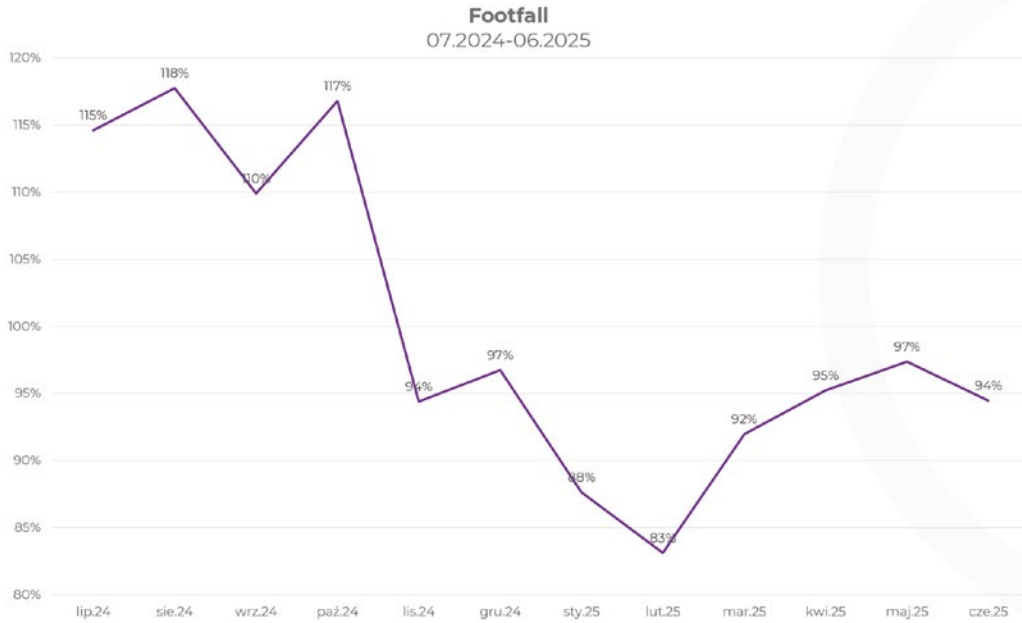
już w pełni do regularnych nawyków. Natomiast w październiku studenci powracają na uczelnie, a niektórzy aktywni zawodowo konsumenci – do pracy po urlopiach. Z kolei najzimniejsze miesiące to czas wyraźnego spadku aktywności na stacjach, co może być związane z mniej sprzyjającymi warunkami pogodowymi oraz mniejszą liczbą wyjazdów. Po lutym następuje stopniowe odbudowanie ruchu, jednak wartości utrzymują się poniżej średniej – komentuje Weronika Piekarska,

współautorka raportu z Proxi.cloud.

Jak wynika z raportu, w przypadku liczby unikalnych klientów również widoczna jest sezonowość. Jednak skala zmian jest wyraźnie mniejsza niż w kwestii wizyt. Najwyższe wartości wskaźnika odnotowano w miesiącach letnich – w lipcu (o 5% więcej klientów niż średnia dla badanego okresu) i sierpniu (o 7% więcej) 2024 roku, a także w październiku (o 4% więcej). Spadek liczby unikalnych klientów nastąpił

Footfall*

Zmiana liczby wizyt w ciągu 12 miesięcy



*Przedstawiono zindeksowane wartości, gdzie za wartość 100% przyjęto średnią wartość metryki w badanym okresie.

Unique Shoppers*

Zmiana liczby klientów w ciągu 12 miesięcy

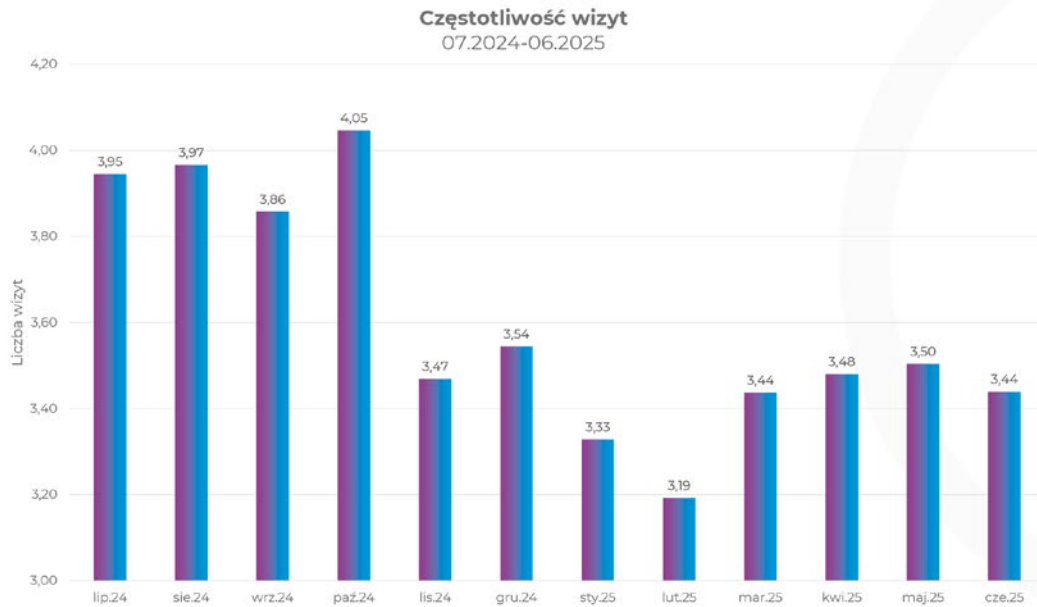


*Przedstawiono zindeksowane wartości, gdzie za wartość 100% przyjęto średnią wartość metryki w badanym okresie.

Częstotliwość wizyt

7 • PROXI-CLOUD

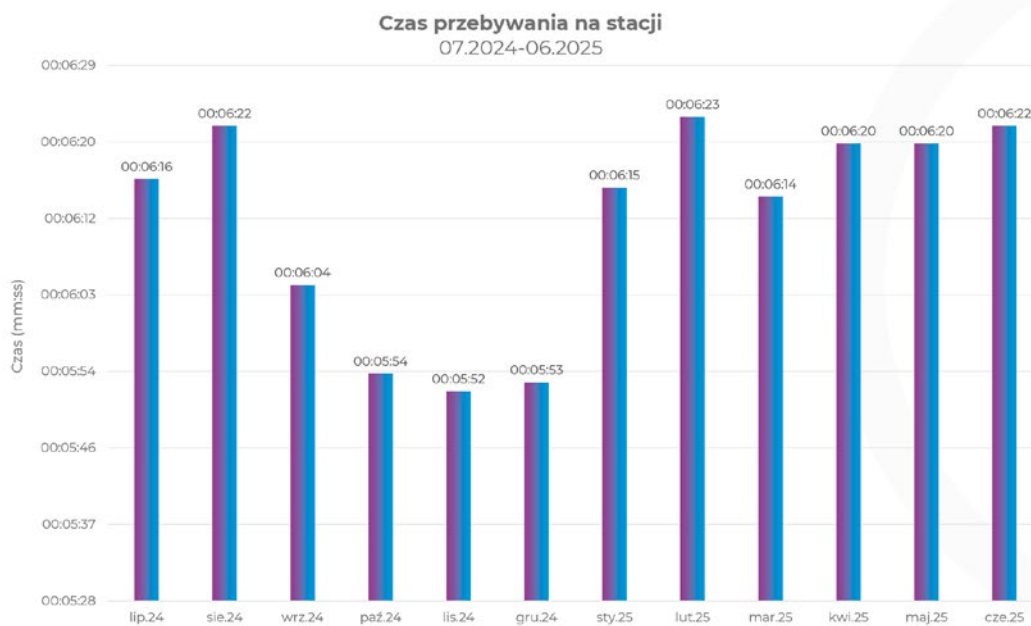
Średnia miesięczna liczba wizyt na 1 shoppера



Czas trwania wizyty

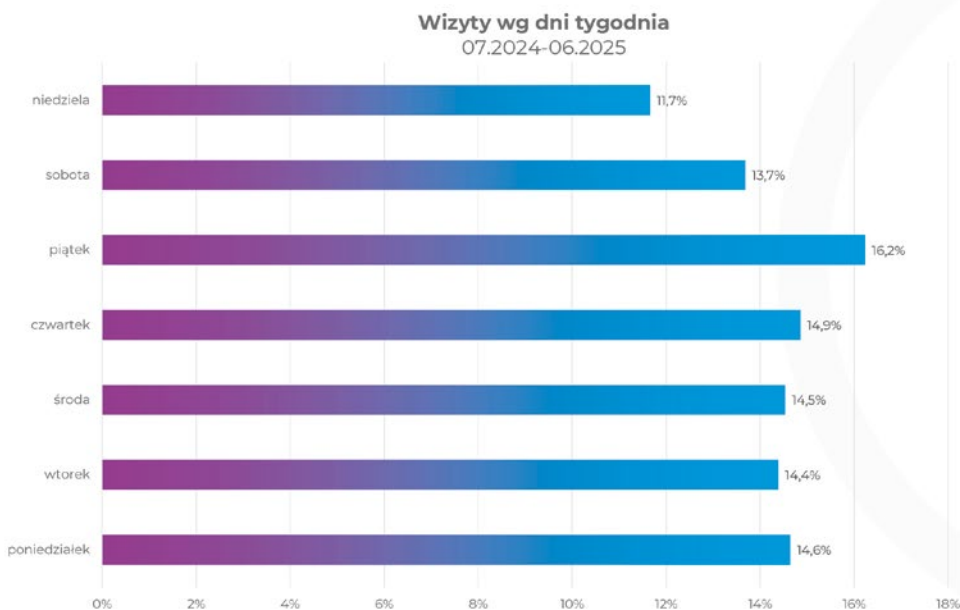
8 • PROXI-CLOUD

Średni czas trwania wizyty na stacji (mm:ss)



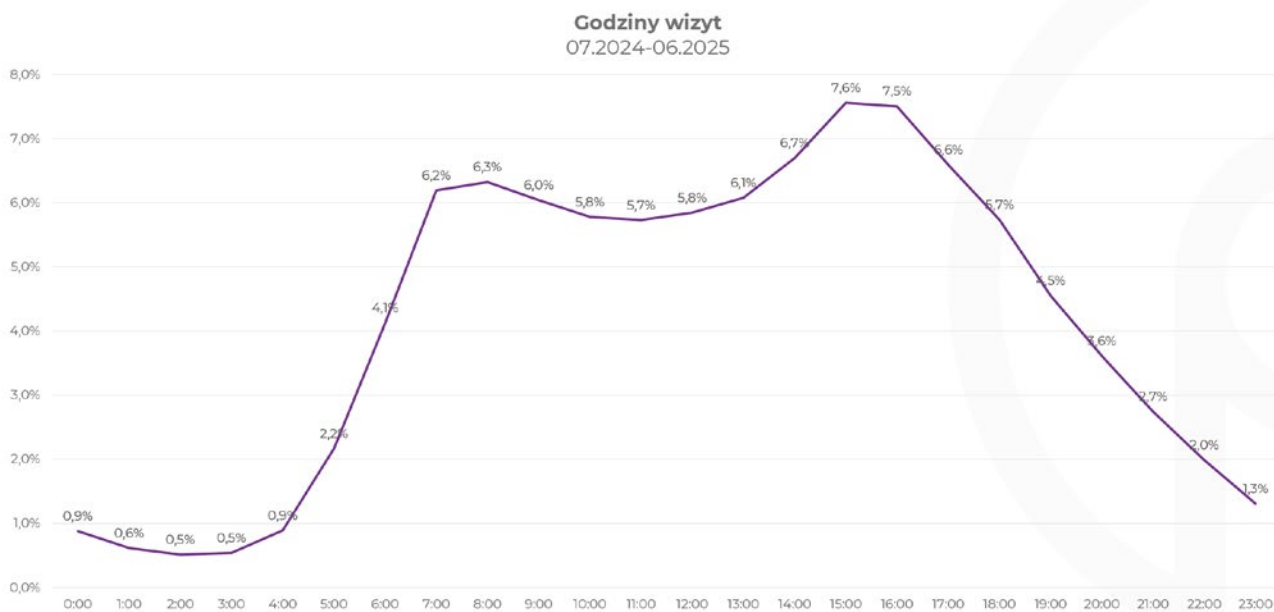
Dni tygodnia

Rozkład wizyt wg dni tygodnia



Godziny wizyt

Rozkład wizyt wg godzin



w okresie zimowym, osiągając najniższy poziom w lutym 2025 roku (o 6% mniej klientów niż średnia). W kolejnych miesiącach liczba odwiedzających stopniowo rosła, by w maju osiągnąć wartość równą średniej.

– Populacja klientów odwiedzających stacje paliw pozostaje relatywnie stała. Zmienia się natomiast częstotliwość wizyt, czyli ci sami konsumenci odwiedzają je częściej latem i rzadziej zimą. Z perspektywy biznesowej to cenna informacja. Stabilna grupa klientów daje możliwość budowania lojalności i dopasowywania oferty do sezonowych zachowań. W praktyce oznacza to, że stacje paliw mogą latem koncentrować się na sprzedaży impulsowej i kampaniach promujących produkty „na drogę”, a zimą utrzymywać kontakt z klientem, np. przez oferty łączone, które zachęcają do częstszych wizyt na stacji, mimo mniejszej mobilności – analizuje Mateusz Nowak, współautor raportu z Proxi.cloud.

Choć dane obejmują tylko jeden pełny sezon wakacyjny, tj. zeszłe lato, autorzy raportu zauważają, że zarówno liczba klientów, jak i częstotliwość ich wizyt (np. 3,97 wizyty na osobę w sierpniu) są wysokie. – Jeśli obecne trendy mobilności, turystyki krajowej i zachowań zakupowych utrzymają się lub nasilą, np. ze względu na pogodę, ceny paliw i działania marketingowe, to istnieje duże prawdopodobieństwo, że ruch w tym sezonie wakacyjnym może być równie duży lub większy niż rok temu – szczególnie w sierpniu – uważa Weronika Piekarska.

Z kolei średni czas przebywania klientów na stacjach paliw w analizowanym okresie utrzymywał się na dość stabilnym poziomie. Wahał się między 5 minutami i 52 sekundami (listopad 2024 r.) a 6 minutami i 23 sekundami (luty 2025 r.). – Oznacza to, że różnice

w długości wizyt są relatywnie niewielkie, co wskazuje na ugruntowane i powtarzalne wzorce zachowań zakupowych. Najkrótszy czas wizyt przypadł od października do grudnia 2024 roku, kiedy to średnia długość pobytu na stacji spadła poniżej 6 minut – informuje Weronika Piekarska.

W analizowanym okresie największe natężenie ruchu, odpowiadające za 16,2% wszystkich wizyt, zaobserwowano w piątki. Od poniedziałku do czwartku rozkład był dość równomierny (od 14,4% do 14,9%), co wskazuje na stabilny ruch w dni robocze. Sobota (13,7%) zanotowała nieco niższą aktywność. Natomiast niedziela (11,7%) była dniem o najmniejszym ruchu na stacjach.

– Piątkowy wzrost ruchu można tłumaczyć kilkoma czynnikami. Kierowcy przygotowują się do weekendu. Tankują przed wyjazdami. Unikają zakupów w sobotę i niedzielę. Planują też z wyprzedzeniem dojazdy do pracy w nadchodzącym tygodniu. To sprawia, że piątek staje się dniem o największym potencjale sprzedażowym – nie tylko w zakresie paliwa, ale również produktów dodatkowych. Warto w tym czasie wzmacniać ofertę handlową, zwiększać zatowarowanie i wprowadzać atrakcyjne promocje, które zwiększą wartość koszyka zakupowego – zwraca uwagę Mateusz Nowak.

Ponadto raport wykazał, że w ciągu całego roku ruch na stacjach paliw zaczynał wyraźnie wzrastać od godziny 5:00, osiągając pierwszy szczyt między 7:00 a 9:00 (6,2% i 6,3%). – Moim zdaniem, to pokrywało się z porannymi dojazdami wielu osób do pracy. Tankowanie rano jest dla nich naturalnym elementem logistyki dnia, podobnie jak kawa na wynos czy zakupy na śniadanie – wyjaśnia Weronika Piekarska.

Po lekkim spadku w godzinach okołopołudniowych,

druga fala wzmoczonych wizyt przypadała od 15:00 do 16:00. W tych godzinach zanotowano najwyższe wartości (7,6% i 7,5%). – **Może to sugerować powroty z pracy oraz zakupy popołudniowe. Po godzinie 17:00 ruch stopniowo spadał, a od 21:00 zaczynał wyraźnie się wygaszać.** Najmniejsza liczba wizyt przypadała na godziny nocne, tj. 0:00-4:00. To typowe dla działalności tego typu obiektów – stwierdzają analitycy z UCE RESEARCH.

Dane pokazują też, z jakiej odległości względem stacji paliw przyjeżdżają klienci. W analizowanym okresie największą grupę – **aż 33,4% wszystkich wizyt** – stanowili osoby pokonujące dystans ponad 20 km. Znaczący udział miały również wizyty klientów przyjeżdżających z bliższych stref, tj. poniżej 1 km (16,1%) oraz 2-5 km (15,9%).

– To zestawienie jasno pokazuje, że stacje paliw obsługują dwa różne typy klientów – lokalnych mieszkańców i osoby będące w trasie. Każda z tych grup ma inne potrzeby. Klient z sąsiedztwa wraca regularnie. Można go angażować np. poprzez programy lojalnościowe, promocje śniadaniowe czy rabaty na myjnię. Klient „z trasy” często kupuje paliwo i coś na szybko. Stąd warto mieć zawsze gotowe do sprzedaży zestawy podrózne, napoje i przekąski – przekonuje Weronika Piekarska.

Jak podsumowuje Mateusz Nowak, wielu klientów to mieszkańcy bezpośredniego sąsiedztwa lub okolicznych dzielnic. Tak wysoki udział klientów przyjeżdżających z większych odległości wynika z faktu, że wiele stacji paliw znajduje się przy głównych trasach przelotowych, autostradach, drogach ekspresowych oraz węzłach komunikacyjnych, a nie wyłącznie w sąsiedztwie osiedli mieszkaniowych. Dlatego przy planowaniu ofert promocyjnych

i działań marketingowych kluczowe jest uwzględnienie charakteru i lokalizacji konkretnej stacji. Inne potrzeby mają kierowcy tranzytowi, a inne klienci lokalni.

Badanie zostało przeprowadzone w oparciu o dane zbierane od lipca 2024 roku do czerwca 2025 roku. Obserwowano zachowania 1,4 mln konsumentów odwiedzających stacje paliw. Obecność była interpretowana jako wizyta klienta, gdy trwała co najmniej 30 sekund i nie więcej niż 1 godzinę. Zbadano ruch w ponad 5,1 tys. placówek, których lokalizacje zostały pozyskane ze stron internetowych oraz z Google Maps. Badaniem objęto stacje takich sieci, jak Orlen, BP, Circle K, AS 24, Huzar, Amic, MOL, Shell, Avia, Moya, Slovnaft Partner oraz IDS. Dane zostały zgrupowane poprzez sieć aplikacji mobilnych wykorzystujących autorską technologię opartą o geofencing – metodę identyfikacji wejść i wyjść z wyznaczonych stref, wykorzystującą usługi lokalizacji urządzeń mobilnych. Rozwiązanie pozwala zbierać dane pasywnie oraz cechuje się dużą dokładnością lokalizowania użytkownika (od 2 do 20 metrów, w zależności od metody ustalania pozycji przez urządzenie mobilne). Technologia ta zapewnia pełną kontrolę nad dokładnością lokalizacji, a promień każdego geofencingu dostosowany jest do wielkości poszczególnych budynków. Ponadto, znany jest czas przebywania użytkowników w danej lokalizacji, co stanowi dodatkowy poziom ochrony przed zliczaniem okolicznego ruchu pieszego czy ruchu pracowników badanych POS.

KONSUMENT

w sklepie convenience

W ostatnich dwunastu miesiącach segment convenience działający na stacjach paliw w Polsce przeszedł zauważalną metamorfozę – coraz silniej definiując się nie jako dodatek do paliwowej działalności, lecz jako autonomiczny i dynamicznie rosnący kanał sprzedaży. Klienci wchodzą do sklepów stacyjnych nie tylko po tankowanie, lecz przede wszystkim po szybkie zakupy, gotowy posiłek czy napoje. Sklepy zlokalizowane przy stacjach paliw mają oczywistą przewagę wygody i lokalizacji – stają się naturalnym wyborem „przy drodze”, a nie tylko miejscem tankowania.

MACIEJ PTASZYŃSKI
PREZES ZARZĄDU
POLSKIEJ IZBY HANDLU

Młodzi konsumenci: smartfony w rękę, kawy na wynos i potrzeba autentyczności

Stacje paliw konsekwentnie zyskują w rankingach popularności formatów convenience, zwłaszcza wśród młodszych konsumentów, dla których zakupy impulsowe są najczęstszą formą robienia zakupów. Wyniki badań w ostatnich miesiącach pokazują, że aż około 35% transakcji w sklepach formatu convenience odbywa się bez planu. Konsumenci wybierają

przekąski, napoje lub produkty gotowe do spożycia, dużą częścią są również zakupy typu grab & go. W przypadku młodych dorosłych te liczby sięgają prawie 40%, co stanowi wyraźny sygnał dla operatorów stacji: to młodzi klienci w dużej mierze kreują współczesny model convenience, oczekując dostępności, nowości i natychmiastowej gratyfikacji.

Convenience zyskuje uznanie też wśród starszego pokolenia

Klienci po 40. roku życia stanowią cichy, ale bardzo istotny filar tego segmentu. To oni coraz częściej dokonują regularnych, celowych zakupów w sklepach przy stacjach paliw czy w lokalnych punktach, szukając wygody, sprawdzonej jakości i przewidywalności. Grupa 40+ charakteryzuje się większą rozbawą i planowością. Klienci dojrzałi częściej odwiedzają sklepy convenience w konkretnym celu – kupują świeże pieczywo, prasę, gotowy posiłek lub kawę na drogę. Impulsywność



nie znika całkowicie, ale ustępuje miejsca funkcjonalności i powtarzalności. Zakupy są szybkie, ale przemyślane,

a lojalność wobec ulubionych marek znacznie wyższa niż w przypadku młodszych konsumentów. Dla klientów 40+ kluczowym motywatorem jest oszczędność czasu i wygoda. Osoby pracujące, często z obowiązkami rodzinnymi lub w roli opiekunów, szukają miejsc, w których zakupy można zrobić bez tracenia czasu na dojazd, szukanie parkingu czy stanie w kolejkach. Format convenience wpisuje się tu idealnie – zwłaszcza jeśli oferuje łatwą nawigację w sklepie, dobrze oznaczone strefy i szybki system płatności (np. samoobsługowy terminal czy płatności mobilne).

Między szybkością a jakością – kierunki zmian w zachowaniach klientów

Rośnie poziom satysfakcji z obsługi w sklepach convenience, co także sprzyja częstszej obecności klientów nie tylko w celu tankowania, lecz także zakupów spożywczych. Daje się zauważyć, że rozwój gastronomii, automatyzacja, digitalizacja i nowe ścieżki lojalnościowe stanowią dziś fundament inwestycji w stacje paliw traktowane jako centra convenience.

Dzisiejszy konsument ceni elastyczne dopasowanie oferty do jego oczekiwań. Dlatego odpowiednio zaplanowany asortyment sklepów na stacjach bezynowych ma kluczowe znaczenie – dzięki niemu stacje paliw podnoszą wartość koszyka zakupowego w sezonie.

Analiza zachowań konsumentów wskazuje na kilka przesunięć: mobilność i brak czasu stają się dominującymi motywacjami zakupowymi, a impulsywność staje się normą. Z tych powodów doświadczenie zakupowe przestaje być tylko transakcyjne – liczy się jakość obsługi, estetyka sklepu czy dostępność ekologicznych rozwiązań. Młodsze pokolenia wprowadzają też



Wydaje się, że w nadchodzącym czasie rozwój convenience będzie zależny od dalszego łączenia technologii z ofertą gastronomiczną i merchandisingiem sezonowym.

nowe oczekiwania związane z personalizacją i obecnością marek w kanałach cyfrowych. Dlatego też kolejnym istotnym trendem jest rosnące znaczenie technologii. Personalizacja komunikacji, dynamiczne ceny i automatyczne zamówienia asortymentowe realizowane za pomocą dostępnych narzędzi opartych na sztucznej inteligencji wspierają sprzedaż wygodnych produktów. Operatorzy stacji wykorzystują także te narzędzia, aby lepiej rozumieć klienta, optymalizować zapasy i promocje, co przekłada się na większe obroty i satysfakcję kupujących.

W ciągu roku od lipca 2024 do lipca 2025 konsumenci pokazali, że wybierają stacje paliw ze sklepami, w których czas jest najważniejszy, a oferta – zróżnicowana i nowoczesna. Impulsowe zakupy przekąsek i napojów stanowią ponad trzecią część transakcji, co napędza rozwój foodservice i świeżego asortymentu. Sieci inwestują nie tylko w materiały, lecz w lepsze doświadczenie klienta – od designu sklepu, przez technologie, po programy lojalnościowe.

Wydaje się, że w nadchodzącym czasie rozwój convenience będzie zależny od dalszego łączenia technologii z ofertą gastronomiczną

i merchandisingiem sezonowym. To elementy, które mogą zdecydować o przewadze konkurencyjnej. Ci operatorzy, którzy odpowiadają na zmieniające się zachowania konsumentów – dla których liczą się zakupy szybkie, impulsywne, ale i świadome – mają szansę nie tylko na udział w rynku, lecz na jego kształtowanie.

Rosnąca popularność napędów alternatywnych – szczególnie pojazdów elektrycznych – ma bezpośredni wpływ na funkcjonowanie stacji paliw. Kierowcy samochodów elektrycznych spędzają więcej czasu na ładowaniu, co przekłada się na wydłużony czas pobytu na stacji. Dla operatorów to szansa, ale i wyzwanie – powinni pomyśleć o tym, jak stworzyć przestrzeń, która zatrzyma klienta na dłużej i jednocześnie odpowie na jego potrzeby.

Przyszłość na stacji – jak zmieni się rola sklepów convenience?

Przyszłość convenience to większa koncentracja na komforcie i jakości doświadczenia zakupowego. Współczesny konsument – nawet ten w drodze – oczekuje świeżej, zdrowej i dobrze zaprezentowanej oferty. Stąd coraz większy nacisk na dania premium, opcje wegetariańskie, produkty lokalne i wysokiej jakości kawę z segmentu specjalty. Dobrze widziane są też strefy z miejscami do siedzenia, dostęp do Wi-Fi czy punktów coworkingowych – wszystko po to, by czas spędzony na stacji przestał być stratą, a stał się wartością.

Obserwujemy także wyraźne zbliżenie sklepów convenience do modelu znanego z kawiarni lub małych bistro. Sieci inwestują w jakość serwowanych posiłków, wprowadzają cieplejsze aranżacje wnętrz, a część stacji rozwija koncepty kulinarne z własną marką. W niektórych lokalizacjach

testowane są nawet automaty z daniami gotowymi na zamówienie czy ekspresowe stanowiska kuchenne z obsługą barystyczną. Przyszłość convenience to nie tylko szybko, ale coraz częściej szybko i dobrze.

Nie bez znaczenia jest także technologia. Automatyzacja obsługi, rozwój aplikacji mobilnych i systemów lojalnościowych oraz integracja z systemami płatności bezgotówkowej mają kluczowe znaczenie dla wygody klienta. Coraz więcej stacji testuje możliwość zamówienia kawy lub przekąski z poziomu aplikacji i odbioru jej w kilka minut bez czekania w kolejce. W niedalekiej przyszłości sklepy convenience mogą nawet funkcjonować bezobsługowo – jako zautomatyzowane punkty, czynne 24 godziny na dobę.

Jednocześnie nie można zapominać o lokalnym kontekście. Przyszłość convenience będzie różna w zależności od lokalizacji. Inne potrzeby mają klienci miejskich stacji przy biurkach, inne – kierowcy tirów przy trasach przelotowych, jeszcze inne – mieszkańcy mniejszych miejscowości, dla których stacja paliw pełni też rolę sklepu pierwszej potrzeby. Elastyczność i umiejętność dopasowania oferty do konkretnego otoczenia staną się jedną z kluczowych kompetencji operatorów.

W nadchodzących latach możemy więc spodziewać się, że sklepy convenience na stacjach paliw przestaną być dodatkiem do dystrybutora. To one będą przyciągać klientów – nie tylko kierowców. Wraz z dalszym rozwojem elektromobilności, trendami prozdrowotnymi i rosnącym oczekiwaniem jakości, convenience stanie się nowym centrum usługowym przy drodze – miejscem, gdzie można się zatrzymać nie tylko po paliwo, ale po doświadczenie, które się pamięta.

GŁOS RYNKU

Kierunki rozwoju, oczekiwania

Osiągnęliśmy ważne kamienie milowe

IRMINA KARPIŃSKA

DYREKTOR DS. MARKETINGU I SPRZEDAŻY POZAPALIWOWEJ
AMIC ENERGY

W ostatnim roku bardzo mocno postawiliśmy na rozwój naszej pozapaliwowej części działalności wzmacniając znaczenie własnego konceptu gastronomicznego Food Point, współpracy z amerykańskimi

oraz na platformach dostaw traktujemy jako strategiczny obszar wzmacniania wartości marki oraz budowania długofalowych relacji z klientami. Takie są oczekiwania konsumentów i trendy rynkowe, dlatego segment gastronomiczny i usługowy odgrywa coraz większą rolę w całym modelu operacyjnym stacji paliw.

Zeszły rok i początek 2025 to modernizacja naszego autorskiego konceptu gastronomicznego Food Point – zmieniliśmy kolorystykę na energetyczny żółty oraz poprawiliśmy komfort w strefie konsumpcyjnej.

Równocześnie rozszerzaliśmy ofertę słodkich przekąsek o różne ciastka i racuchy, dodaliśmy do oferty napojów: mrożone kawy, shake'ę i granity, wprowadziliśmy sezonowy smak Big Doga z kiełbaską grillowaną. Znacząco też rozszerzyliśmy asortyment marki

własnej. Do rodziny IMPET dołączyły napoje izotoniczne IMPET Isotonic – propozycja dla osób aktywnych, dostępna w dwóch smakach: wielowocowym i cytrynowym oraz woda mineralna w trzech wariantach: niegazowana, gazowana i lekko gazowana. Nową szatę graficzną i udoskonaloną recepturę mają też nasze napoje energetyczne klasyczny IMPET Energy Drink, cytrynowy IMPET Mojito i bezcukrowy IMPET Zero.

W minionym roku osiągnęliśmy ważne kamienie milowe we współpracy z naszymi globalnymi partnerami gastronomicznymi. Otworzyliśmy 70. restaurację Subway w naszej sieci, co potwierdza naszą silną pozycję jako największego franczyzobiorcy Subway w Polsce. Równocześnie rozwijaliśmy współpracę z SBARRO, otwierając 10. pizzerię w Polsce w ramach naszej sieci, a także uruchamiając pierwsze w kraju SBARRO w formule drive thru – przełomowy projekt łączący jakość restauracyjną z wygodą obsługi dla kierowców. Te inwestycje pokazują nasze zaangażowanie w oferowanie klientom znanych i lubianych na całym świecie conceptów

gastronomicznych w nowoczesnym, stacijnym wydaniu.

Dzięki naszym intensywnym działaniom promocyjnym, głównie za pośrednictwem aplikacji AMIC Club sprzedaż w segmentach nonfuel utrzymywała trend wzrostowy. Szczególnie dobre wyniki odnotowaliśmy w kategoriach: kawa i ciepłe przekąski, a także w szybko rotujących produktach sklepowych, takich jak napoje, słodkie czy produkty „na drogę”. Klienci coraz chętniej korzystają z oferty gastronomicznej Subway i SBARRO, zarówno na miejscu, jak i z dostawą do domu co przekłada się na rosnącą wartość koszyka zakupowego. Użytkownicy naszej aplikacji otrzymywali regularnie kupony rabatowe na ofertę gastronomiczną i sklepową, aby podczas wizyty na stacji w celu zatankowania mogli także zaspokoić inne potrzeby.

Mimo wyzwań związanych z rosnącymi kosztami operacyjnymi, udało się utrzymać konkurencyjność cenową, elastyczność asortymentową i wysoką jakość produktów. Dzięki temu obszar pozapaliwowy pozostał stabilnym i rosnącym źródłem naszych przychodów.



partnerami Subway i SBARRO oraz oferty sklepowej i usług dodatkowych.

Ofertę gastronomiczną dostępną na naszych stacjach

Dopasowujemy się do preferencji klientów

BIURO PRASOWE
CIRCLE K

W minionych dwunastu miesiącach działalność non-fuel pozostawała jednym z priorytetowych obszarów rozwoju Circle K w Polsce. Skoncentrowaliśmy się na działaniach ukierunkowanych na poprawę efektywności sprzedaży, optymalizację przestrzeni handlowej oraz lepsze dopasowanie ofer-

nowości sezonowe, w tym produkty pod marką własną, które odpowiadają na rosnące zainteresowanie lokalnymi i unikalnymi propozycjami.

Z drugiej strony widzimy stopniowy spadek sprzedaży w tradycyjnych kategoriach, takich jak prasa czy wybrane słodkie impulsowe, co jest konsekwencją zmieniających się preferencji klientów oraz trendu cyfryzacji. W tych obszarach podejmujemy działania optymalizujące, dostosowując przestrzeń do bardziej perspektywicznych segmentów.

W zakresie działań wspierających sprzedaż skupiliśmy się na rozwoju programów lojalnościowych, promocjach a także na inwestycjach w technologie poprawiające doświadczenie zakupowe.

Na sprzedaż pozapaliwową wpływały w analizowanym okresie głównie czynniki zewnętrzne o charakterze ekonomicznym, przede wszystkim utrzymująca się inflacja, rosnące ceny usług i produktów spożywczych oraz większa wrażliwość klientów na cenę jednostkową. Te okoliczności premiowały dobrze wycenione oferty marek własnych i produktów impulsowych.

W okresie sierpień 2024 – sierpień 2025 skupiliśmy się na poprawie jakości oferty, optymalizacji układu sklepu, promocjach i promowaniu programu lojalnościowego. Konsekwentnie budujemy pozycję Circle K jako wygodnego punktu zakupowego w podróży z szeroką i dopasowaną ofertą pozapaliwową.



ty produktowej do zmieniających się preferencji klientów. Działania te były efektem przemyślanej strategii usprawnień operacyjnych.

Obserwowaliśmy również wyraźny wzrost sprzedaży w kluczowych kategoriach convenience, szczególnie w segmencie świeżych produktów spożywczych oraz dań typu food-to-go, które są coraz częściej wybierane przez klientów poszukujących szybkich, ale jakościowych rozwiązań gastronomicznych. Pozytywny trend utrzymuje się również w kategoriach napojów gorących, które pozostają jednym z filarów naszej oferty pozapaliwowej, oraz w asortymencie produktów premium, takich jak przekąski czy napoje funkcjonalne. Dobrze przyjęły się także

Systematycznie monitorujemy trendy rynkowe

PIOTR SUCHODOLSKI

DYREKTOR WYKONAWCZY DS. MARKETINGU KOMERCYJNEGO
ORLEN

W marcu tego roku usługi aplikacji ORLEN Pay zostały przeniesione do aplikacji ORLEN VITAY. Przy przejściu na ORLEN VITAY zachowana została pełna funkcjonalność konta ORLEN Pay, w tym historia płatności oraz wcześniej podłączone karty płatnicze. Integracja usług w ramach aplikacji ORLEN VITAY jest częścią długoterminowej strategii ORLEN do 2035 roku, mającej na celu optymalizację i rozwój usług mobilnych.

Dzięki rozwojowi programu VITAY klienci Grupy ORLEN docelowo będą mieli kontakt z jedną infolinią, jednym biurem obsługi, jedną stroną internetową i jedną aplikacją, poprzez które będą mogli zaspokoić wszystkie swoje potrzeby, nabywając usługi i produkty oferowane przez spółkę. Tylko w pierwszym kwartale br. zanotowaliśmy wzrost o 200 tysięcy liczby aktywnych użytkowników aplikacji VITAY.

ORLEN realizuje strategiczny rozwój segmentu Consumers&Products w oparciu o systematyczny monitoring trendów rynkowych oraz implementację innowacyjnych rozwiązań, które odpowiadają rosnącym wymaganiom jakościowym klientów. Spółka utrzymuje pozycję lidera w tym obszarze działalności.

Proces wprowadzania nowych produktów do oferty

obejmuje szczegółową analizę składu oraz właściwości żywieniowych, uwzględniając zwiększone zapotrzebowanie konsumentów na produkty spożywcze o obniżonej zawartości cukru oraz wysokiej wartości odżywczej.

ORLEN konsekwentnie rozbudowuje sieć stacji w formacie restauracyjnym, oferujących rozszerzoną gamę dań śniadaniowych i obiadowych przeznaczonych dla całych rodzin. Asortyment obejmuje zupy, dania mięsne i rybne, naleśniki w różnych wariantach, desery



oraz wyselekcjonowane kawy.

Koncepcja gastronomiczna łączy elementy lokalnej tradycji kulinarnej z inspiracjami międzynarodowymi, zapewniając ciągłe wzbogacanie oferty. Produkty przygotowywane są przez wykwalifikowaną kadrę z wykorzystaniem świeżych składników pochodzących m.in. od polskich dostawców regionalnych. Spółka systematycznie poszerza asortyment wegietariański, realizując strategię

różnorodności produktowej dostosowanej do zróżnicowanych preferencji klientów.

ORLEN rozwija swoją ofertę pozapaliwową poprzez zróżnicowane działania promocyjne i kampanie marketingowe. Przykładem takiej inicjatywy była kampania „Daj gryza!”, w ramach której klienci otrzymali za pośrednictwem aplikacji ORLEN VITAY dostęp do promocyjnych zestawów gastronomicznych w cenie już od 15,99 zł. Akcja promocyjna objęła większość z blisko 2000 stacji paliw ORLEN na terenie Polski. Wysokie wykorzystanie kuponów w aplikacji ORLEN VITAY potwierdziło skuteczność tej inicjatywy oraz jej pozytywny odbiór wśród szerokiego grona odbiorców.

Udział sprzedaży pozapaliwowej systematycznie rośnie i stanowi obecnie istotny element struktury przychodów. Z roku na rok obserwujemy duży wzrost udziału sprzedaży oferty gastronomicznej. Hot dog nieprzerwanie pozostaje jej liderem, natomiast znacząco rośnie także sprzedaż innych

przekąsek, w tym zapiekanek, burgerów, pizzy oraz pełnych dań śniadaniowych i obiadowych.

Wśród klientów, systematyczny wzrost popularności odnotowuje segment myjni samochodowych. W odpowiedzi na rosnące zapotrzebowanie na usługi mycia automatycznego, ORLEN konsekwentnie rozbudowuje sieć punktów obsługi, równoległe podnosząc standardy jakościowe świadczonych usług. W 2024 roku wdrożyliśmy innowacyjny standard ORLEN PROTECT WASH – rozwiązanie zaprojektowane z uwzględnieniem bezpieczeństwa użytkowników oraz ochrony środowiska. Implementacja nowego standardu stanowi element realizacji strategii zrównoważonego rozwoju spółki, obejmującej minimalizację wpływu działalności na środowisko naturalne poprzez zastosowanie ekologicznych technologii i procesów. Stacje wyposażone w myjnię ORLEN PROTECT WASH wykazały znaczący wzrost obrotów w segmencie usług dodatkowych.

i zakresu dostępnych produktów oraz usług.

Na kształtowanie sprzedaży pozapaliwowej miały też wpływ różne czynniki zewnętrzne. Z jednej strony rosnąca konkurencja ze strony sieci gastronomicznych i convenience, z drugiej – zmiany w stylu życia konsumentów: większa mobilność, chęć zaoszczędzenia czasu, wzrost znaczenia jakości i wygody. Widzimy też wzrost wrażliwości cenowej – klienci coraz częściej szukają promocji i porównują ceny. To powoduje konieczność optymalizacji oferty, np. poprzez ograniczanie mniej rotujących kategorii, jak prasa czy niektóre akcesoria dla kierowców, na rzecz oferty dopasowanej do realnych potrzeb. W zeszłym roku utrzymującym trendem dalej był smart shopping – promocje były i są ważnym elementem angażowania i pozyskiwania lojalności klientów.

Od lat elementem wyróżniającym nas jest kompleksowość oferty – klient, który wjeżdża na naszą stację, może nie tylko zatankować, ale też napić się dobrej kawy, coś zjeść, zrobić szybkie zakupy czy skorzystać z myjni. W tym celu sukcesywnie rozwijamy naszą ofertę convenience, zarówno w obszarze sklepowym, jak i gastronomicznym.

Zwracamy też uwagę na zmieniające się misje zakupowe i lokalizacje – w miastach koncentrujemy się na modelu „fast in, fast out”, gdzie klient w ciągu kilku minut może załatwić wszystko, czego potrzebuje. Strefa „Fast Lane” od wejścia do kasy to przykład efektywnego zagospodarowania przestrzeni pod kątem najczęściej wybieranych produktów.

We wspomnianym okresie wyniki sprzedażowe

w poszczególnych kategoriach były zgodne z naszymi założeniami, a w kluczowych obszarach – takich jak gastronomia, kawa, świeża żywność czy convenience – przekroczyliśmy zakładane cele. Szczególnie dobrze wypadły produkty impulsowe i „on the go” – kanapki,



sałatki, ciepłe przekąski, a także kawa w formacie baristycznym. Stacje są dziś drugim – po domu – miejscem, gdzie klienci wybierają kawę. Dlatego poza gwarancją jakości stawiamy też na nowości w naszej ofercie Wild Bean Cafe – oferujemy klientom wybór dwóch rodzajów ziaren kawy, kilka typów mleka, w tym alternatywy roślinne oraz możliwość personalizacji smaków dzięki dodatkom i sezonowym syropom. Niezmiernie uznaniem klientów cieszą się produkty z selekcji Makłowicz. Klient oczekuje dziś wygody i jakości, ale też ciekawych nowości i my te oczekiwania spełniamy.

Nasze sklepy na stacjach to nowoczesna propozycja typu convenience. Kluczowym elementem rozwoju było wdrożenie modelu Easy Auchan – obecnie działa już ponad 100 takich punktów w naszej sieci. Klienci mają do wyboru ponad 300 unikalnych produktów marki Auchan – w tym produkty świeże, spożywcze, przemysłowe czy sezonowe. Widzimy, że model ten świetnie odpowiada na potrzeby konsumentów

Wyróżniamy się kompleksowością oferty

EWA WADAS
SENIOR TRADING MANAGER
BP POLSKA

Nasze działania w obszarze pozapaliwowym są wynikiem konsekwentnie realizowanej strategii, opartej na analizie zmieniających się trendów rynkowych oraz oczekiwań klientów. Skupiamy się na tym, by każdy aspekt wizyty na stacji bp był wartościowym

doświadczeniem, odpowiadającym na potrzeby współczesnych, coraz bardziej wymagających i mobilnych konsumentów.

W okresie od sierpnia 2024 r. do sierpnia 2025 r. obserwowaliśmy dynamiczny rozwój tej części oferty – zarówno pod względem sprzedaży, jak

i wspiera realizację misji zakupowych: szybkie zakupy po drodze, uzupełnienie zapasów, impulsowe potrzeby. Szczególny nacisk położyliśmy na rozwój kategorii świeżej żywności i dań gotowych – kategorii najczęściej wybieranej przez Polaków.

Rok 2024/2025 był również okresem intensywnego wdrażania rozwiązań cyfrowych. Wprowadziliśmy 113 kas samoobsługowych w 99 lokalizacjach oraz kontynuowaliśmy rozwój aplikacji BPme, która jest dziś jednym z naszych kluczowych narzędzi budowania relacji z klientem. Ma już ponad 1,5 mln pobrań i aktywnie wspiera sprzedaż dzięki funkcjom takim jak wyzwania zakupowe (złotówkowe, litrowe, produktowe czy transakcyjne), zbieranie punktów, kupony rabatowe i promocje. W aplikacji klient może nie tylko zaoszczędzić, ale też w pełni zarządzać swoimi korzyściami – co znacząco wpływa na lojalność i częstotliwość wizyt.

Nasze działania wzmacniają także aktywności promocyjne i partnerskie. Przez cały rok prowadziliśmy szeroko zakrojone akcje promocyjne – zarówno w aplikacji, jak i bezpośrednio na stacjach – oraz rozwijaliśmy

współpracę z partnerami, m.in. Auchan, T Mobile a także z partnerami zewnętrznymi w obszarze food delivery. Znaczącym wyróżnieniem było również zdobycie Złotego Godła w programie Laur Konsumenta/Laur Klienta 2024 – za ofertę Wild Bean Cafe, co potwierdza pozytywny odbiór naszej oferty przez klientów.

Zrównoważony rozwój również pozostaje istotnym elementem naszej działalności. Sięgamy po składniki i produkty certyfikowane – np. kawa z certyfikatem Rainforest Alliance czy jajka z chowu bezklatkowego. W gastronomii stawiamy na efektywność procesów – szybsze pieczenie, ekologiczne opakowania, wygodne formaty „na wynos”.

Wierzymy, że przyszłość działalności convenience to dalsza digitalizacja, personalizacja oferty i wykorzystanie nowych technologii – w tym sztucznej inteligencji – do jeszcze lepszego zrozumienia potrzeb klientów. Nasze stacje zmieniają się z miejsc tankowania w nowoczesne punkty usługowe, handlowe i gastronomiczne – z wygodą, jakością i szybkością w centrum uwagi. To kierunek, który konsekwentnie rozwijamy.

przede wszystkim jakościowej pracy w obszarze oferty pozapaliwowej. To tu – w gastronomii, sklepach convenience, obsłudze klienta – widać, czy sieć rzeczywiście się rozwija, czy tylko rośnie. Nasza odpowiedź na zmieniający się rynek to bardzo dobra i jakościowa oferta, konkurencyjne ceny, świetna obsługa i technologie, które ułatwiają życie naszym klientom.

Na koniec 2024 r. sieć MOYA liczyła 500 punktów, umacniając pozycję trzeciej co do wielkości oraz najszybciej rosnącej sieci w kraju. To osiągnięcie jest potwierdzeniem skuteczności strategii, którą konsekwentnie realizujemy – MOYA rozwija się we wszystkich województwach, w modelu łączącym stacje własne (ok. 30%) i franczyzowe (ok. 70%). Rozbudowie infrastruktury towarzyszył również intensywny rozwój oferty pozapaliwowej, która stała się naszym istotnym wyróżnikiem. Z perspektywy biznesowej ma to duże znaczenie, bo sprzedaż pozapaliwowa nie tylko odpowiada dziś za znaczącą część przychodów stacji, ale też wpływa na zadowolenie, i tym samym, lojalność klientów. Dlatego skoncentrowaliśmy się na dalszym wzmacnianiu tych obszarów – od gastronomii, przez ofertę sklepową i usługi, po rozwój elektromobilności, aby odpowiadać na zmieniające się potrzeby klientów i budować przewagę konkurencyjną.

Trendy? Komfort i oszczędność czasu

Obserwujemy wyraźny trend upraszczania całego procesu zakupowego. Rynek convenience i stacji paliw coraz silniej opiera się dziś na trzech filarach: szybkim dostępie do usług, przewidywalnej jakości i digitalizacji. Kierowcy oczekują, że wszystko, od tankowania przez

zakup kawy po płatność, będzie proste, sprawne i dostępne bez zbędnych formalności. Dlatego stale rozwijamy naszą aplikację dla klientów indywidualnych Super MOYA oraz kartę flotową MOYA firma. Oba rozwiązania



to już dziś narzędzia multienergetyczne – umożliwiają płatności za paliwo, ładowanie EV, LPG, a także zakupy w sklepach i punktach Caffè MOYA. Dodatkowo, możliwość zbliżeniowej płatności telefonem bezpośrednio przy dystrybutorze to realna oszczędność czasu. MOYA firma jest ofertą znaną i sprawdzoną, ale nieustannie ją udoskonalamy. Obecnie odpowiada ona również na potrzeby jednoosobowych działalności i mikrofirm, oferując rozwiązania, które wcześniej były dostępne raczej dla dużych flot. My dostrzegliśmy tę lukę i odpowiadamy na nią. Nasze rozwiązanie pozwala im m.in. tankować bez gotówki, monitorować wydatki, upraszczać formalności dzięki zbiorczej fakturze, a także korzystać z rabatów i zbierać punkty lojalnościowe.

Gastronomia z charakterem

W obszarze Caffè MOYA stawiamy na jakość, świeżość i elastyczność. W minionym roku odnotowaliśmy bardzo dobre wyniki sprzedażowe. Nasze produkty limitowane, np. hot dog z białowieską kiełbaską spotkały się z dużym zainteresowaniem, a niektóre z nich stały

Klient w centrum uwagi. Jakość, która buduje lojalność

ANDRZEJ KONDYS

CZŁONEK ZARZĄDU

ANWIM S.A

DYREKTOR DS. OPERACYJNYCH

MOYA

Minione 12 miesięcy były dla MOYA czasem bardzo dobrym

nie tylko pod względem dynamiki wzrostu i osiągnięcia pozycji 3. sieci w Polsce, ale

się inspiracją dla innych sieci. To pokazuje, że trafiamy w oczekiwania klientów. Z sukcesem rozwijamy również strefę słodkich przekąsek. Wprowadziliśmy m.in. racuchy z serem i jabłkiem, ciepłe gofry oraz napój Babyccino. To drobne elementy, które budują doświadczenie marki. W trasie liczy się prosty, dobry smak i chwila wytchnienia, niezależnie od tego, czy jesteś kierowcą ciężarówki, czy jedziesz z rodziną na weekend. Ponadto klient chce dziś mieć wybór, stąd stawiamy na sezonowość oferty i produkty limitowane. Latem królują lemoniady i mrożona kawa, a zimą grzaniec bezalkoholowy czy gorąca czekolada. Nie zapominamy też o logistyce – wdrożyliśmy innowacyjny system zarządzania dostawami, by zagwarantować powtarzalną jakość w każdym punkcie.

Należy też pamiętać, że na nasz biznes w obszarze pozapaliwowym duży wpływ mają warunki pogodowe. Dłuższe weekendy, fala upałów, śnieżyce – to wszystko zmienia strukturę koszyka zakupowego. Nasze zespoły regionalne mają dużą elastyczność i mogą szybko dopasować ekspozycję, zatowarowanie i promocje do lokalnych warunków. Na tym polega siła franczyzy w MOYA. To również dlatego rozwijamy produkty marki własnej. Klienci szukają dobrej ceny, ale nie kosztem jakości. Dzięki skali operacyjnej możemy zapewnić atrakcyjną cenę, a klienci wracają, bo wiedzą, co kupują. Obserwujemy też, że stali klienci zaczynają przywiązywać się do konkretnych punktów, nie tylko ze względu na lokalizację, ale z uwagi na jakość obsługi. Czystość, sprawność, znajoma, uśmiechnięta twarz za ladą, to są dziś elementy często decydujące o powrocie.

Komunikacja oparta na zaufaniu

Rozwój naszej sieci idzie w parze z budowaniem silnej marki.

W czerwcu tego roku wystartowaliśmy z nową linią komunikacyjną „Wybór profesjonalistów”. Skupiamy się w niej na jakości naszych paliw – potwierdzonej certyfikatem TankQ i codziennie weryfikowanej przez tych, którzy nie mogą sobie pozwolić na kompromisy: ratowników, strażaków czy zawodowych kierowców. Ich codzienna praca, często w ekstremalnych warunkach, stawia wysokie wymagania wobec paliwa. Jeśli wybierają MOYA, to znaczy, że naprawdę jej ufają. Efekty nowej linii komunikacyjnej są już częściowo widoczne, choć na pełną ocenę jej wpływu trzeba jeszcze poczekać. Zauważamy większe zaangażowanie użytkowników aplikacji Super MOYA oraz wzrost liczby odwiedzin na stacjach. To pokazuje, że konsekwentny przekaz oparty na wiarygodności i historiach profesjonalistów trafia do odbiorców i wzmacnia pozycję marki.

Elektromobilność – inwestycja w przyszłość

Rozwój elektromobilności pozostaje dla nas jednym z kluczowych kierunków. Tylko w tym roku uruchomiliśmy już 50 nowych punktów ładowania MOYA energia – do końca 2025 planujemy przekroczyć liczbę 130, a na koniec 2026 mieć 500 punktów własnych. Równolegle, nasi klienci mają już dziś dostęp do 4000 punktów partnerskich, przy czym w ciągu ostatniego roku liczba ta się podwoiła. Priorytetem są dla nas szybkie i ultraszybkie ładowarki, które realnie odpowiadają na potrzeby użytkowników. Ponadto, mamy bardzo atrakcyjną ofertę. Od lipca ceny ładowania w punktach MOYA energia zostały znacząco obniżone dla wszystkich użytkowników, a w sierpniu te bardzo korzystne stawki dostępne są dla użytkowników aplikacji Super MOYA

i programu MOYA firma. We wrześniu wprowadzimy nową funkcjonalność umożliwiającą wymianę punktów na ładowanie z rabatem sięgającym 50%. W przyszłym roku pojawią się pierwsze punkty dedykowane pojazdom ciężarowym, a wszystkie nasze stacje ładowania już dziś zasilane są w 100% energią z OZE. Jednocześnie tempo rozbudowy sieci ładowarek dostosowujemy do realnego popytu – instalujemy je tam, gdzie faktycznie są potrzebne, a ich liczba rośnie wraz ze wzrostem liczby

aut elektrycznych na drogach.

Rozbudowa oferty pozapaliwowej, rozwój elektromobilności, jakość obsługi i technologiczne udogodnienia – to ważne elementy naszej długofalowej strategii. Dobrze rozumiemy, w jakim kierunku podąża rynek. Uważnie słuchamy klientów i konsekwentnie inwestujemy w te obszary, które przesądzą dziś o wyborze stacji. Dzięki temu nie tylko powiększamy skalę działania, ale budujemy stabilną i nowoczesną markę.

Dać kierowcom coś więcej niż tylko paliwo

IRENEUSZ JABŁONOWSKI
PREZES ZARZĄDU
HUZAR PSP

Każda z naszych stacji – mimo wspólnego logo i standardów – jest inna, dopasowana do lokalnych potrzeb. Rozwój segmentu non-fuel też przebiega różnie, w zależności od lokalizacji. Ale cel wszędzie jest ten sam: dać kierowcom coś więcej niż tylko paliwo.

Ostatni rok nie był może przełomowy, ale za to stabilny i pracowity. Odnotowaliśmy wyraźny wzrost w obszarze pozapaliwowym. Modernizowaliśmy sklepy i myjnie część obiektów została rozbudowana. Wielu partnerów odświeżyło wnętrza stacji – klienci to od razu zauważyli, co przełożyło się na większy ruch i sprzedaż. Widać, że inwestowanie w estetykę i funkcjonalność się opłaca.

Wprowadziliśmy też kilka nowości. Od kwietnia na

stacjach dostępna jest nowa wersja linii „Czyste Auto” – znane produkty w odświeżonym wydaniu. Nasz napój Huzar Energy Drink na dobre się zadomowił. Testowaliśmy sprzedaż kawy ziarnistej HUZAR, tej



samej, którą serwujemy z ekspresów. Planujemy poszerzyć markę własną o wodę i napoje izotoniczne. Na niektórych stacjach pojawiły się ładowarki do aut elektrycznych a także

punkty odbioru paczek. Szukamy pomysłów, by stacje były miejscem wygodnym, praktycznym i lokalnym.

Największy powód do zadowolenia? Kawa i gastronomia. Nasze kąciki „Najlepsza Kawa Huzar” notują stałe wzrosty. Klienci wiedzą, że dostaną u nas dobrą kawę w rozsądnej cenie – to nasz codzienny hit. Do tego ciepłe przekąski, hot-dogi, kanapki – wszystko się kręci, szczególnie latem.

Rok 2024 przyniósł też pewną stabilizację – popyt wrócił do poziomu sprzed pandemii. Inflacja i wysokie ceny paliw dały się we znaki, ale klienci zaczęli się do nich przyzwyczajać. Jesienią widzieliśmy lekkie spowolnienie – szczególnie przy drogich paliwach – ale wiosną 2025 sytuacja się odbiła. Wrócił optymizm, a wraz z nim ruch na stacjach.

Nie śpimy – konkurencja jest silna, koncerny inwestują w gastronomię i usługi. My mamy

przewagę lokalności i elastyczności. Działamy często tam, gdzie innych sklepów nie ma, a jesteśmy otwarci 7 dni w tygodniu. To się sprawdza. Na szczęście nie wróciły pandemiczne obostrzenia – mamy nadzieję, że ten czas już za nami. Sytuacja geopolityczna nadal wpływa na rynek paliw, ale segment non-fuel działa płynnie. Trudne czasy nauczyły nas pokory i odporności.

Podsumowując – działalność pozapaliwowa HUZAR idzie w dobrą stronę. Klienci doceniają nasze starania. Stacja HUZAR to coraz częściej miejsce, gdzie można zatankować, napić się dobrej kawy, coś zjeść, odebrać paczkę. To pokazuje, że obrany kierunek ma sens. Będziemy dalej robić swoje – rozwijać się lokalnie, wspierać się nawzajem i oferować klientom to, czego naprawdę potrzebują. HUZAR to dziś miejsce przyjazne nie tylko dla auta, ale i dla kierowcy.

W ostatnich miesiącach do naszej sieci dołączyło kilka kluczowych lokalizacji. Uruchomiliśmy pierwszą w Polsce stację AVIA działającą w standardzie MOP – w miejscowości Moczydło, przy trasie S7. To istotny krok w stronę obecności AVIA w najbardziej strategicznych punktach sieci dróg ekspresowych. Równolegle rozwijamy również markę AVIA Truck, skierowaną do kierowców pojazdów ciężarowych – uruchomienie kolejnej stacji w Krzywej przy autostradzie A4 (woj. dolnośląskie) to dowód na to, że stale rozwijamy koncept i myślimy także o zawodowych kierowcach TIR. Dużym zainteresowaniem cieszy się nasza aplikacja mobilna AVIA GO, która coraz mocniej zakorzenia się w codzienności kierowców. Jej funkcjonalność to jedno, ale prawdziwą siłą są realne korzyści, jakie oferujemy użytkownikom – szczególnie stałym klientom naszej sieci. Aplikacja, uruchomiona latem 2024 roku, pełni dziś rolę wygodnego programu lojalnościowego, zaprojektowanego z myślą o odpowiedzi na konkretne potrzeby – szybkie tankowanie, atrakcyjne rabaty i jasne zasady korzystania. Już w momencie rejestracji użytkownicy otrzymują rabat powitalny w wysokości 30 groszy na litrze – przy zakupie do 50 litrów dowolnego paliwa – a to dopiero początek korzyści. Można także korzystać z wielu specjalnych akcji promocyjnych w kategorii gastronomii i na wybrane produkty FMCG, wymieniając również zebrane punkty na nagrody.

Przykładem popularności aplikacji są nasze akcje specjalne, w tym cykliczna promocja „Paliwo za 4,99 zł/l”, która przyciąga kierowców w całej Polsce. W czasach, gdy średnia cena paliwa oscyluje w okolicach 6 zł/l, taka oferta wyraźnie wyróżnia się na rynku. Aby z niej

skorzystać, wystarczy pojawić się we właściwym miejscu i czasie – oraz mieć zainstalowaną aplikację AVIA GO. Dotychczas akcja była realizowana w wybranych lokalizacjach AVIA w formule pop-up, za każdym razem spotykając się z dużym zainteresowaniem lokalnych społeczności oraz mediów. Po roku obecności na rynku aplikacja AVIA Go zgromadziła już ponad 150 tys. aktywnych użytkowników -



Stale wzmacniamy obecność na rynku

PIOTR GINTER
DYREKTOR DS. ROZWOJU SIECI HANDLOWEJ
GRUPA UNIMOT

Rozwój sieci AVIA w Polsce nie zwalnia tempa – stale wzmacniamy naszą obecność na rynku, otwierając zarówno stacje w nowych lokalizacjach, jak i modernizując już funkcjonujące obiekty. Stawiamy na jakość i przemyślane decyzje – każdy nowy punkt pojawia się tam, gdzie spotykają się potrzeby kierowców z potencjałem miejsca. Dzięki temu nasza sieć liczy dziś ponad 140 stacji, z czego ponad 60 proc. działa w modelu

franczyzowym, który z powodzeniem łączymy z wysokimi standardami operacyjnymi.

Dla nas stacja paliw to już nie tylko miejsce do zatankowania samochodu – to przestrzeń, w której klient może na chwilę się zatrzymać, wygodnie zrobić zakupy, zjeść coś ciepłego, a następnie ruszyć dalej w trasę. To właśnie dlatego rozwijamy autorski koncept convenience i gastronomii Eat&Go, który wpisuje się w nowoczesny rytm podróży.

co potwierdza, że klienci szukają prostych, ale konkretnych rozwiązań, które realnie wpływają na ich codzienne wydatki.

Stawiamy również na optymalizację naszych stacji pod kątem odpowiedzialności społecznej i środowiskowej. Na stacjach AVIA wprowadzamy udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami, takie jak dostępność toalet, kasy pierwszeństwa, miejsca parkingowe oraz przestrzeń umożliwiającą swobodne poruszanie się na wózku. Z myślą o klientach w spektrum autyzmu wprowadzamy ciche godziny. Dbamy również o potrzeby rodzin z dziećmi, oferując m.in. kasy pierwszeństwa dla kobiet w ciąży oraz przewijaki. Konsekwentnie realizujemy również działania ograniczające wpływ na środowisko, takie jak zasilanie stacji panelami fotowoltaicznymi, który sukcesywnie pojawiają się na coraz większej liczbie naszych obiektów w całej Polsce.

Ponadto, z powodzeniem wdrożyliśmy także kilka inicjatyw, które budują nową jakość doświadczenia klienta. W ramach program „Pet Care on the Go”, realizowanego wspólnie z Atelier Wartości, oferujemy bezpłatne apteczki pierwszej pomocy dla psów i kotów – dostępne na wybranych stacjach AVIA przy trasach szybkiego ruchu. Z kolei kampania „Nie marnujemy!” – prowadzona we współpracy z aplikacją Foods – objęła 48 z 50 naszych stacji własnych, umożliwiając odbiór paczek z produktami o krótkim terminie przydatności.

Nowym elementem w komunikacji marki AVIA stał się także brand hero – bernardyn Berni, który wspiera działania

edukacyjne i promujące bezpieczne podróże rodzinne. Z jego udziałem wdrożyliśmy „Paszport Młodego Podróżnika” oraz serię wydarzeń tematycznych na stacjach. Dzięki temu nasza oferta pozapaliwowa zyskała charakter spójnego, angażującego ekosystemu, który wspiera lojalność i pozytywne skojarzenia z marką.

Z perspektywy lipca 2025 roku wiemy jedno – siła nowoczesnej stacji paliw nie leży wyłącznie w jej ofercie produktowej, ale w całości doświadczenia klienta. Dlatego rozwój funkcji pozapaliwowej pozostaje dla nas jednym z priorytetów w budowie długoterminowej wartości sieci AVIA.

Cieszy nas także pozytywny efekt inwestycji w myjnię – zarówno w nowe lokalizacje, jak i modernizację już istniejących.

Nowoczesna przestrzeń sprzedaży i rozwój usług dodatkowych

W Shell modernizujemy przestrzeń sklepową, eksponując ofertę gastronomiczną oraz wprowadzając udogodnienia, takie jak możliwość dokonywania płatności bezpośrednio przy ekspresach. To rozwiązanie odpowiada na potrzeby klientów, którzy cenią sobie szybkość i wygodę zakupów. Rozwijamy również nasze usługi, w tym ofertę kurierską oraz sieć myjni. Jednocześnie chętnie podejmujemy współpracę z lokalnymi partnerami, co wzmacnia naszą pozycję na rynku i pozwala budować ofertę odpowiadającą lokalnym potrzebom.

Nowości w ofercie Shell

W minionym roku na stacjach Shell pojawiło się wiele nowości. Wzmacniamy także nasz program lojalnościowy Shell ClubSmart i jego funkcje w aplikacji mobilnej, co przekłada się na wygodę i większe zaangażowanie klientów. W sferze gastronomii stale rozbudowujemy ofertę – nowością jest

włoska pizza, nowe wersje lubianych hot dogów oraz gama napojów mrożonych, które powstały we współpracy z marką Magnum.

Strategia oparta na analizie potrzeb i inspiracjach rynkowych

Nasze wyniki w obszarze pozapaliwowym są pochodną wielu czynników zewnętrznych. Obserwujemy rosnące oczekiwania klientów, szczególnie w zakresie jakości i dostępności produktów gastronomicznych oraz usług „on-the-go”. Jako marka premium dbamy o to, by nasza oferta odpowiadała tym oczekiwaniom – zarówno pod względem jakości, jak i wartości odżywczych.

W Shell tworzymy naszą ofertę tak, by jak najlepiej odpowiadała na potrzeby klientów, zarówno tych tankujących, jak i tych, którzy odwiedzają nasze stacje po szybkie zakupy. Stale obserwujemy wzrost znaczenia rozwiązań cyfrowych, takich jak aplikacje mobilne, nowe metody płatności oraz automatyzacja procesów zakupowych. Stale śledzimy rynek i czerpiemy inspiracje od liderów branży convenience, poszukując nowych produktów i koncepcji.

Stabilny wzrost i silna pozycja gastronomii

MARCIN JACZYŃSKI

NON-FUEL RETAIL BUSINESS PARTNER
SHELL POLSKA

W ostatnich miesiącach koncentrowaliśmy się na intensywnym rozwoju segmentu gastronomicznego – obszar, który postrzegamy jako kluczowy w budowaniu pozytyw-

nych doświadczeń naszych klientów. Na stacjach Shell pojawiły się nowoczesne ekspresy do kawy, które oferują jakość porównywalną z najlepszymi kawiarniami. Co więcej, inwestujemy również w rozwój naszych pracowników – jednym z dowodów jest sukces naszej baristki, która zajęła drugie miejsce w międzynarodowych mistrzostwach kawowych w Holandii. Siłą Shell są nasi pracownicy. Dlatego konsekwentnie inwestujemy w rozwój ich kompetencji, co pozytywnie wpływa na codzienną jakość obsługi i realizację celów sprzedażowych.

Gastronomia pozostaje najmocniejszym segmentem naszej działalności pozapaliwowej – to efekt wieloletnich, konsekwentnych działań.

Konsekwentnie przekształcamy nasze stacje

PIOTR BELNIAK

DIRECTOR OF RETAIL SALES & OPERATIONS
MOL POLSKA

Oferta pozapaliwowa to nieustannie bardzo istotna część biznesu detalicznego. Jako stosunkowo bardziej stabilna i przewidywalna, ma potencjał

do balansowania marży paliwowej, która w znacznie mniejszym stopniu pozostaje pod naszą kontrolą.

W ostatnim roku obserwujemy kontynuację trendu



transformacji typowej stacji paliw w stronę coraz bardziej wszechstronnych centrów obsługi podróżnych. Na polskich stacjach konsekwentnie



rozrastają się strefy gastronomiczne. Coraz częściej nie wystarczy już w ofercie hot-dog i kawa z automatu, kierowcy coraz większą uwagę przywiązują do oferty świeżych produktów, zdrowych przekąsek czy wręcz, jak w przypadku stacji przy drogach szybkiego ruchu, wręcz pełnej oferty restauracyjnej. Oczekiwania konsumentów wyraźnie ewoluują w tym kierunku wpływając na rosnącą dynamikę wzrostu tego segmentu biznesu.

Również w MOL Polska widzimy, jak strefy gastronomiczne i wypoczynkowe rozrastają się kosztem tradycyjnych produktów takich jak akcesoria samochodowe. Dziś klienci coraz rzadziej szukają na stacjach płynów eksploatacyjnych i prasy, a coraz częściej oczekują świeżo wypiekanej pizzy i wyszukanych wariantów kawy z mlekiem roślinnym.

Obserwując ten trend konsekwentnie przekształcamy nasze stacje, by jak najlepiej odpowiadały na nowe potrzeby kierowców. Stale wprowadzamy nowe produkty, ale też przyciągamy konsumentów nowymi wariantami ich ulubionych przekąsek.

Ważną inicjatywą ostatnich tygodni jest nowa receptura hot doga na stacjach MOL Polska. Od lipca b.r. wszystkie hot dogi na naszych stacjach zawierają minimum 90% mięsa, co stanowi prawdopodobnie najlepszy wynik na rynku. Hot dog to ulubiona przekąska polskich kierowców – tylko w ubiegłym roku sprzedaliśmy ich w Polsce blisko 6 mln – dlatego szczególną wagę przywiązujemy do tej kategorii produktowej. Jedną z bardzo dobrze przyjętych przekąsek na naszych stacjach był też pizza wrap, czyli połączenie włoskiej pizzy i wygodnego do zjedzenia w drodze wrapa. Produkt ten zafundował nie tylko podniebieniami polskich kierowców, ale i sercami jurorów licznych branżowych konkursów.

W ofercie pozapaliwowej widzimy jednak znacznie głębsze zmiany na poziomie oferty produktowej, w której rosną takie kategorie, jak napoje energetyzujące, słodczyce czy zdrowa żywność, jak woda witaminizowana i przekąski proteinowe. Rosną również usługi, a na stacjach coraz częściej pojawia się nie tylko myjnia czy bankomat, ale też automaty kwiatowe, sushi czy automaty paczkowe.

W rozwoju tych kategorii doskonale wspiera nas jeden z najbardziej nowatorskich programów lojalnościowych na polskim rynku – MOL Move. Nasze liczne promocje, loterie i programy rabatowe, aktywnie wspierane za pośrednictwem aplikacji lojalnościowej, trafiają bezpośrednio na urządzenia ponad 1,5 mln użytkowników. Konsekwentnie rozwijamy ten kanał komunikacji z klientami, upatrując w nim wyjątkowych możliwości rozwoju, m.in. dzięki personalizacji ofert i jeszcze lepszemu dotarciu do konsumentów.

MONIN®

Tropikalna przyjemność smaku



Puree MONIN Kokosowe.



Odkryj nasze przepisy

REKLAMA

www.moninpolska.pl



inspiracje koncepty receptury

NASZA OFERTA JEST STALE AKTUALIZOWANA

Obserwujemy, jak stacje paliw stają się lokalnymi hubami zakupowymi i gastronomicznymi. Kluczowa będzie jakość oferty kawowej, dań i przekąsek, ale też selekcja produktów uzupełniających – łączących funkcjonalność i element zaskoczenia.

ANDRZEJ SZULĘCKI
PREZES ZARZĄDU
EXC MOBILE POLSKA

Ocena kondycji firmy w obliczu aktualnej sytuacji makroekonomicznej

Mimo niełatwej sytuacji makroekonomicznej – inflacji, rosnących kosztów pracy i prowadzenia działalności, nieuczciwej konkurencji z Chin, która – przez portale takie jak Temu – sprzedaje produkty niespełniające norm europejskich oraz zaburzeń łańcucha dostaw związanych z sankcjami ze strony Rosji – konsekwentnie realizujemy swoją strategię, co pozwala nam ze spokojem patrzeć w przyszłość. Rozwijamy sieć dystrybucji – nie ma miesiąca, żeby nie dołączył do nas nowy klient. Aktualizujemy asortyment – nowe ładowarki, uchwyty, kable. Stosujemy unikalne dla tego asortymentu formy ekspozycji, która przez swoją atrakcyjność zwiększa rotację produktów. Wspieramy sprzedaż poprzez aktywność w social mediach. Wszystkie te działania powodują, że lokomotywa eXc jedzie coraz szybciej.

Kluczowe inicjatywy i inwestycje w sektorze stacji paliw

Rozumiemy specyfikę tego kanału – zakupy są impulsowe,



bo klient często przyjeżdża tylko z zamiarem zatankowania samochodu, a przestrzeń ekspozycyjna – ograniczona. Trudno zaprezentować cały concept. Mamy dosłownie chwilę, żeby przyciągnąć uwagę konsumenta, a potem „zachęcić go do zakupu”. I na tym skupiamy się w tym roku – pracujemy nad poprawą komunikacji do klienta. Nasze

opakowania akcesoriów przechodzą redesign, by w jeszcze prostszy sposób przekazywać naszą misję i wartości produktów. Na ekspozytorach umieszczamy materiały informacyjne, które wspomagają ten proces. Dopracowaliśmy niemal do perfekcji formy ekspozycji – poza stojakami podłogowymi oraz naładowymi w różnych rozmiarach mamy

dedykowane krawaty i kolorowe displaye. Nasze zapachy do wewnątrz, umieszczone na stojaku z plexi, można testować jak w perfumerii. Wszystko po to, by poprawić doświadczenia zakupowe konsumentów i zwiększać sprzedaż.

Perspektywy rynku stacyjnego w 2025 roku

Obserwujemy, jak stacje paliw stają się lokalnymi hubami zakupowymi i gastronomicznymi. Kluczowa będzie jakość oferty kawowej, dań i przekąsek, ale też selekcja produktów uzupełniających – łączących funkcjonalność i element zaskoczenia. Coraz większe znaczenie będą mieć tzw. „produkty impulsowe z sensem” – nowości, które przyciągają uwagę, ale nie na chwilę. Dlaczego? Bo poza tym, że są atrakcyjne, jednocześnie są przydatne. Taką kategorią są akcesoria gsm – kable, ładowarki, uchwyty, ale też np. breloki do kluczy, które potrafią realnie zwiększyć obrót. Jesteśmy marką, która zna mechanizmy zakupów spontanicznych i wspólnie znajdujemy z naszymi Partnerami przestrzeń do generowania dodatkowej sprzedaży.

Wpływ cyfryzacji**i zrównoważonych rozwiązań**

Budujemy markę, która żyje w cyfrowym świecie – jesteśmy aktywni w mediach społecznościowych – TikTok, Instagram, Facebook, LinkedIn. Tworzymy społeczność, którą odsyłamy do naszych Partnerów. To część naszej strategii komunikacyjnej – obecność klienta w cyfrowym kanale to dziś pierwszy krok do zakupu offline. Uczestniczymy też w programach lojalnościowych naszych klientów.

W obszarze zrównoważonego rozwoju działamy na wielu poziomach. Współpracujemy wyłącznie z certyfikowanymi dostawcami, nasze produkty przechodzą rygorystyczne testy jakościowe, a opakowania – produkowane lokalnie – zawierają nawet do 70% mniej plastiku niż rozwiązania konkurencji. Optymalizujemy logistykę, używamy ekologicznych wypełniaczy, a nasze opakowania do e-commerce spełniają założenia #BEZPLASTIKU

i #ZEROWASTE. Dążymy do tego, by zrównoważony rozwój był dla nas czymś codziennym – a nie tylko deklaracją.

Nowe produkty i usługi w ofercie

Nasza oferta jest stale aktualizowana – chcemy być zawsze o krok przed zmianami. Reagujemy na zmieniające się trendy, wymagania konsumentów i nowe standardy rynkowe. Gdy ładowarki stają się mniejsze i tańsze – dostosowujemy się. Gdy

użytkownicy chcą cieńszego kabla WHIPPY – słuchamy ich i wdrażamy nową wersję. Zmiany nie dotyczą tylko funkcji – pracujemy także nad kolorystyką, bo wiemy, jaką moc mają kolory. W końcu... my to kolory, kolory to emocje a emocje to życie! Wśród nowości warto wymienić m.in. breloki do kluczy – drobny, impulsowy produkt, który świetnie działa na stacji. Mała rzecz, a cieszy – jak większość naszej oferty.

ROLA NOWOCZESNYCH, ENERGOOSZCZĘDNYCH ZMYWAREK BĘDZIE ROSŁA

Dziś nie wystarczy dostarczyć sprzęt. Klienci oczekują kompleksowego wsparcia: doradztwa, szybkiego serwisu, dostępności części i przewidywalności kosztów. My sami również mamy wymagania wobec partnerów: liczy się transparentność, sprawna komunikacja i zdolność myślenia w kategoriach rozwiązań, a nie tylko dostaw

MARCIN WAJDA

DYREKTOR KOMUNIKACJI I MARKETINGU
WINTERHALTER POLSKA

Kondycja firmy w obliczu aktualnej sytuacji makroekonomicznej

Kondycję Winterhaltera oceniam dziś jako bardzo dobrą i pełną perspektyw. Rynek

stacji paliw dynamicznie się rozwija, a my jesteśmy częścią tej transformacji. Widać wyraźnie, że segment convenience food przechodzi prawdziwy rozkwit – klienci oczekują

nie tylko szybkiej kawy czy przekąski, ale pełnowartościowych posiłków serwowanych w przyjemnych warunkach i na porcelanowych naczyniach. Operatorzy coraz odważniej

inwestują w gastronomię, a to oznacza rosnące zapotrzebowanie na profesjonalne i niezawodne systemy zmywania. Dla nas to ogromna szansa. Nasze technologie, które realnie

KLIENCI STACJI OCZEKUJĄ WIĘCEJ

Rynek gastronomiczny w Polsce wciąż dynamicznie rośnie. Zmieniają się nawyki żywieniowe konsumentów – coraz częściej sięgają po szybkie, jakościowe jedzenie oraz napoje „w drodze”. To już nie tylko okazjonalna wizyta w restauracji – dziś ponad 90% Polaków regularnie korzysta z usług gastronomicznych, a średnia liczba wizyt rośnie z roku na rok.

ROBERT PADIASEK
COMMERCIAL DIRECTOR
SCM

Dla stacji paliw, które oferują rozbudowaną strefę gastronomiczną, to wyraźny sygnał: klienci oczekują coraz więcej – również w podróży. Liczy się nie tylko szybkość, ale i jakość, różnorodność smaków, nowoczesne rozwiązania oraz przystępna forma podania.

Widać silny wzrost zainteresowania:

- produktami gotowymi do podania, które nie wymagają wykwalifikowanego personelu (ważne przy brakach kadrowych),
- napojami niskocukrowymi, bezcukrowymi oraz bezalkoholowymi, odpowiadającymi na potrzeby pokolenia Z i millenialsów,
- nowoczesnymi formami podania, takimi jak koktajle blendowane, cold brew, nitro czy napoje typu bubble tea – coraz częściej obecnymi także poza dużymi miastami,
- oryginalnymi smakami i konceptami, takimi jak



pistacjowa czekolada (tzw. „dubajska”), matcha z truskawką lub kokosem czy orientalne desery.

Na ten trend odpowiada marka MONIN, wprowadzając

na rynek nową linię MIXER-ów – gotowych baz do najpopularniejszych koktajli (alkoholowych i bezalkoholowych), które wystarczy zmieszać z wodą i lodem. To rozwiązanie idealne

dla stacji paliw: łatwe wdrożenie, powtarzalna jakość, szybka obsługa klienta i brak potrzeby zatrudniania baristy czy barmana.

W obliczu ocieplenia klimatu, rośnie też zapotrzebowanie na zimne napoje – shake’i, frappe, smoothie – i to nie tylko latem. Dobrze zaprojektowane menu, bazujące na aktualnych trendach smakowych, może przyciągać lojalnych klientów i generować dodatkowy obrót.

Warto też zauważyć rosnące zainteresowanie produktami czystymi i naturalnymi – Monin odpowiada na to kategorią PURE, czyli syropami bez dodatku cukru i słodzików, oferującymi czysty smak owoców.

Podsumowując – gastro nomia to dziś istotny element oferty nowoczesnej stacji paliw. Klienci szukają jakości, wygody i nowości. Warto odpowiadać na te potrzeby mądrze dobranym asortymentem i rozwiązaniami, które są łatwe w obsłudze, a jednocześnie przyciągają i budują lojalność.

W OBLICZU ZMIAN RYNKOWYCH

Dla CK Complex klucz do sukcesu to nie tylko sprzedaż, ale też odpowiedzialność, elastyczność i długofalowe partnerstwa. W czasach zmieniających się przepisów i trendów rynkowych firma inwestuje w technologie, optymalizuje ofertę i wspiera uczciwy rozwój w segmencie stacji paliw. W rozmowie prezes zarządu, Paweł Szymański, opowiada o wartościach i strategii, które kierują działaniami spółki.

PAWEŁ SZYMAŃSKI
PREZES ZARZĄDU
CK COMPLEX

Jakie czynniki makroekonomiczne wpływają na działalność CK Complex?

CK Complex, jak każda firma w sektorze, działa w chwili obecnej w bardzo szybko zmieniającym się otoczeniu regulacyjnym. Na pewno nie wpływa ono pozytywnie na sytuację, ponieważ rodzi dużą niepewność wśród naszych partnerów biznesowych. Należy jednak podkreślić, że – co najważniejsze – obserwujemy stabilny wzrost sprzedaży do klientów końcowych, dlatego też sądzimy, że zawirowania na rynku będą miały charakter przejściowy. Co więcej, uszczelnianie przepisów, co zakładamy, będzie utrudniać działalność w szarej strefie, a to powinno sprzyjać uczciwym przedsiębiorcom w branży.

Jakie podjęliście kluczowe inicjatywy i inwestycje?

Stacje paliw to dla nas bardzo ważny segment, gdyż są to sieci licznych punktów sprzedaży typu convenience, oprócz oczywiście samych paliw. To właśnie stacje paliw stają się więc coraz ważniejszym kanałem dystrybucji dla wielu kategorii produktów, także tych z naszej oferty. Dlatego ściśle współpracujemy z naszymi partnerami w tym segmencie rynku w celu dobrania optymalnego asortymentu

dopasowanego do specyfiki lokalizacji, potrzeb klientów oraz aktualnych trendów konsumenckich, który będzie promował zwiększenie sprzedaży.

Jak oceniacie dynamikę rynku i główne kierunki jego rozwoju?

Nie jesteśmy oczywiście specjalistami od paliwowego rynku detalicznego, ale wydaje się, że rozwój sprzedaży towarów pozapaliwowych to strategia wszystkich działających na rynku sieci. Stąd też jesteśmy spokojni, że znajdzie się dla

nas przestrzeń do dalszego rozwoju. Wierzymy, że dzięki szybkiemu reagowaniu na warunki i trendy rynkowe będziemy mogli w pełni wykorzystać wspólny potencjał, wzmacniając swoją obecność w tym dynamicznie rozwijającym się segmencie. To jeden z naszych priorytetów.

W jaki sposób technologie oraz inicjatywy proekologiczne kształtują Państwa ofertę i relacje z klientami?

Dynamiczny rozwój technologii cyfrowych ma coraz większy wpływ na wiele działalności i nie inaczej jest z naszą. Staramy się nadążać za tym szybko rozwijającym się obszarem, bo widzimy jego potencjał i zależy nam na tym, by go jak najlepiej wykorzystać. Sukcesywne wdrażanie nowoczesnych narzędzi i rozwiązań oraz połączenie nowoczesnych technologii z odpowiedzialnym podejściem do biznesu to klucz do długofalowego sukcesu i wiarygodności. Nieobca jest nam również idea zrównoważonego rozwoju, bardzo zależy na tym, by szanować otaczający nas świat i działać odpowiedzialnie.

Jakie oczekiwania macie wobec swoich partnerów biznesowych?

Współczesny rynek wymaga elastyczności, ale także stabilności w relacjach biznesowych. Dla nas kluczowe słowo to od zawsze „partnerstwo”, które opiera się na przewidywalności, rzetelności i otwartej komunikacji. To chcemy i staramy się oferować naszym kontrahentom. Stawiamy na wzajemną transparentność w działaniu oraz gotowość do wspólnego poszukiwania rozwiązań. Postrzegamy te wartości jako naturalny element profesjonalnej

kooperacji, której cel stanowi przecież wspólny rozwój.

Jakie rozwiązania (produkty lub usługi) wprowadziliście w ciągu ostatnich 12 miesięcy?

Rynek ewoluje bardzo dynamicznie, a nowe przepisy,

zwłaszcza w zakresie akcyzy, wymusiły zmiany w dotychczasowych rozwiązaniach. Dotyczą one przede wszystkim urządzeń, dlatego aby sprostać wymaganiom rynku i przepisów, już na początku roku rozpoczęliśmy ściśle

współpracę z naszymi dostawcami oraz partnerami technologicznymi, przygotowując się do wprowadzenia zmian. Z dużą satysfakcją mogę powiedzieć, że jesteśmy gotowi na nową rzeczywistość, która zastanie nas już

1 września tego roku. Dla nas to nie tylko reakcja na nowe przepisy, ale również inwestycja w długofalową konkurencyjność. Nasi partnerzy będą mogli w pełni wykorzystać potencjał nadchodzących zmian.

SHOTY FUNKCJONALNE – MAŁY FORMAT, DUŻY ZYSK

Zmieniające się nawyki zakupowe i rosnące znaczenie produktów convenience sprawiają, że oferta na stacjach paliw musi ewoluować. Dziś klienci oczekują czegoś więcej niż klasycznych napojów czy przekąsek.

ARTUR CICHY
KEY ACCOUNT MANAGER
CHIAS BROTHERS EUROPE

Coraz częściej szukają szybkich i skutecznych rozwiązań, które odpowiadają na konkretne potrzeby takie jak regenerację po wysiłku, wzmocnienie odporności lub naturalną energię w trasie.

W te oczekiwania doskonale wpisują się shoty funkcjonalne, czyli skoncentrowane napoje o pojemności 60–100 ml. W przeciwieństwie do tradycyjnych energetyków, klienci wybierają je nie ze względu na pojemność czy smak, ale na zaspokojenie konkretnej potrzebnej w danej chwili funkcji.

Osoba „w trasie” szuka natychmiastowego efektu, a shoty dostarczają go w kompaktowej formie. Co więcej, trafiają w potrzeby nowego typu klienta: świadomego konsumenta, który poszukuje produktów o skutecznym działaniu.

Składniki takie jak imbir, kurkuma, adaptogeny czy miód

Manuka przestają być chwilowym trendem i stają się oczekiwanym standardem. W krajach azjatyckich, jak Japonia czy Korea, prozdrowotne shoty

są już elementem codziennych zakupów, a Polska i Europa dynamicznie nadrabiają ten dystans. Według Allied Market Research, globalny rynek

funkcjonalnych shotów ma osiągnąć wartość 2,3 mld USD do 2027 roku.

Ich kompaktowy format ułatwia ekspozycję impulsową od stref przy kasowych, przez ekspozytory „on-the-go”, po cross-selling przy alkoholach. Co kluczowe, shoty nie kanibalizują sprzedaży klasycznym napojom, lecz ją uzupełniają, powodując inkrementalny wzrost wartości całej kategorii.

Dla kupców i category managerów oznacza to realną szansę na zwiększenie wartości koszyka i marżowości, bez konieczności dużej reorganizacji półek.

Wysoka marżowość, elastyczność wdrożenia i rosnące zainteresowanie konsumentów czynią z shotów funkcjonalnych jeden z najbardziej obiecujących segmentów napojowych na dziś i w nadchodzących sezonach.





**Dział Komunikacji
Anwim S.A.**
media@anwim.pl
tel. +48 791 477 244

Anwim S.A. to jedna z największych polskich firm paliwowych, działająca na rynku od 1992 roku. Spółka prowadzi działalność w obszarze importu oraz hurtowego i detalicznego obrotu paliwami, logistyki paliw, a także rozwija ofertę w zakresie elektromobilności pod marką MOYA energia. Jest właścicielem sieci stacji paliw MOYA, tworząc ją od podstaw od 2009 roku. To obecnie trzecia co do wielkości sieć stacji paliw w kraju i liczy dziś ponad 520 punktów. Model biznesowy Anwim oparty jest na połączeniu stacji własnych oraz partnerskich – 70% sieci to obiekty franczyzowe zarządzane przez lokalnych przedsiębiorców. Część stacji funkcjonuje w formie Moya Express (bezobsługowe) lub jako stacje flotowe dla transportu ciężkiego. Od 2021 roku spółka prowadzi również działalność na rynku europejskim poprzez przejętą holenderską firmę The Fuel Company, operatora kart paliwowych akceptowanych w 18 krajach Europy.

Sieć stacji paliw MOYA: MOYA to marka należąca do niezależnej, polskiej spółki Anwim S.A., działającej na rynku paliw od 1992 roku. Tworzona od podstaw od 2009 roku, jest dziś trzecią co do wielkości siecią stacji paliw w Polsce i liczy ponad 520 punktów w całym kraju. Oferuje pełną gamę usług, od sprzedaży wysokiej jakości paliwa, przez własny koncept kawiarniano-gastronomiczny Caffè MOYA, sklep, myjnie po atrakcyjną ofertę dla klientów biznesowych. Wszystkie stacje działające w ramach sieci spełniają jednolite, wysokie standardy. Gwarancją jakości paliwa na stacjach w barwach MOYA jest niezależny program badania paliw TankQ. MOYA stawia na innowacje – rozwija aplikacje mobilne Super MOYA i MOYA firma oraz buduje infrastrukturę ładowania pojazdów elektrycznych pod marką MOYA energia, z planem udostępnienia do 2030 roku 10 tys. punktów ładowania w Polsce. Dynamiczny rozwój, partnerskie relacje z franczyzobiorcami oraz konsekwentne podnoszenie jakości usług sprawiają, że MOYA jest dziś jedną z najbardziej rozpoznawalnych i najszybciej rozwijających się marek na polskim rynku paliwowym.



**AVIA
Grupa UNIMOT**
Al. Jerozolimskie 142 A
02-305 Warszawa
tel. (22) 871-98-88
fax (22) 826-08-40
ug@unimot.pl
www.UNIMOT.pl



Grupa Unimot, która rozwija sieć stacji paliw AVIA, to największa polska niezależna grupa paliwowo-energetyczna, będąca jednocześnie liderem wśród niezależnych importerów paliw ciekłych i gazowych w kraju. Od grudnia 2016 roku spółka należy do stowarzyszenia AVIA International, dzięki czemu jako pierwsza polska firma uzyskała prawo do budowania i rozwoju sieci stacji paliw AVIA na terenach Polski i Ukrainy.

Info o franczyzie AVIA: AVIA to szwajcarska marka, prężnie rozwijająca się na polskim rynku – obecnie w kraju działa już ponad 85 stacji sygnowanych jakością AVIA, z czego większość oparta jest na zasadach franczyzy. AVIA oferuje swoim partnerom niezbędną wiedzę, elastyczne warunki współpracy i stałe doradztwo najlepszych specjalistów. Dołączając do sieci partner otrzymuje wypracowane na przestrzeni lat know-how oraz sprawdzony w praktyce model biznesowy, obejmujący, między innymi, nowoczesne podejście do projektu sklepowego i gastronomicznego, produkty marki własnej, dobór asortymentu w sklepie, szkolenia w zakresie merchandisingu oraz współpracę z dostawcami, wyspecjalizowanymi w obsłudze stacji paliw. Partnerstwo franczyzowe z Grupą Unimot daje także gwarancję dostępu do wiedzy z zakresu najnowszych trendów rynkowych i ich implementacji do stacyjnej oferty. AVIA to unikalny model biznesowy oraz nowoczesna kultura organizacyjna. Doskonała znajomość rynku stacji paliw oraz atrakcyjne warunki współpracy w oparciu o siłę Grupy Unimot są gwarancją sukcesu partnerów.



**Chias Brothers
Europe Sp. z o.o.**
ul. Wichrowa 1A
60-449 Poznań
Tel: 882 168 915
Mail: hello@chias.eu

Chias Brothers Europe to polska firma działająca od 2015 roku, specjalizująca się w produkcji i co-packingu shotów funkcjonalnych oraz suplementów diety. Nasze produkty są dostępne w ponad 15 000 punktach sprzedaży w Polsce i na rynkach międzynarodowych od Europy po Bliski Wschód i USA. Współpracujemy z wiodącymi sieciami handlowymi takimi jak Rossmann, Żabka, Stokrotka stacjami paliw m.in. Shell i sklepami specjalistycznymi np. Al. Capone. Oferujemy ponad 30 aktywnych produktów pod markami Welsom i Funady, łącząc zdrowie, smak i skuteczność. Wspieramy sprzedaż poprzez działania retail media oraz rozwiązania zwiększające rotację przy półce. Nasze standardy potwierdzają certyfikaty IFS Broker i Organic.



CK Complex Sp. z o.o.
ul. Naftowa 4
65-705 Zielona Góra

Firma CK COMPLEX, to młody, prężny zespół osób z kilkunastoletnim doświadczeniem i praktyką w handlu. Działalność naszej firmy skupia się na trzech płaszczyznach – imporcie i dystrybucji elektronicznych papierosów, produkcji i dystrybucji płynów do e-papierosów oraz imporcie i dystrybucji zapalniczek. W naszej ofercie elektronicznych papierosów znajdują się renomowane, znane na całym świecie marki takie jak SMOK, VAPORESSO, VOOPOO, ASPIRE i wiele innych. Jako CK COMPLEX jesteśmy producentem oraz dystrybutorem autorskich linii premixów oraz liquidów do elektronicznych papierosów. Nasz asortyment posiada pełną gamę smaków – od owocowych, przez deserowe po chłodzące. Produujemy płyny w najpopularniejszych na Polskim rynku pojemnościach – 10ml, 20ml i 50ml.



eXc mobile Polska
ul. Sękocińska 24
05-830 Nadarzyn
tel. 515-568-632
kw@excmobile.eu
www.eXcmobile.eu

Wywrócić do góry nogami kategorię kabli i ładowarek do telefonów komórkowych. Udowodniliśmy, że kolory mają moc. Jeżeli chcesz przekonać się jak wielką, zapraszamy Cię do grona naszych Partnerów. Zaufaj profesjonalistom! – od 19 lat pracujemy z największymi detalistami w tym kraju.



Farm Frites CEE
ul. Wileńska 37
84-300 Lębork
sprzedaz@farm-frites.pl
www.farmfrites.pl
FB: Farm Frites Polska

Farm Frites to rodzinna, dynamicznie rozwijająca się firma, producent wyrobów ziemniaczanych od 1971 roku, a od ponad 25 lat również w Polsce. Obecnie jest marką o zasięgu globalnym. Swoją myślą przewodnią „The fresh taste of the land”, Farm Frites podkreśla troskę o najwyższą jakość i bezpieczeństwo oferowanych produktów, a także o zadowolenie Klientów i najlepszy smak frytek na świecie.



FRANKE GROUP
Rafał Szyba
Business Development
Manager North Eastern Europe
tel. 600-204-970
rafal.szyba@franke.com
www.franke.com

Franke jest wiodącym światowym dostawcą produktów i usług dla kuchni domowych, segmentu usług gastronomicznych i sklepów ogólnospożywczych oraz branży profesjonalnego parzenia kawy. Jest reprezentowana na pięciu kontynentach za pośrednictwem ponad 60 firm. Około 8 000 pracowników nieustannie pracuje nad opracowywaniem innowacyjnych rozwiązań, aby sprostać obecnym i przyszłym potrzebom partnerów biznesowych i konsumentów. Franke łączy najnowocześniejszą technologię, funkcjonalną estetykę i zintegrowane usługi, aby dostarczać wydajne, inteligentne i zrównoważone rozwiązania.



SCM
ul. al. Jana Pawła II 11
00-828 Warszawa
tel. (22) 586-54-00
fax (22) 586-54-01
biuro@scmpoland.pl
www.scmpoland.pl

Firma SCM działa od września 2005 roku, a od lipca 2012 jest Wyłącznym Dystrybutorem Produktów Monin na Polskę. Główne obszary działalności firmy to: Rozwój i kreowanie nowych rozwiązań w kategorii produktów i napojów dla kanału HoReCa oraz doradztwo w zakresie ich przetwarzania; Zakupy i sprzedaż surowców rolnych oraz produktów gastronomicznych; Efektywne zarządzanie łańcuchem dostaw obejmującego produkty, opakowania i dystrybucję. Marka Monin jest obecnie uznawana za numer jeden na świecie na rynku syropów klasy Premium, puree owocowych oraz sosów deserowych. To zasługa ponad 105-letniego doświadczenia oraz bogatej oferty – ponad 250 smaków sprzedawanych w 150 krajach na świecie. Do produkcji wyrobów Monin wybierane są wyłącznie wyselekcjonowane i najlepsze owoce, kwiaty, przyprawy oraz orzechy. To sprawia, że powstają zawsze produkty wyjątkowej jakości o niepowtarzalnym smaku, kolorze i zapachu. Monin – naturalnie inspirujący. Rozwój Marki Monin w Polsce oraz szkolenia w zakresie kreacji i nowych rozwiązań w kategorii napojów, deserów oraz potraw blendowanych to obszar działania naszych Brand Ambasadorów. Jesteśmy obecnie w ciągu roku na 60 targach, eventach, konkursach i indywidualnych warsztatach. Kreujemy rozwiązania i sprzedajemy koncepty. Jesteśmy ekspertami w kategorii „beverage & food solution”. Od kwietnia 2016 r. SCM jest także wyłącznym importem i dystrybutorem profesjonalnych urządzeń do miksovania i mieszania napojów oraz potraw – marki Vitamix.



Winterhalter Gastronom Polska
ul. Krajobrazowa 2
05-074 Wielgolas Duchnowski
tel. (22) 773-25-52
biuro@winterhalter.com.pl
www.winterhalter.pl

Winterhalter jest ekspertem w dziedzinie przemysłowych systemów zmywania. Już od ponad 20 lat działalności na polskim rynku firma buduje pozycję lidera, oferując najwyższej jakości zmywarki przemysłowe, chemię oraz systemy uzdatniania wody dla każdego rodzaju biznesu gastronomicznego. Produkty firmy Winterhalter wyróżniają się innowacyjnością, wydajnością, łatwością użycia i perfekcyjnymi efektami zmywania zapewnianymi od dziesiątków lat w profesjonalnych kuchniach na całym świecie.



FARM FRITES®

FORWARD
fantastic oven fries



Najszybsze frytki z pieca

Innowacyjne frytki **Quick Oven Fries** to najszybsze frytki do profesjonalnych pieców i prawdziwy przełom w gastronomii. Złociste i chrupiące są gotowe już w kilka minut! Klienci będą zachwyceni.



- ★ ścisła kontrola porcji - w ofercie frytki **w opakowaniach 150 g**
- 🕒 błyskawiczny czas przygotowania - **z pieca już w 2 minuty!**
- 🌿 bezzapachowe przygotowanie

