

PETROL

... síla pro mobilitu

AdBlue®

Kapalina budoucnosti

Peter Beragg

Bagety a sendviče

Vysavače



THE REAL CAR WASH FACTORY

Když technika pomáhá
pěstovat individuální styl.



Otto Christ Wash Systems s.r.o.

Koterovská 175, 326 00 Plzeň

Tel.: 377 432 234, fax: 377 432 272

www.christ-ag.com

obchod@christ-ag.com

Christ
WASH SYSTEMS

Léto budiž pochváleno!

Letní prázdniny se pomalu končí. Období prázdnin bývá většinou obdobím tradičně velmi chudým na mediálně zajímavé události. A o konzervativnější je trh ropy, pohonných hmot a čerpacích stanic, o to mrtvolnější klid zde po čas prázdnin bývá. Nástup tradiční okurkové sezony narušila v samém začátku června výměna kapitánů na kapitánském můstku Unipetrolu. Po více než třech letech skončil jako předseda představenstva Marek Świtajewski a od 2. července ho nahradil Andrzej Modrzejewski. Świtajewski skončil také jako generální ředitel podniku. Pětašedesátiletý Modrzejewski ještě za éry levičovských vlád v letech 1999 až 2002 řídil státní společnost PKN Orlen, která Unipetrol vlastní.

Unipetrol se loni přehoupal do zisku sedm miliard a poprvé od roku 2007 vyplatil dividendu 5,52 korun na akcii. To ale způsobilo mezi menšinoými akcionáři na valné hromadě nebyvalý poprask, protože tak nízká dividendu nereflektuje stav, kdy Unipetrol je bez dluhů a navíc na účtech drží 10 miliard korun. Další bouří nevole akcionářů vyvolal Unipetrol zpětným odkupem Spolany Neratovice. Akcionáři se obávají, že se na Unipetrol jen přehodila odpovědnost za ekologické zátěže a nutnost investic do zastaralé chemičky.

A tak můžeme očekávat po prázdninách, že i v naší branži bude po prázdninách pořádně živo. Unipetrol možná bude čelit avizovaným žalobám ze strany minoritních akcionářů, očekává se oživení odstavené rafinérie v Kralupech po havárii, jejíž výpadek nakonec nezpůsobil prakticky žádné problémy v zásobování trhu pohonnými hmotami ani na vrcholu sezóny.

Na maloobchodním kolbišti se nečekají nějaké další velké přesuny po prodeji méně výkonných čerpacích stanic OMV Benzině, která je nově odštěpným závodem Unipetrolu RPA. MOL by měl s konečnou platností dokončit rebranding posledních čerpacích stanic odkoupených od Eni/Agip. Bude zajímavé sledovat, co přinese za novinky, nápady a inovace jejich předvánoční konkurenční soubor společně s dalšími lídry trhu Shellem, EuroOilem, OMV a dalšími menšími sítěmi i nezávislými čerpacími stanicemi. Letošní okurková sezona byla letos naštěstí docela slabá. Léto budiž pochváleno!



Tomáš Mikšovský





8



32



24



42



64

Editorial

- 1 Léto budiž pochváleno!

Události

- 4 Červencový trh s novými automobily zaznamenal výrazný pokles
 4 MOL v Česku dokončuje rebranding, v Maďarsku převzal síť Agip
 5 Unipetrol má zajištěny dodávky ropy do roku 2019
 5 Switajewski skončil ve vedení Unipetrolu, nahradil ho Modrzejewski
 5 Nová Tank Karta Easy od Benziny
 6 Společnost Nestlé slaví 150 let
 6 Unipetrol vydělal v pololetí na pojistném plnění
 7 Budoucnost cen ropy? Odlišná optika těžařů a výrobců těžebních zařízení
 7 Služba Medipont se v Česku rozrůstá
 8 25 let TOTAL v České republice

Rozhovor a polemika

- 10 Personál dokáže čerpací stanici pozvednout do nebes, anebo ji doslova zadupat do země

Čerpací stanice měsíce

- 14 První multimediální čerpací stanice v Česku
 18 Symbióza se čtyřhvězdičkovým hotelem

Trh, ropa, produkty

- 22 Klasické pohonné hmoty přežijí i rok 2020
 24 Transparentnost cen pohonných hmot
 26 Český lídr ve výrobě chladících kapalin

Alternativa

- 28 BIO cíle trvají, po roce 2020 je však zatím nejasno
 32 Stát neplní svůj závazek nákupu ekologicky čistých vozidel

Technika a provoz

- 34 Tekutina budoucnosti
 38 Pro většinu zákazníků je nákup AdBlue® v kanystrech pouze nouzovým řešením
 40 Nekvalitní AdBlue® může způsobit zákazníkům velké škody
 42 Stáječící místa pro gravitační stáčení pohonných hmot na čerpacích stanicích
 44 Špičkové výdejní stojany se vyrábí v Blansku
 46 Nová řada stojanů Wayne Helix jde do prodeje
 48 Tankovací automaty UNICODE v zahraničí

Mytí a servis

- 50 Dobrá služba, na které se netratí?
 52 Strojní i ruční mytí s bezkontaktní alternativou
 56 Německá kvalita, preciznost a tradice
 58 MA-FRA UNIKA – nadčasové řešení chemie pro vaši myčku

Shop a gastro

- 60 Balené versus vlastní
 64 Balené bagety a sendviče na čerpací stanici

Poradenský servis

- 68 Potřebuje čerpací stanice obchodní plán?
 70 Prověřte si své obchodní partnery
 71 Nebojte se využít agenturní zaměstnance, ale pozor na jejich pracovní podmínky!

PETROLpartner

Šetřete s kartou EuroOil!

Bezhotovostní platby **šetří**
váš čas i peníze. Tankujte
slevy a další výhody s **platební**
kartou EuroOil.

PETROL
PARTNER



Jednoduchá administrativa

- souhrnný daňový doklad
a elektronický výpis
- zdarma každý měsíc
- platba inkasem nebo fakturou
- volitelné sestavy a přehledy odběrů a plateb
- kniha jízd zdarma s automatickým načtením
údajů (více na www.kniha-jizd-zdarma.cz)

Slevy a výhody

- sleva na každý nákup pohonných hmot
- žádný poplatek za poskytované služby
- individuální podmínky při vyšších odběrech
- nastavení limitů pro jednotlivé odběry
- optimální rozložení čerpacích stanic po celé ČR
- moderní ochranné prvky
- akceptace také v sítích BENZINA, OMV,
AVANTI a Shell
- sleva na satelitní sledování vozidel
(více na www.logbookie.eu)

Chcete si objednat platební kartu?

- Zašlete e-mail na adresu kartaeurooil@ceproas.cz
- Spojte se s námi na www.eurooil.cz,
nebo www.facebook.com/eurooil
- Zavolejte na tel.: +420 221 968 100

Více na www.eurooil.cz



Červencový trh s novými automobily zaznamenal výrazný pokles



Trh s novými automobily v České republice zaznamenal v červenci výrazný pokles o 12,3 procenta. Podle expertů za to může velký počet dnů volna, kterých bylo díky nejruznějším svátkům celkem dvanáct. Zatímco v červnu bylo zaregistrováno celkem 25 714 vozidel, první prázdninový měsíc to bylo pouze 17 739, což je o 6975 méně. A o 2676 vozů to bylo méně než za stejné období loňského roku, kdy se prodalo 21 415 nových automobilů. Odborníci tvrdí, že se nejedná o nový

trend, který bude ve zbylých pěti měsících pokračovat, ale o mimořádný výkyv, a že za to může hlavně více volných dní (víkendy a svátky). Zatímco loni jich bylo v červenci jen devět, letos jsme se mohli těšit z celkem dvanácti. Nejvíce se propadl prodej samozřejmě dotknul Škodovky, jejíž podíl klesl pod 29 procent, zatímco loni ve stejném období jí patřilo více než 33 procent. Nedařilo se však ani importérům. Například Mazda si ve srovnání s rokem 2015 o více

než 28 % pohoršila, BMW o 22 %, Peugeot, Hyundai a Kia o 21 % a Ford o 15 %. Lépe než loni se dařilo Volkswagenu (o 8 %), Renaultu (o 24 %) a Mercedesu (43 %). Pořadí modelů ovládly mladoboleslavské produkty v pořadí Octavia (1769 registrací), Fabia (1407), Rapid (799) a Superb (686). První „neškodovkou“ je Hyundai i30 (684) na pátém místě následovaný Volkswagenem Golf (552).

Co se týče podílu paliv, nejvíce se prodávají automobily na benzín (56,9 %), zatímco turbodiesely mají pouze 40,43 % podíl na trhu. Přes jedno procento se ještě dostaly automobily, které umí spalovat benzín i stlačený zemní plyn (1,01 %). Podíl 0,54 % na prodeji za červenec mají hybridy, 0,19 % vozidla na LPG a 0,04 % elektromobily. Modely na alternativní paliva nedosahují vytoužených počtů ani ve statistikách za celý letošní rok, tedy za jeho prvních sedm měsíců. Zatímco benzíny (54,27 %) a diesely (42,92 %) drží více než 97 procent trhu, vozidel na CNG se prodalo 1646 (1,06 %), hybridů 778 (0,51 %), vozidel na LPG 260 (0,17 %) a elektromobilů pouhých 93 (0,06 %).



Český rebranding žlutých pump na zelené přesně po jednom roce vrcholí. Loni se Maďaři zavazali, že 125 čerpacích stanic změní své barvy do konce letošního roku, nyní se však zdá, že se to stihne do konce léta. V Česku zbývalo v polovině léta již jen dvanáct pump Agip, z toho tři v Praze. Celkový počet čerpacích stanic MOL tak dosáhne počtu 168, neboť jednu pumpu Agip noví vlastníci prodali, ale zároveň bylo „přebarveno“ ještě 44 čerpacích stanic Lukoil,

které MOL koupil v roce 2014. Maďarská společnost u nás nyní bude provozovat celkem 312 čerpacích stanic a je tak druhou největší sítí po Benzině (339 pump + 68 převzatých od OMV), která patří polskému Unipetrolu. „Sít čerpacích stanic MOL se definitivně sjednotí pod značky MOL a Pap Oil ve druhé polovině letošního roku,“ oznámil mluvčí společnosti MOL Česká republika Tomáš Pavlík. Koncern MOL vedle sítě čerpacích stanic v zemích střed-

ní a jihovýchodní Evropy provozuje celkem 4 rafinerie (z bratislavského Slovnaftu zásobuje český trh) a dvě chemičky, v řadě zemí pak ještě těží ropu. MOL měl původně zájem také o podíl italské Eni v českých rafineriích, které pumpy Agip zásobovaly. Unipetrol jako většinový akcionář České rafinerie však využil předkupního práva, třetinový podíl Eni sám loni koupil a rafinerie plně ovládl.

Skupina MOL převzala 173 čerpacích stanic Agip od společnosti Eni Hungaria a nyní provozuje maloobchodní síť s více než 2000 čerpacími stanicemi v 10 zemích střední a východní Evropy. Jen doma v Maďarsku je to přes 500 pump. Čerpací stanice od Eni mají zlepšit pokrytí trhu především v Budapešti a na dálnicích. „Akvizice a integrace přibližně 450 čerpacích stanic ve střední a východní Evropě v uplynulých dvou letech nám pomůže do roku 2017 dosáhnout strategický cíl, kterým je nárůst objemu prodaného paliva o více než 25 %,“ komentoval současné aktivity společnost Ferenc Horváth, výkonný viceprezident skupiny MOL pro oblast downstreamu. MOL po akvizici Eni Hungaria přestrojí čerpací stanice Agip stejně jako u nás do svých barev.

Unipetrol má zajištěny dodávky ropy do roku 2019

Společnost Unipetrol RPA podepsala smlouvu se společností PKN ORLEN, jejíž předmětem jsou dodávky ropy Russian Export Blend (REBCO) do České republiky. Smlouva nastavuje rozmezí pro dodávky ropy REBCO na 2,9 milionů tun až 5 milionů tun ročně. Smlouva byla uzavřena na dodávky ropy v období 1. července 2016 až 30. června 2019. Nasmlouvané objemy pokryjí 65 % až 100 % celkové poptávky

Unipetrolu po ropě typu REBCO. Dohodnuté objemy ropy REBCO budou do České republiky dodávány společností Rosněft prostřednictvím ropovodu Družba. Nad rámce této smlouvy společnost Unipetrol RPA podepsala druhou smlouvu se společností PKN ORLEN ohledně dodávek ropy REBCO od společnosti Tatněft, v množství 600 000 tun. Platnost smlouvy je 1. července 2016 až 30. června 2017.

Switajewski skončil ve vedení Unipetrolu, nahradil ho Modrzejewski



Ve společnosti Unipetrol po více než třech letech skončil jako předseda představenstva Marek Switajewski. Od 2. července ho nahradil Andrzej Modrzejewski (na snímku), kterého do funkce zvolilo představenstvo. Andrzej Mikołaj Modrzejewski (65) dříve působil například jako investiční ředitel a následně i jako generální ředitel Národního inves-

tičního fondu E. Kwiatkowski (1995–1999) a v letech 1999 až 2002 jako generální ředitel a předseda představenstva společnosti PKN ORLEN. Později působil jako poradce v oblasti managementu a investic. Andrzej Mikołaj Modrzejewski je absolventem Univerzity Mikuláše Koperníka v Toruni - obor fyzika, Varšavské univerzity a International Business School ve Varšavě - program (MBA) a Univerzity v La Crosse ve Wisconsinu, USA - obor podnikového a investičního financování. Novým členem a místopředsedou představenstva Unipetrolu se stal Krzysztof Zdziarski (54), dalším místopředsedou představenstva je Miroslaw Kastelik. Členy představenstva zůstávají i nadále Martin Durčák, Andrzej Jerzy Kozłowski, Robert Małek, Łukasz Piotrowski.

Nová Tank Karta Easy od Benziny

Zákazníci čerpacích stanic Benzina mohou od července získat slevy při tankování, pokud si pořídí novou tankovací kartu Easy. Jedná se o předplacenou kartu, s níž je možné platit za tankování na všech čerpacích stanicích Benzina. Nabíjí se buď online bankovním převodem, nebo přímo na čerpací stanici, a to hotově i platební kartou. Slevu má zákazník, který si kartu pořídí, vždy jistou – oproti totemovým cenám pokaždé ušetří, a to až 1 Kč na litr paliva. Aktuální výši slevy na jednotlivé druhy nabízeného paliva a pro danou čerpací stanici je možné sledovat na webových stránkách. „Tankkarta Easy jsme navrhli tak, aby představovala uni-

verzální řešení pro jednotlivce, rodiny i menší firmy. Karta je přenosná a jejích výhod mohou využít všichni zákazníci,“ říká Ondřej Janů, vedoucí odboru platebních karet Benzina. Karta je chráněná čtyřmístným PIN kódem a zákazník se může sám rozhodnout, zda ji bude mít anonymní či ji zaregistruje do Zákaznického portálu. „Zákazníkům jednoznačně doporučujeme kartu registrovat. S registrovanou Tank Kartou Easy lze platit nejen za palivo, ale také za doplňkový sortiment kromě alkoholu a cigaret, navíc ji může zákazník v případě ztráty zablokovat a nechat si poslat náhradní. To u anonymní karty není možné,“ dodává Ondřej

Krátce

Společnost UTA buduje nové interní struktury. Ředitel marketingu Kay Otte přechází do oblasti Key Account Management a novým vedoucím marketingu se stává Stefan Horst. V této funkci bude přímo podřízen šéfovi společnosti Volkeru Huberovi. Po téměř 15 letech ve vedení marketingu společnosti UTA dostal Kay Otte novou funkci Key Account Managera, který se bude starat o zájmy strategicky významných klíčových zákazníků a navíc bude odpovědný za poradenství, péči a modernizaci stávající sítě partnerů.

Referendum, ve kterém si občané Spojeného království odhlasovali vystoupení z Evropské unie, mělo dopad i na ceny pohonných hmot na tamním trhu. V červenci se zvýšily ceny pohonných hmot na britských čerpacích stanicích o 2 až 3 centy za litr. Důvodem byl hlavně pokles kursu libry vůči dolaru, protože velkoobchodní ceny pohonných hmot jsou ve Spojeném království uváděny v dolarech. K jejich snížení došlo až v srpnu poté, co klesly ceny ropy na světových trzích.

Z loňské havárie rafinerie Unipetrolu v Záluží u Litvínova policie obvinila dva lidi, zaměstnance Unipetrolu RPA, oba jsou ve středním věku a byli obviněni z nedbalosti. Vzhledem k tomu, že ušlý zisk způsobený havárií byl vyčíslen na 7,4 miliardy korun, hrozí jim až osm let vězení. Opravy poškozené etylenové jednotky nyní končí, zprovoznit by se mohla do konce prázdnin.



Janů. Navíc nemusí zákazník, který chce výhody Tank Karty Easy využívat, na rozdíl od Tank Karty Business, která je určena fleetovým zákazníkům s vyšší měsíční spotřebou, dokládat kreditní historii ani platit kauci předem.

Společnost Nestlé slaví 150 let



Dnes je Nestlé největší potravinářskou firmou na světě, ale kdy to vlastně všechno začalo? Psal se rok 1866, když firma Anglo-Swiss Condensed Milk Company otevřela ve Švýcarsku první evropský závod na výrobu kondenzovaného mléka. Jejím největším konkurentem se postupně stala firma Henriho Nestlé, který v roce 1867 uvedl na trh dětskou výživu na bázi sušeného mléka. Osud pak obě firmy v roce 1905 spojil a vznikla globální společnost, kterou dnes známe jako Nestlé Group. V polovině letošního června představilo Nestlé ve společnosti

partnerů a vybraných hostů svůj „Recept na úspěch“. A Jaký tedy je? „Naši firmu po celém světě provází dva hlavní elementy: chuť objevovat a vynalézat a osobní nasazení lidí,“ říká generální ředitel Nestlé Česko a Slovensko, Torben Emborg. Díky 150 let trvajícím podnikatelskému duchu a invenci je Nestlé největší potravinářskou firmou na světě i v České a Slovenské republice. Její priority se přitom po století a půl téměř nezměnily: Stále jde o kvalitní výrobky, péči o zdraví, zodpovědné podnikání a nápaditý marketing. „Věřím v lidi, věřím tomu, že každý, kdo pracuje v Nestlé, přispěl k našemu úspěchu. Jsem přesvědčený, že tu budeme i za dalších 150 let,“ dodává Torben Emborg. Nestlé na trh v České republice a na Slovensku uvádí výrobky více než 60 značek. Významná část již mnohé desítky let vzniká v českých a slovenských závodech - moravské Zoře a Sfinxu a slovenské Carpathii. Dnešní Nestlé si moc dobře uvědomuje, že dobře prodávat dobré výrobky nestačí. Své podnikání podřizuje konceptu Vytváření sdílených hodnot, aby prospívalo nejen akcionářům, ale i okolní

společnosti. Jednou ze základních ingrediencí Receptu na úspěch je tak podpora správného stravování a vyváženého životního stylu dětí prostřednictvím programu Nestlé Healthy Kids. Ten přináší na základní školy nutriční vzdělávání a pomáhá dětem orientovat se ve výživě. Letos jím projde v ČR přibližně 25 000 dětí. Recept na úspěch v budoucnu si nelze představit bez podpory mladých talentů, kterému se věnuje program „Nestlé needs YOUth“. Ten umožňuje mladým lidem získat praktické zkušenosti a nastartovat profesní kariéru.



Unipetrol vydělal v pololetí na pojistném plnění



Ziskům Unipetrolu pomohlo v prvním pololetí na nohy pojistné plnění za škody spojené s loňskou havárií etylenové jednotky.

Jednoduše řečeno, Unipetrol během šesti měsíců tohoto roku málo vyráběl

a hodně prodával účinkem havárií a zářek výrobního zařízení. Míra využití rafinérských kapacit klesla na 46 % z obvyklých 90 až 95 %, etylenová jednotka byla nefunkční.

Unipetrol v samotném druhém čtvrtletí zpracoval nezvykle málo ropy, jen 998 tis. tun, přičemž v běžném stavu by měl na více jak 1800 tis. tun, a prodal mnoho rafinérských produktů, a to 1515 tis. tun, což není tak moc vzdáleno očekávanému standardnímu výkonu 1650 až 1700 tis. tun. Unipetrol chybějící produkci nakupoval na trhu a více prodával i rafinérské produkty, které nemohl zpracovat v etylenové jednotce. Benzina posilovala na maloobchodním trhu.

Prodejům pomohlo plně ovládnutí České rafinérské v květnu 2015, které současně s navýšením výrobní kapacity znamenalo i určité automatické posílení na velkoobchodním trhu rafinérských produktů.

Účetní ztrátu, která by za takových okolností zákonitě vznikla, mohl naštěstí zalepit pojistným plněním ze strany pojišťoven plynoucího z pojistného krytí škod a unik-

lého zisku z havárie etylenové jednotky. Pojistné plnění činilo 3,934 mld. Kč a pomohlo čistému pololetnímu zisku těsně nad hranici tří miliard korun (3,084 mld. Kč).

Rozkolísané hospodaření bude pokračovat i v druhé polovině roku, když náprava škod z havárií potrvá minimálně do podzimu (hovoří se o říjnu).

Konečné hospodaření letošního roku bude opět dáno až závěrečným zúčtováním pojistných náhrad poté, co etylenová jednotka vstoupí do plného provozu. Mezitím bude Unipetrol pracovat na nové polyetylenové jednotce PE3.

Pokud by příznivé vnější podmínky, zejména v rafinérských maržích vydržely i v příštím roce, mohl by se nakonec Unipetrol ocitnout po překonání loňských a letošních havárií v silnější pozici.

■ AUTOR: Petr Hlinomaz
FOTO: Tomáš Mikšovský
ZDROJ: Tankmonitor

Budoucnost cen ropy? Odlišná optika těžařů a výrobců těžebních zařízení



Velcí těžaři ropy vykazovali ve druhém čtvrtletí pokles zisků, jejich dodavatelé již ale hovoří o světle na konci tunelu. S poklesem cen ropy na letošní zimní minima se již asi nepočítá, síla k výraznému cenovému růstu ale také chybí. Konec roku by mohl proto pro ropu znamenat úroveň mezi 40 až 45 dolarů za barel.

Velcí producenti ropy se zatím nemohou ubránit poklesům zisků a ztrát. Potvrdila to i čísla čtvrtletního hospodaření dvou největších amerických ropných firem Chevronu a Exxon Mobil. Zisky Chevronu na srovnatelné bázi klesly meziročně o 57 %, Exxonu o 85 %. K tomu přistupují některá jednorázová účetní opatření v podobě snížení hodnoty aktiv, pro-

tože při nízkých cenách ropy nemohou přinášet takové zisky. Proto Chevron účetně vykázal čistou kvartální ztrátu, a to největší od roku 2001.

Pokračuje tak boj ropných firem o přežití za velmi nízkých cen ropy, kterým zatím nemohou stačit ani razantní škrty v nákladech. Navíc omezení investic do přípravy a rozvoje budoucí těžby ve jménu zastavení propadů zisků hrozí ohrožením dlouhodobé existence firem.

Ropné firmy zůstanou v kleštích minimálně v několika dalších měsících, neboť s nízkými cenami ropy počítá většina odborníků pro delší časové období. Na druhou stranu se zdá, že by toto sevření nemuselo být již tak silné.

Alespoň tolik napovídají již ne tak skeptické výhledy vedení těchto firem.

O poznání optimističtější očekávání přichází od výrobců těžebních zařízení a poskytovatelů služeb v ropném sektoru. Evropské firmy toho druhu, které od roku 2014 poztrácely více jak 60% z úrovně zisků, na kterou byly zvyklé, již odhadují, že klesající trend by se mohl obrátit a tržby třetího čtvrtletí by měly již vzrůstat.

Tyto zprávy se kombinují se zhruba deseti-procentním poklesem tržních cen ropy v minulém týdnu na úroveň cca 40,3 dolarů za barel severoamerické ropy WTI a něco kolem 42 dolarů za barel severomořské ropy Brent. Obavy z růstu globálních zásob surové ropy vystřídal znepekovení z růstu zásob rafinérských produktů. Rafinérie se v posledních měsících činily, a to může znamenat nižší zájem o surovou ropu v druhé polovině roku.

Pozitivnější očekávání naznačují, že bychom se již mohli vyhnout takovým cenovým poklesům ropy, jaké byly zaznamenány začátkem tohoto roku. Na druhé straně růst zásob a trvalý převis těžby nad spotřebou ropy redukuje prostor pro nějaký velký cenový růst. S cenami ropy na konci tohoto roku bychom se proto mohli ocitnout někde mezi 40 a 45 dolarů za barel.

■ AUTOR: Petr Hlinomaz
ZDROJ: Tankmonitor

Služba Medipont se v Česku rozrůstá

Chystáte se vyrazit na výlet nebo na dovolenou? Každá taková cesta může být vyčerpávající a stresující, zejména když se dostaví akutní obtíže jako jsou například bolesti hlavy nebo zad. Lékárny po cestách k dispozici nebývají, a tak pro řešení těchto situací je k dispozici na čerpacích stanicích služba Medipoint. V modrozelených či červenobílých vitrínách Medipoint naleznou zákazníci léčivé přípravky na bolesti, horečku, chřipku či nachlazení, léky na zažívací potíže a nevolnost, zdravotnický materiál na ošetření ran nebo případně kapky do očí. A také těhotenský test, který překvapivě patří mezi nejprodávanejší položky. Součástí nabídky Medipointu jsou také vitamíny a další doplňky stravy. Vitríny Medipointu se nachází



v současnosti na téměř 400 místech po celé České republice, konkrétně na čerpacích stanicích Benzina, OMV, Shell a také v prodejních Pont a v některých hotelech a lázních. Ve větši-

ně obchodních míst Medipoint nabízí pomoc 24 hodin denně, kde z rukou školeného personálu jsou k dispozici prakticky všechny základní léky na řešení každodenních obtíží.

TOTAL

25 let TOTAL v České republice

Francouzská petrolejářská společnost TOTAL oslavila 25 let svého působení v České republice.

Společnost TOTAL u příležitosti oslavy 25. výročí působení v České republice uspořádala 23. června na francouzské ambasádě slavnostní galavečer. Akce se účastnili hlavní evropští i čeští zástupci společnosti TOTAL, francouzský velvyslanec Jean-Pierre Asvazadourian a důležití obchodní partneři, mj. guvernér ČNB a zástupci Ministerstva průmyslu a obchodu ČR. Celý večer byl laděn do francouzské-

ho stylu od gastronomie až po kulturní program. Hosté tak mohli ochutnat menu o čtyřech chodech připravené držitelem Michelinské hvězdy, šéfkuchařem Romanem Paulusem, poslechnout si podmanivé šansony Radky Fišarové či árie Mariana Vojtka. Celým večerem provázala šarmantní herečka Chantal Poullain.

■ PR TOTAL ČR
FOTO: Total S.A.



Zleva: francouzský ambasador Jean-Pierre Asvazadourian, herečka Chantal Poullain a Benoit Luc, ředitel divize marketingu a služeb pro Evropu, TOTAL SA.



Benoit Luc, ředitel divize marketingu a služeb pro Evropu, TOTAL SA, rozkrajuje čokoládový dort připomínající 25. výročí společnosti TOTAL v ČR. V krájení mu zdatně sekunduje francouzský ambasador Jean-Pierre Asvazadourian.



Zleva: Benoit Luc, ředitel divize marketingu a služeb pro Evropu, TOTAL SA; Paolo Fiaschi, Aviation Manager pro Evropu, Air Total International; Josef Gros, Commercial Sales and Aviation Manager, pro Českou republiku, TOTAL; Martin Černý, člen představenstva MR Trading a.s.



Zleva: Martin Pospíšil, ředitel Odboru zahraničně-ekonomických politik; francouzský ambasador Jean-Pierre ASVAZADOURIAN; herečka Chantal Poullain a Vladimír Bártl, náměstek ministra průmyslu a obchodu, který řídí sekci Evropské unie a zahraničního obchodu.



Zleva: Tamás Fidler, Automotive Sales Manager TOTAL Lubricants Hungary; Ferenc Strinni, customer Total L.Hungary; Anna Whitehouse, Vice President northern, central, eastern Europe & CIS TOTAL; Gábor Bognár, Lubricant Director TOTAL Lubricants Hungary.

SHERON

motorista ví...



PETROL
PARTNER

chrání... chladí... nezamrzne...



Peter Beragg

Personál dokáže čerpací stanici pozvednout do nebes, anebo ji doslova zadupat do země

S emeritním lektorem a koučem Peterem Beraggem jsme rozmlouvali o profesním vzdělávání, tréninku a úrovni profesionality personálu benzinových pump ve vztahu k zákazníkům.

Vždy s úsměvem

V OMV jste dlouhá léta pracoval jako trenér personálu a managementu čerpacích stanic. Co vlastně je předmětem této profese?

Jako trenér jsem měl být nápomocen vedoucím čerpacích stanic a připravit personál k vlastnímu prodeji. Vzhledem k tomu, že OMV měla vysoké nároky na

kvalitu a úroveň svých čerpacích stanic, tak musel být i personál správně vyškolen. Na čerpací stanice se hlásili lidé z různých oborů, s různou praxí a různými zkušenostmi. Mým úkolem bylo naučit je správnému chování k zákazníkovi při vlastním prodeji a se vším, co vlastně dělá prodej prodejem. Prodej je totiž o lidech a ty bylo třeba úplně od začátku „naformátovat“.

K obrazu té dané firmy, anebo obecně, naučit je běžnou obchodní komunikací?

Je to kombinace obojího. Zprv chceme, aby obecně uměli lidi slušně pozdravit, po-usmát se a být příjemní na zákazníka. Z druhé strany tyto lidé spoluvytváří image firmy.

Řekněme, že jsem zákazník a vstoupím do prodejny, jak by se mnou měla začít obsluha komunikovat?

Vlastní komunikace se zákazníkem je v podstatě velmi jednoduchá. My chceme, aby se ten zákazník cítil příjemně. Když ta obsluha se na něj ani nepodívá, ani nepozdraví, ani se neusmívá, zákazník se v žádném případě cítit příjemně nebude a pak ani nebude

ochoten v prodejně případně nechat nějaké peníze navíc. Dnes jsem byl konkrétně na čerpací stanici, kde stála za pokladnou velice pohledná dívčina, která ale měla pohled do prázdna, zákazníka sice pozdravila, ale tím vše skončilo. Je pár základních bodů, které se dají splnit během několika vteřin. Tzn. úsměv, příjemný pohled, pozdrav a dotázání se na konkrétní nabídku.

Už podruhé zdůrazňujte, že se musí prodavač na zákazníka pousmát. Co když ale zaměstnanec přijde v daný den nešťastný, naštvaný či absolutně bez nálady. Opravdu i v takovém rozpoložení se musí za pultem celý den na zákazníky usmívat?

Ano, to je dost těžké, ale tímto se právě liší profesionální prodavač od nějakého samouka. Přijdu-li jako obsluha čerpací stanice do práce v jakémkoli rozpoložení, musím pracovat a úsměv je standardní součástí mého pracovního výkonu. Automechanik taky musí to kolo na nápravu namontovat a nejenom ho tam nandat.

Zejména na Moravě jsou lidi zvyklí, že při vchodu do jakékoliv místnosti, vždycky zdraví ten, kdo vchází. Je to prostě součást slušného vychování...

V obchodě platí trošičku jiné pravidlo. Do prodejny nejdeme přece na návštěvu, abychom museli pozdravit jako první. V obchodním styku jako první zásadně zdraví personál zákazníka. Bez ohledu na to, jestli se jedná o slečnu či dámu, pána nebo třeba i dítě. Zákazník je zákazník.

Dobře, už jsem u pokladny a řeknu prodávajícímu, že jsem tankoval a položím na pultík zboží, třeba kolu a bagetu, které jsem si vybral v prodejně...

Teď už míříte tak trošičku k jádru vlastního tréninku personálu. Ale dobře. V každém případě nemůže obsluha pokládat uzavřené otázky: „Je to všechno?“ Tím jsem zákazníka vlastně „ustřelil“ a nedávám mu ani šanci dál něco nakoupit. Nejjednodušší je odpověď „Ne.“ Otázky musí být otevřené. Krásným příkladem jsou prodavači u McDonald's, kteří vám okamžitě nabídnou další produkty: „K těm hranolkům si přejete tataruku nebo kečup? Dávám zákazníkovi na výběr ze dvou variant. V dnešní době na většinu čerpacích stanic jsou pekárny a je k dispozici občerstvení, kde jsou vystaveny krásné croissanty, voňavé zboží. Zákazníko-

vi, který si kupuje jenom kávu byť i do kelímku s sebou, je zapotřebí něco k té kávě aktivně nabídnout.

Problém je, že některé prodavače aktivní nabídka obtěžuje...

Je to jen v myšlení prodávajících. Někdy obsluha považuje zákazníka za „spotřební zboží“. Je-li čerpací stanice na kvalitním místě a produkuje sama od sebe dobré tržby, navštěvuje ji hodně zákazníků. A na to ta obsluha velmi často hřeší. V případě vysoké frekvence tak může zákazníkovi nabídnout to, co má u pokladny k dispozici. V případě, že ta frekvence zákazníků trochu spadne, tak si lze s tím zákazníkem trošičku „pohrát“. Na každém zákazníkovi je vidět, jestli má zájem o určitý druh zboží a to můžeme pak rozvést.

Takže aktivní prodej nezpomalí proces odbavení zákazníka u pokladny ani v provozní špičce?

Můžete si to vyzkoušet říct - „Je to všechno?“ nebo „Přejete si ještě croissant?“ Kolik desetin vteřiny jsme na tom minuli? Každá aktivní nabídka přináší peníze. Statisticky v průměru 80 % zákazníků odmítne, ale 20 % zákazníků vám udělá velký obchod. Ve výsledku čerpací stanice s průměrnou návštěvností může přinést navýšení ročního obrátu až 1 milion korun.

Co když očividně spěchající zákazník aktivní nabídku rezolutně zamítne – „Ne, nic nechci“?

Je zapotřebí respektovat zákazníkova NE. Zkušený personál dokáže odhadnout zákazníka, který chvátá a zbytečně ho dál neobtěžuje.

Často se stává, že obsluha u pokladny jen přijme peníze a v lepším případě i poděkuje. Není vůbec výjimkou, kdy slušně vychovaní zákazníci sami poděkují a ještě při odchodu z prodejny mezi dveřmi ze zvyku sami pozdraví. Ale to už je bez odezvy ze strany personálu.

Profesionální personál u pokladny při placení musí s úsměvem a pohledem do očí zákazníkovi sdělit celkovou sumu, nabídnout peníze nazpátek a účtenku – a vždycky poděkovat! Když zákazník po placení odchází, tak je vždycky potěšen, když mu obsluha popřeje šťastnou cestu, hezké svátky, veselé Vánoce nebo jenom příjemnou cestu. Je to totiž to poslední, co si ten zákazník vezme na další cestu.

Menší nezávislé čerpací stanice jako ty velké nemají trenéry, nebo nemají možnosti pro školení svých lidí v prodejně komunikaci se zákazníky, profesionalitu často nahrazují ochotou a vstřícností...

Takové to domácí, příjemné teplo na některých menších čerpacích stanicích zákazníci uvítají. Všeobecně musím říct, že základem je slušnost. A slušnost není bohužel u všech čerpacích stanic vč. značkových na potřebné úrovni.

Chybějící kompetence

Čas od času se musí obsluha vyrovnat s agresivním, nazlobeným či rozrušeným zákazníkem, který například chce uplatnit reklamaci?

Obsluha by reklamáce samostatně neměla vůbec řešit, pouze v nepřítomnosti vedoucího reklamaci podle příslušného reklamačního řádu zaregistrovat. Pokud zákazník je velice agresivní, je zapotřebí ho nechat vypovídat, aby v klidu mohl vysvětlit, co se vlastně stalo, v čem je problém a jakým způsobem si představuje jeho řešení.

Řada prodejců ve snaze hájit firmu zaujme obrannou pozici a snaží se zákazníkovi vysvětlit, že to není tak, jak v rozčilení tvrdí.

Každá obranná pozice ze strany prodávajícího je od zákazníka braná jako útok a zákazník jde do dalšího útoku. Konflikt se eskaluje a pak už se to málokdy povede srovnat. V každém případě musí asertivně nechat zákazníka vypovídat.

Dobry prodavač by měl být schopen zákazníkovi vždy poradit. Na čerpací stanici je nesmírně obtížné zvládnout zbožiznalství. Ve srovnání s ostatním retailem je zde velice široký sortiment a zejména kategorie automotive vyžaduje od personálu čerpacích stanic poměrně vysokou úroveň odbornosti. Jak hodnotíte kompetentnost obsluhy čerpacích stanic?

Když se zaměříme na zboží, které na čerpací stanici často plní funkci jakési první pomoci pro motoristy v problémech, tak zejména u olejů jsou obrovské mezery.

A to i třeba u značkových stanic, které dokonce prodávají vlastní oleje?

Já bych to nazval střídavě oblačno. Ale neznamená to, že když někdo prošel školením, že to i používá. Je spousta personálu na ☞

➔ čerpacích stanicích, kteří prošli velice kvalitním školením, ale takzvaně „nechtějí“ a zákazníkovi neporadí, protože to je pro ně pohodlnější a bez rizika případné chyby.

Náš zákazník – náš pán

Jak vybudovat profesionální tým obsluhy čerpací stanice?

Je to něco podobného, jako když trenér staví fotbalové mužstvo. Vybírá si dobré fotbalisty. Ty musí někde najít. V případě, že je nemá, tak je musí začít učit a pevně trénovat. A pouze na své čerpací stanici může dobře připravit personál, schopný dosáhnout lepších a kvalitnějších výsledků k plné spokojenosti zákazníků. Ale zákazníci nejsou stejní – jsou nevrlí, jsou usmátí, někteří chvátají, někteří nechvátají. Ale v každém případě přijdou na čerpací stanici, kde si chtějí odpočinout. Nepotřebují se tam naštvat ještě víc, než momentálně jsou. Obstát v konkurenčním boji není jen tak. To se nám podaří jenom v tom případě, když dokážeme bezchybně splnit veškeré nároky, které jsou na nás ze strany zákazníků kladeny. Je zapotřebí si vybírat takové lidi, kteří jsou od přírody zvyklí někoho pozdravit a kteří jsou ochotní se učit.

Takže baťovské heslo „naš zákazník, náš pán“ by mělo stále platit.

V každém případě. A já bych to ještě doplnil. Když proškolíme veškerý personál, je důležité, že to nejenom pak vědí(umí), ale že to i dělat chtějí!

Stačí, když projde personál jedním školením, kde se dozví, jak se správně komunikuje, zdokonalí se ve zbožíznalství a merchandisingu a dostane na základě absolvování vzdělávacího programu příslušné osvědčení a nebo se dle vašich zkušeností vyplatí s určitou periodicitou podobné školení opakovat?

V každém případě ano. Každé opakování něco přinese. Personál přijde ze školení, nabitý, začíná používat to, co na školení načerpal. Zákonitě pak původní nadšení opadá. Rychle se vytrácí využití technik natrénovaných během vzdělávání. Pokud si toho vedoucí stanice včas povšimne, poklesu prodejního výkonu na původní úroveň předejde tak, že v určité fázi nechá personál znovu doškolit. Avšak pozor! Je-

Peter Beragg (1949)

Původně pracoval jako vodohospodář a energetik. V roce 1993 se přihlásil na inzerát do výběrového řízení společnosti OMV na trenéra se zaměřením na profesionalizaci personálu a managementu čerpacích stanic, které jsem vyhrál a na dlouhá léta nastoupil k firmě OMV. Po několikaměsíční stáži v Rakousku, kde mimo jiné absolvoval praxi od venkovní obsluhy přes pokladního až po manažera čerpací stanice, zodpovídal ve společnosti OMV ČR za vzdělávání personálu včetně tvorby vzdělávacích programů (udělen Oscar OMV), vybudování a provoz firemního školicího centra a metodické řízení rozjezdu čerpacích stanic. Od roku 2004 působí jako nezávislý lektor a konzultant. V současnosti vede vzdělávání a trénink personálu čerpacích stanic v rámci programu CONVENIENCE.

nom personál, který takzvaně „chce“. Jedině tak se posune trošičku dál. Nedávno jsem navštívil čerpací stanici, já ji teď nebudu jmenovat, kde jsem školil personál a tento personál tam byl přítomen. Stejně chyby, které dělali před 12 lety, dělali i teď.

V současné době je docela velký problém sehnat kvalitní lidi... Co si pak má vedoucí stanice počít s jedním pracovníkem v kolektivu, který prošel školením, dokonce ví a umí, ale na rozdíl od ostatních dělat prostě nechce – může strhnout všechny ostatní členy týmu?

Ne, že může! On je strhne. To v podstatě vychází z praxe, protože lidé inklinují k tomu, aby dělali méně. Jestli mu to prochází a vedoucí si toho nevšimne, tak ostatní jsou velice náchylní k tomu ho následovat. Zaměstnanci na čerpací stanici tráví přirozeně delší čas než vedoucí, jsou tam přes den i v noci. Personál dokáže čerpací stanici pozvednout do nebes, anebo ji doslova zadupat do země.

Dá se třeba obsluha namotivovat tím, že jim třeba začneme měřit jejich prodejní výkon a tabulku výkonnosti umístit třeba na nástěnce v zázemí?

Prodejní výkon se dá velice jednoduše v nových pokladních systémech měřit a vyhodnocovat. Na bázi denních prodejů se dají sestavit křivky prodejů každé směny a vyhodnotit prodeje za měsíc, čtvrt roku, půl roku či rok.

Nenadělá taková soutěž mezi členy kolektivu zlou krev a nebo spíš působí motivačně?

V každém případě to působí motivačně a je to i jeden z faktorů pro vedoucího, jakým způsobem personál ovlivňovat a řídit. Když vedoucí jednomu zaměstnanci poví: „Ty prodáváš dobře“ a druhému „Ty prodáváš špatně“, tak jim to nic neříká. Když si ale zaměstnanec během 15 dnů, dvou měsíců sám může kontrolovat svoji křivku, jak prodával, tak je to úplně o něčem jiném. Tam totiž sám vidí, kolik pro

společnost udělal, zda více nebo méně než ostatní.

Musíme trošku přidat

Jaké největší či nejčastější chyby se dopouští personál čerpacích stanic bez rozdílu, zda jde o soukromou nezávislou stanici a nebo značkovou?

Nevšímavost obsluhy. Například nedávno jsem přišel do shopu prodejny jedné čerpací stanice. Přestože jsem v prodejně byl v tu chvíli zcela sám, obsluha soukromě a docela nahlas telefonovala a přitom se schovala ještě za regál, aby ji nebylo vidět. Takže jsem vůbec nevěděl, jestli v prodejně někdo je, nebo není. Jenom jsem slyšel hlasité telefonování. Jejich pozornost jsem si vynutil teprve příchodem k pokladní přepážce.

Navštěvujete čerpací stanice, jejichž personál jste školili?

Ano, potěšily mě čerpací stanice, které jsem školil v minulosti a ten personál tam ještě je. Nevím, jestli dobře nebo špatně placený, splnil veškerá moje očekávání – příjemně se pousmál, pozdravil, nabídl další zboží a příjemně jsme si ještě i popovídali. Strávil jsem tam delší čas a dal si malé občerstvení, kávu a nějaký croissant, a tak jsem za tu dobu měl možnost shlédnout, jak komunikují se zákazníky. Byli perfektní. To pak opravdu potěší.

Je nějaký rozdíl v úrovni a profesionalitě obsluhy obecně u nás a u rakouských či bavorských sousedů?

Já nevím, k čemu bych ten rozdíl jednoduše přirovnal, jestli je to „propast“, nebo jestli je to jenom „rigol“. Samozřejmě i tam existují výjimky, ale abychom dosáhli srovnatelné úrovně s Rakouskem nebo Německem, musíme trošku přidat.

■ AUTOR: S Peterem Beraggem rozmlouval Tomáš Mikšovský
FOTO: autor

CHRAŇTE SVŮJ MOTOR

PŘED USAZENINAMI A KOROZÍ

PETROL
PARTNER



Shell
V-Power  **NITRO+**



Červenec – Benzina plus, D11 Osice

První multimediální čerpací stanice v Česku



Zcela nová čerpací stanice Benzina plus na odpočívadle u dálnice D11 nedaleko Hradce Králové se může pochlubit unikátním řešením - jako první v Česku je plně osazena nejmodernější multimediální technikou na totomu i na výdejních stojanech, které navíc tankování doprovázejí návodným mluveným komentářem.

Multimédia lákají zákazníky

Letošní léto nabídlo v bezpečí krásných a velmi horkých dní i bezpečí zamračených s bouřkami a prudkými dešti. Podobně nejistá byla i předpověď počasí na den naší návštěvy zcela nové dálniční čerpací stanice Benzina plus u dálnice D11 ve směru na Hradec Králové na odpočívce v katastru obce Osice. Sluneční svit byl tentokrát velmi potřebný, jelikož jsme byli mimořádně zvědaví, jak bude v jeho záři čitelný unikátní totem, který jako první v Česku je vybavený velkoplošným multimediálním panelem. A již při sjezdu z dálnice k čerpací stanici, která je spolu s odpočívadlem utopena v klidu pod úroveň dálničního tělesa, takže právě špička totomu s logem Benziny a obrazovkou pod ním mají motoristé doslova před očima. Dlužno dodat, že veškerá reklamní sdělení, které se na obrazovce v pravidelných intervalech střídaly, byly i při prudkém slunečním osvětlení dokonale kontrastní a čitelná.

Přehledný příjezd k tankovacím místům i vlastní tankování nabízí zákazníkům vysoký komfort. Každého tankujícího motoristu dokonale zasáhne multimediální velkoplošný displej

v hlavě stojanu, na kterém pozornost tankujících strhává pohyblivá reklama od sledování průběhu tankování v horní části obrazovky. Stojany navíc nevtíravě doprovází výdej paliv mluveným komentářem. Nová čerpací stanice nabízí kompletní sortiment paliv Benziny, včetně obou nadstandardně aditivovaných, prémiových paliv Verva 100 a Verva Diesel. Očekávali jsme i výdej CNG, ve kterém je Benzina nezpochybnitelným lídrem mezi petrolejáři, ale zřejmě na této stanici nebyly dostatečné technické dispozice pro jeho efektivní zavedení.

Shop ve stylu Stop café

Venkovní část čerpací stanice je bezpochyby perfektní aplikací budoucího standardu outdoorové marketingové komunikace se zákazníky. Jako všichni novopečení návštěvníci jsme byli proto velmi zvědaví na nový koncept shopu uvnitř moderní budovy. Očekávali jsme podle posledního trendu za obsluhou a nad bisterem či kávovým koutkem multimediální tabule, ale byly zde osazeny standardní poutače s tištěnými plakáty. Moderní interiér s prostorným obchodem a velmi komfortním a pohodlným

posezením je v dosavadním stylu stop café a na první pohled se od starších stanic Benzina plus neliší.

Pro zákazníky trávící dlouhý čas na cestě je vítanou novinkou posílená chladicí kapacita nejen díky tradiční otevřené velkoprostorové přístěnné chladicí vitríně, ale zejména rozměrné regálové gondole v centru impulzní zóny. Ani při největším náporu žíznivých cestovatelů v nejparnější létě nemusí nikdo z nich mít strach, že by nedostal dokonale vychlazený nápoj. Asi markantnější změnou oproti stávajícím Stop café je velmi dobře přístupný samoobslužný nápojový servis, osazený dvojicí špičkových automatických kávovarů. Pokud ale byli cestovatelé po vlastech českých u Benziny zvyklí na kávu servírovanou i do porcelánu nebo skla, zde musí v oblasti kávové kultury trochu slevit. Pro vychutnání velmi dobré kávy z čerstvě umletých zrněk a popřípadě latté či cappuccin s bohatou pěnou připravenou z čerstvého mléka se musí spokojit jen s papírovým kelímkem a dřevěným míchátkem namísto lžičky. Odborníky na maloobchodní prodej bezpochyby zaujme i poměrně rozměrná vinotéka s nabídkou bohatého sortimentu velkopavlovických ☺



➤ vín vedle vchodu do prodejny. Zatím překvapivě je o vína zájem a bude zajímavé sledovat, jak se prodeje této pro dálniční stanici ne-tradiční kategorie budou do budoucna vyvíjet.

Nezkušená obsluha

Prodeje podle sdělení provozovatele i přítomného oblastního manažera se vyvíjejí nad očeká-



kávání pozitivně. Convenience audit na čerpací stanici, která je jen o něco více než dva měsíce v provozu, zcela pochopitelně identifikoval velký potenciál v profesionalitě a jisté nezkušenosti personálu, která se teprve bude muset naučit efektivní prodejní komunikaci a aktivnímu přístupu k zákazníkům. V dnešní době je práce s lidmi pro provozovatele velmi stížena nedostatkem kvalitních lidí na trhu práce. Zejména v oblastech, které překypují nabídkou volných pozic je shánění nových pracovníků pro noční provoz navíc s dojížděním na dálnici doslova nadlidským úkolem. Budeme držet palce, aby se poměrně mladému, ale již docela zkušenému provozovateli v práci s lidmi dařilo a povedlo se s tradiční podporou z centrály co nejdříve vybudovat stabilní tým, který nejenže udrží vysoko nastavenou laťku kvalitativní úrovně čerpací stanice, ale také přinese kýžený progres v prodeji suchého sortimentu.

■ AUTOR: Tomáš Mikšovský
FOTO: autor

Na slovíčko s nájemcem



Jakub Mrštík (1983)

Jak jste vstoupil do oboru provozování čerpacích stanic a co jste těsně předtím dělal?

Těsně předtím jsem vystudoval hotelovou školu a k práci na čerpací stanici jsem se dostal díky svému otci, který měl v minulosti jako nájemce na starosti konkurenční čerpací stanici. Tam jsem mu cca 5 let dělal provozního. Pak jsem ve snaze osamostatnit se chvíli věnoval obchodu se šrotem, ale to mě po určité době přestalo naplňovat. Snažil jsem se vrátit k tomu, co mě baví ze všeho nejvíce - jednání a práce s lidmi, obchod, a vůbec všechno, co voní benzínem. A naskytl se šance - zjistil jsem, že společnost Benzina vyhlásila výběrové řízení na pozici nájemce této čerpací stanice. Do konkurzu jsem se přihlásil a následně jsem byl vybrán.

Co vás na nové čerpací stanici vzhledem k vašim dosavadním zkušenostem překvapilo?

Jelikož jsem již určité zkušenosti vzhledem k dřívější praxi měl, věděl jsem, do čeho jdu. Opravdovou novinkou se kterou jsem žádné zkušenosti neměl, je bistro, ve kterém probíhá příprava čerstvých baget, čerstvého sladkého občerstvení. Díky tomu ale mohu uplatnit své původní vzdělání, které se i když jen částečně týkalo gastronomie. Musím ale konstatovat, že pumpa po všech stránkách zatím plní veškerá má očekávání.

Jaký největší problém před vás postavil rozjezd dálniční čerpací stanice?

Největším problémem jsou kvalitní zaměstnanci. Přestože jsem je začal shánět s dostatečným předstihem, tak získání dostatečného množství kvalitních pracovníků se ukázalo být nejsložitějším úkolem v rámci příprav na otevření ČS.

Čerpací stanice Benzina, D11 - Osice

Provozovatel: UNIPETROL RPA, s.r.o. – BENZINA, odštěpný závod

Provozní doba: nonstop

Nabídka produktů:

- diesel TOP Q
- Natural 95
- Verva Diesel
- benzin Verva 100
- AdBlue

Služby: prodejna, bistro, kompresor

Počet zaměstnanců: celkem 8 stálých, 8 žen, všichni trvalý úvazek

Zaujalo nás (přednosti a pozitiva)

- Totem je osazen multimediální zobrazovací plochou
- Prostorné a pohodlné posezení
- Dostatečně dimenzovaná chladicí kapacita i v rámci impulsní zóny

Skryté rezervy

- Přestože ČS disponuje dostatečně dimenzovaným vnitřním posezením, káva se nepodává do porcelánu/skla, pouze do papírových ToGo-kelímků
- Personál u pokladny – komunikace se zákazníky, aktivní prodej, nevhodná -otevřená obuv, krátké kalhoty
- Nabídka paliv –v nabídce chybí CNG a LPG

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





&



PETROL
PARTNER

TRADICE se dostala do správných rukou



SRPEN – Vendys&V Jablonec

Symbióza se čtyřhvězdičkovým hotelem



Čerpací stanice Vendys&V v Jablonci nad Nisou na velmi omezeném prostoru nabízí zákazníkům vysoce komfortní tankování a uvnitř kiosku služby, které nesou znatelný otisk úzké spolupráce se čtyřhvězdičkovým hotelem.

V sevření mezi domy a řekou

Čerpací stanice Vendys&V je doslova vklíněna do proluky mezi domy v Podhorské ulici, která je jakousi výpadovkou z Jablonce do rekreačních oblastí Jizerských Hor a Krkonoš. Je až s podivem, jak efektivně se její projektant vypořádal s omezeným prostorem. Na obdélníček pozemku se podařilo vtěsnat výdejní stání s pěti tankovacími místy, dostatek parkovacích ploch, výdej LPG a zdánlivě malinký kiosek. Prodejna není příliš velká, a přesto se do ní podařilo zakomponovat gastroprovoz s vnitřním posezením u barových stolků. Velkou část zázemí zabírá špičkově vybavená přípravná a malé sklady. Kancelář a prostory pro personál jsou umístěny v nenápadném podkroví pod lomenou střechou. V čelní frontě kiosku je letní posezení, ale provozovatelé plánují jeho přesunutí na terásku směrem k řece Nise, kde návštěvníci ne-

budou tolik obtěžováni rušným provozem mezi výdejní plochou a prodejnou.

Drtivou většinu zákazníků tvoří především obyvatelé Jablonce a okolí, o víkendech se zde stavují rekreanti, putující zejména v zimě směrem na Bedřichov a Harrachov. Ti pomáhají vyrovnat tradiční propad prodeje v zimě, i když zrovna letošní zima s nedostatkem sněhu moc pasantů nepřilákala a výpadek oproti předchozímu roku byl znatelný.

Stanice nabízí kromě standardní nafty a benzínu ještě naftu bez biosložky, která si získala poměrně širokou klientelu. Na totemu v době naší návštěvy nesvítala cena za palivo E85. Jeho prodeje nenaplnily původní očekávání, a tak provozovatel čerpací stanice - soukromá společnost Vendys Petrol - ho doprodal a plánuje jeho náhradu za jiný produkt. Do rohu hned za vjezdem do areálu se podařilo si tuovat výdej LPG.

Symbióza se čtyřhvězdičkovým hotelem

Majitel společnosti kromě původního zaměření na obchod a distribuci s ropnými produkty již deset let úspěšně provozuje síť hotelů Morris. Symbióza čerpací stanice se čtyřhvězdičkovým hotelem je docela zřetelně patrná. Vendys na svých stanicích po vzoru velkých sítí zavedl loyaltiní systém, který si zákazníci velmi oblíbili: sbírají za tankování body a mohou tak získat zajímavé a přitom unikátní benefity od masáží v hotelovém wellness, přes večeři pro dva, až po pobyt v hodnotě okolo 5000 Kč.

Obsluha čerpací stanice se pravidelně účastní trainingů hotelového personálu zaměřených na přístup k zákazníkovi. Pozornost a úslužnost obsluhy v prodejně navozuje permanentně příjemnou atmosféru. Audit ale zjistil výrazné rezervy v efektivním uspořádání nabídky zboží ➡



➔ a především zcela chybějícím aktivním prodeji. Na druhou stranu vysokou úroveň mají veškeré gastroslužby, jejichž základem je úzká spolupráce s hotelovou kuchyní.

Gastronomické speciality

Jablonecký Vendys na velmi omezené ploše nabízí maximální škálu počínaje kompletním kávovým servisem s možností samoobslužného kávovaru i kávy připravené obsluhou v kavárenském stylu servírované do porcelánu či skla se vším co k tomu náleží. V nabídce bistra je ke kávě pečivo z rozpeku, čerstvé bagety a sendviče. Vděčným artiklem z teplých jídel podobně jako na jiných pumpách jsou párky v rohlíku, díky spolupráci s místním řezníkem se plánuje doplnit nabídku například o teplou sekanou. Před časem se zde dotazoval zákazník na toasty, což inspirovalo provozovatel, nakoupil se kontaktní gril, ve spolupráci s hotelovou kuchyní se vyladila receptura a dnes čerpací stanice prodá na 50 toastů denně.

Unikátní gastronomickou specialitou jsou však teplé polévky. Ty vaří šéfkuchař hotelové kuchyně, následně jsou šokově zamrazeny. Firma pořídila dokonce pro distribuci jídel malý rozvážkový automobil s mrazírenským nákladovým prostorem. V přípravě na čerpací stanici je k dispozici pro jejich uskladnění speciální mrazicí skříň a technologie pro ohřev. Šéfkuchař na čerpací stanici osobně přijel a naučil obsluhu do sebemenšího detailu správnému postupu přípravy polévek, aby byly chuťově identické jako v hotelové restauraci. Je nasnadě, že polévky mají u zákazníků velký ohlas. Nejoblíbenější je boršč, dále se dobře prodává česnečka, gulášové polévky a vývary. Tradiční dršťkovou polévku, která je obecně v Česku bestsellerem, z prodeje stáhli, jelikož po opětovném ohřátí se dršťky svařily a musely se následně doplňovat.

■ AUTOR: Tomáš Mikšovský
FOTO: autor

Na slovíčko s vedoucím



Radek Fejgl (1984)

Kdy a jak jste se dostal k provozování čerpacích stanic?

Majitel naší firmy kromě velkoobchodu s ropnými produkty provozuje a ještě vlastní 4* hotely, kde již 10 let pracuji. Před třemi lety jsem od něj dostal nabídku, pomoci rozjet nový byznys - čerpací stanice. Na první čerpací stanici v Hrdlořezích jsem ještě s jedním kolegou sbíral zkušenosti hlavně v oblasti z maloobchodu. Čerpací stanice v Jablonci už šla celá za mnou a dnes jí řídím jako vedoucí. K tomu ale stále vykonávám původní profesi obchodního manažera hotelů Morris.

S jakými problémy se nyní potýkáte?

Práce na čerpací stanici je stejně jako v hotelu především o lidech. Problémem dneška je, a potýkají se s ním i jiní zaměstnavatelé ve službách obecně, že dát dohromady kvalitní personál je obrovský problém. Přestože zaměstnance dobře zaplatíme, po nějakém čase je vyhořelý, nebo nechce dělat 10 hodin denně, nebo nechce dělat něco navíc, nikdo prakticky nechce žádnou zodpovědnost, a všichni „zapnou“ akorát když je poblíž vedoucí. Myslím si, že to bude spíš horší a horší.

Co byste si přál do blízké budoucnosti?

Určitě bych si přál, aby se nám podařilo zkvalitnit služby a aby si lidé vážili práce, kterou dělají. Chtěl bych, aby za všech okolností byl u nás zákazník maximálně spokojený, protože se pak vrátí. Pokud bude spokojený majitel a zaměstnanci budu spokojený i já sám.

Čerpací stanice Vendys Jablonec nad Nisou

Provozovatel: Vendys Petrol. s.r.o.

Provozní doba: Po–Pá 6–22, So–Ne 7–22, noční bezobslužný prodej PHM

Nabídka produktů:

- Natural 95
- Nafta
- Nafta bez BIO
- E85 (nebylo momentálně k dispozici)
- LPG

Služby: prodejna, bistro, kompresor

Počet zaměstnanců: celkem 4 stálí, z toho 2 ženy a 2 muži

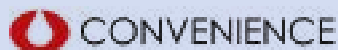
Zaujalo nás (přednosti a pozitiva)

- Perfektně využitá dispozice pozemku s dvojpodlažním kioskem s kanceláří v podkroví
- Nabídka gastro - vysoce kvalitních polévek
- Možnost nočního bezobslužného tankování – tankomat k dispozici na všech stojanech

Skruté rezervy

- Aktivní prodejní komunikace personálu
- Merchandising, efektivní uspořádání nabídky zboží
- Omezená chladicí kapacita

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



Navštivte nás od 3. do 7. října 2016 na
Mezinárodním strojírenském veletrhu v Brně!



Expozici zaměřenou na výdej AdBlue® a CNG
pro nákladní i osobní vozy naleznete v pavilonu M.

Budoucnost motorových paliv

Klasické pohonné hmoty přežijí i rok 2020

Jak nebezpečná a investičně náročná bude další ekologizace paliv pro rafinerie? Záleží právě na automobilovém průmyslu, aby s dostatečným předstihem definoval, jaká paliva plánuje pro vozový park na dalších 20 let a jaké užité parametry mají splňovat.



Požadavky automobilového průmyslu

Členské firmy ČAPPO v dlouhodobém působení na tuzemském trhu s palivy musejí na základě požadavků automobilového průmyslu a zákazníků, ale i legislativy již od roku 2000 nabídnout výsledky svých výzkumů na poli aditivovaných paliv, reagovat na rostoucí poptávku po naftě a její prémiové kvalitě, zavést bezsirná paliva a zvládnout povinné přimíchávání biosložek do standardních pohonných hmot maximálně 7 % MEŘO v naftě a 5 % biolihu v benzínu. Koneckonců to byl i automobilový průmysl, který spolu s Evropskou unií

schválil 10 % lihu v benzínu a 7 % biosložky v naftě. Stejnou povinnost následně uložil český stát od roku 2007 i českým petrolejářům.

Ekologické cíle EU (hlavně pak snížení emisí CO₂ o 6 % v roce 2020) budou vyžadovat další ekologizaci paliv. V první řadě to bude celoplošné zavedení benzínu E 10. Pilířem ekologizace ale bude nafta (70 % spotřeby v ČR) a nasazení biopříměsí s nízkou uhlíkovou stopou a biosložek vyšších generací. V celkové bilanci by se měl zvýšit podíl jiných alternativ: CNG, LPG, elektromobility a vodíku. A právě vodík je „palivem“ vzdálené budoucnosti díky svému velkému energetickému potenciálu.



Ing. Václav Loula

Autor je vedoucí pracovní skupiny Paliva a maziva České asociace petrolejářského průmyslu a obchodu.

Úskalí ekologizace paliv

Hlavními překážkami plnění vytyčených cílů je levná ropa, drahá alternativní biopaliva a velmi starý vozový park. Elektřina v Česku má svůj emisní handicap, protože je vyráběná z uhlí. Vyššímu tempu rozvoje biopaliv v oblasti retailu na čerpacích stanicích brání také nedostatek volných nádržových kapacit pro další kapalná paliva. Technologie výroby a zpracování biopaliv vyšších generací jsou velmi drahé a navíc jejich rozvoji brání nedostatek suroviny. Dalším úskalím je nízká podpora nových technologií a trendů ze strany státu. Ta musí být velmi citlivě nastavena, aby neztratila svoji účinnost, jelikož každá daňová podpora pokrývá trh a narušuje soutěžní prostředí.

Další zvyšování podílu biopaliv ve fosilních palivech, rozšiřování jiných alternativ v dopravě a jejich daňové zvýhodňování, a obměna vozového parku s nižší spotřebou, nástup hybridů – to vše v důsledku zhoršuje využití kapacit rafinerií. Rafinerie musí nastoupit cestu např. vyššího využití primárních frakcí v petrochemii, biotechnologii, vyšší zhodnocení biosurovin rafinerskými technologiemi, chemické zpracování zemního plynu apod.

Vyspělá biopaliva budou dražší

Nový vozový park vedle plnění emisních limitů a tlaku na snížení spotřeby bude vyžadovat i špičkovou kvalitu paliv. Biopaliva

1. generace v některých užitečných vlastnostech a energetickém využití ale nejsou pro automobilový průmysl úplně ideální a nechce jejich podíl zvyšovat.

Na základě studií, které prokázaly, že biopaliva první generace z olejnatých, škrobnatých či cukernatých plodin nejsou z ekologického hlediska příliš výhodné, bylo rozhodnuto, že v horizontu pěti let budou postupně nahrazována vyspělými biopalivy s nízkou emisní stopou z nepotravinářských surovin. Ta ale budou dražší a méně dostupná a jejich výroba bude technologicky náročná. O vysokoobjemová biopaliva při současném výrazném zvýšení spotřební daně nebude zájem a je potřeba si přiznat, že je výrazně nepreferují ani výrobci automobilů. Náhradou pro splnění bio povinnosti bude tak zvýšení podílu biopaliv v benzínu a naftě. Za rozhodující považují definovat přesně ekologická pravidla hry pro alternativní paliva včetně vyspělých biopaliv, a připravit se tak na splnění emisí CO₂ v roce 2020 kombinací více druhů paliv v dopravě a biosložkami s vysokým kritériem udržitelnosti 65 až 75 %.

Je třeba snížit emisní cíl do roku 2017

Za této situace pro období 2017–2020 a s přihlédnutím ke stavu vozového parku v České republice je reálné upravit v právě projednávané novele zákona o ovzduší emisní cíl v dopravě na 3,5 % v roce 2017 a započítávat do plnění emisního cíle v dopravě i jiné zatím dostupné alternativy, jako je CNG, LNG nebo LPG. Pod tlakem evropské ekologické legislativy nás dále čeká kolem roku 2019 zavedení benzínu s 10 % biolihu a hledání a využívání zdrojů biosložek vyšších generací.

Se standardními motory se bez ropy neobejdeme. Produkce biopaliv by na pohon rostoucího počtu automobilů nestačila, protože výroba z potravinářských plodin je problematická, a u té z nepotravinářských surovin nebo z použitých odpadních tuků bude složité zajistit dostatek surovinových zdrojů a především splnit vysokou kvalitu požadovanou automobilovým průmyslem.

Lidé se automobilu nevzdají

V současné době nejvíce přibývá aut na CNG. Očekává se, že dynamika alternativ se ještě zrychlí v důsledku tlaku ekologů, politiků. Ale ceny automobilů na vodík, či elektřinu jsou stále výrazně vyšší. Zatím žádná automobilka neoznámila záměr v horizontu 15 let, tj. do roku 2030 zastavit výrobu spalovacích motorů. Pouze potvrzují rozšiřování nabídky alternativních pohonů CNG, elektromobily, vodík, a to hlavně z důvodů nižších emisí a různých státních podpor. Dnešní moderní spalovací motory ale vyžadují vysokou kvalitu paliv. Navíc podíl biosložek s nízkou uhlíkovou stopou hlídá i automobilový průmysl v podobě norem a parametrů homologovaných paliv. Je řada i dalších pohledů jako dojezdové vzdálenosti, které jasně hovoří ve prospěch benzínu či nafty. Lidé se nikdy nevzdají automobilu, i když energie pro jeho pohon se může měnit.

■ AUTOR: Václav Loula
FOTO: Jiří Kaloč

MONTI

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

Provozovna: Nad Zámekem 1072, 674 01 Třebíč

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

www.monti.cz

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

Je součástí nyní již šesté generace systému M CONTROL

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



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

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

PETROL
PARTNER

Ceny pohonných hmot

Transparentnost cen pohonných hmot

Pokud bychom hledali příklad větší transparentnosti cen pohonných hmot a trhu vůbec, pak velmi pěknou inspiraci najdeme u protinožců.



Australská spotřeba vysoko převyšuje český standard

Jak praví atlasy a učebnice zeměpisu, Austrálie je nejmenším z pěti světadílů, ale šestým největším státem, do kterého by se Česká republika vešla téměř stokrát. Doprava po tak rozlehlé zemi tvoří významné odvětví ekonomiky. Spotřeba pohonných hmot na jednoho obyvatele vysoko převyšuje český standard. Konkrétně je to například v případě dieselu 981 litrů ročně na jednoho Australana v porovnání s českou realitou 511 litrů ročně na jednoho Čecha (údaje kalkulovány podle dat EIA za rok 2015). Nepřekvapí, že tomuto sektoru věnují australské instituce náležitou pozornost. A tím jsou míněny i informace o vývoji a stavu cen pohonných hmot.

Australské ceny nafty a benzínu mají dáno do vínku o něco nižší daňové zatížení (méně než polovinu konečné ceny). Zejména proto vychází v cenovém srovnání Austrálie lépe než Česká republika. Litř nafty zde (podle různých srovnání na internetu) v průměru stál na přelomu prvního a dru-

hého čtvrtletí 0,95 amerického dolaru. V Čechách jsme museli platit v přepočtu cca 1,16 amerického dolaru za litr.

Transparentní trh

Absolutní výše konečných cen pohonných hmot u čerpacích stanic nejsou ale jediným údajem, který lze doslova každodenně zjistit. Australský antimonopolní úřad, který sleduje vývoj cen PHM od roku 2002, nabízí každý měsíc ve své zprávě přibližný rozklad konečné ceny benzínu a nafty. Australská motoristická veřejnost má díky tomu přehled o vývoji hrubé ceny PHM na maloobchodním i velkoobchodním trhu a o přibližném chování distribučních a prodejních hrubých marží.

Systematický přístup umožňuje antimonopolnímu úřadu reagovat rychle na různé nesrovnalosti. Například na začátku letošního roku vyzval distributory a prodejce PHM, aby doložili oprávněnost vysokého nárůstu svých marží v době, kdy se ceny ropy na světových trzích propadaly níž a níž po dobu několika měsíců. Zpoždění, se kterým na tento pohyb cen ropy reagovaly ceny PHM,

vedlo k rekordně vysokým maržím distributorů a prodejců. Záhy po kritice a zákroku antimonopolního úřadu se ovšem vrátily do obvyklých mezí.

Nutno říci, že uvedenou tématikou se nezabývá jen antimonopolní úřad sám, ale data jsou sbírána a prezentována řadou organizací v čele s Australskou asociací petrolejářů (AIP). Dalo by se říci, že tlak je veden zdola i shora. Nezdá se ale, že by distributorům a prodejcům škodil - spotřeba PHM v Austrálii roste.

Inspirace australským prostředím

Australské prostředí může být právem inspirací pro nás. V roce 2012 se tehdejší ministr průmyslu a obchodu Martin Kuba snažil prosadit, aby marže ve své síti benzinových pump zveřejňovalo alespoň státní ČEPRO. Na jeho plány ale nedošlo.

Možná, že vadí, že na jedné straně je český trh malý. Hlavním dodavatelem pohonných hmot na tuzemském trhu je Unipetrol. Zveřejněním marží několika menších prodejců by se asi snadno daly dopočítat přibližné marže tohoto hlavního dodavatele.

Na druhé straně by tento argument neměl mít velkou váhu, vždyť samotný český antimonopolní úřad posuzoval hrozbu dominantního tržního postavení Unipetrolu v rámci trhu celoevropského a tam je Unipetrol jen jedním z mnoha.

Buď jak buď, můžeme si asi zatím jen přát, abychom o složkách ceny benzínu a nafty, kterou platíme u čerpacích stanic, věděli více jako třeba Australané. Možná, že pro takovou inspiraci nemusíme jít až k protinožcům a stačí se rozhlédnout i po Evropě.

■ AUTOR: Petr Hlinomaz
FOTO: Tomáš Mikšovský
ZDROJ: Tankmonitor

S námi dojedete dál!

PETROL
PARTNER



Když chcete zažít víc

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



Ultra95

Powered by
UNIPETROL

Projekty a inovace

Český lídr ve výrobě chladicích kapalin

Přední český prodejce olejů a zároveň lídr českého trhu v produkci vlastních antifreezeů kladenský CLASSIC Oil v minulém roce uzavřel pětileté období intenzivního rozvoje. Během dramatického nárůstu produkce zvládl náběh a kompletaci produktového portfolia a konsolidaci veškerých souvisejících podpůrných činností a služeb. Nyní plánuje další expanzi a rozšíření výrobních kapacit.



Firma na pevném základě

Firma CLASSIC Oil s.r.o. stojí v současnosti na velmi pevném fundamentu sestávajícím z trojice stabilních pilířů základních činností. Historicky nejstarší je dlouholetá spolupráce se dvěma partnery - německými rodinnými firmami, CLASSIC Schmierstoff GmbH & Co.KG a Georg Oest Mineralölwerk GmbH & Co.KG v oblasti prodeje, případně servisu kompletního sortimentu automobilových olejů a průmyslových maziv. Motorové oleje a průmys-

lová maziva tvoří první dvě základní nohy, na kterých kladenský CLASSIC Oil pevně stojí již od počátku své existence.

Třetím hlavním odvětvím je vývoj, výroba a plnění speciálních chladicích kapalin – antifreezeů, počínaje nemrznoucími kapalinami pro automotive sektor až po dodávky a plnění teplotnosných náplní v oblasti technických zařízení budov (TZB). Právě ve výrobě a dodávkách antifreezeů během uplynulých pěti let firma zaznamenala obrovský progres a s loňskou produkcí dvou miliónů litrů dnes patří mezi největší producenty v České republice.

CLASSIC Oil s.r.o. jako významný distributor a velkoobchodní dodavatel maziv a speciálních kapalin ani při tak velkých objemech výroby necílí na koncové zákazníky, a tím pádem nemá potřebu budovat vlastní síť obchodních zástupců. Zaměřuje se na velké odběratele, kteří již mají vyřešenu distribuci ke koncovým spotřebitelům a odběratelům. S těmi je ve velmi úzkém vztahu a poskytuje jim nejen obchodní, ale především technickou a odbornou poradenskou podporu. Výjimkou jsou pouze průmyslová maziva, kde má několik obchodních zástupců pro jednotlivé části republiky. Ti jsou operativně k dispozici velkému počtu důležitých odběratelů v jednotlivých regionech naší republiky.

Komplexní služby pro privátní sektor

Dalším opěrným sloupem činností kladenského CLASSIC Oilu jsou nadstandardní služby pro jeden z jeho stěžejních tržních segmentů – privátních zákazníků. Těm kromě plnění maziv a provozních kapalin do obalů opat-

řených jejich firemními etiketami, poskytuje komplexní servis. Ten spočívá v zajištění veškerých souvisejících činností, kterým se hlavně velcí prodejci autodílů ve výsledku nemusí vůbec věnovat. Jde o vedení a tvorbu příslušné dokumentace, zajištění bezpečnostních standardů, technických listů až po přípravu textů etiket. Přidanou hodnotou komplexní služby pro velmi specifický a konkurenční trh privátních zákazníků je zvýšení vlastní konkurenceschopnosti CLASSIC Oilu. Příkladem je nedávné zajištění kompletní revize dokumentace a etiket ke všem produktům v návaznosti na změnu legislativy, kdy se například měnily všechny bezpečnostní piktogramy. Prodejci automotive tyto změny při velmi širokém spektru svého sortimentu ani nemohli zaznamenat. V tomto případě prostřednictvím servisu CLASSIC Oilu obdrželi dokonalou prevenci proti případným sankcím plynoucím z případných nesrovnalostí v povinném označení výrobků prodávaných pod vlastní obchodní značkou.

Univerzální antifreeze je utopií

V poslední době došlo na straně výrobců zařízení, která vyžadují chladicí náplň, k masívnímu posunu. Ne všichni konstruktéři dnes volí jednotné materiály strojních agregátů, potrubí či těsnění. Stroje a zařízení se dnes liší co do velikosti, výkonu, ale nejen to – různé jsou především provozní teplotou. Z toho se rekrutují zcela odlišné specifikace požadovaných vlastností chladicích kapalin. CLASSIC Oil v současné době diverzifikuje své produktové portfolio, a to především v kategorii antifreezeů, a soustřeďuje se na jednotlivé subsegmenty na trhu. Snahou je maximálně vyjít vstříc požadavkům jednotlivých specializovaných skupin zákazníků. Ti zpravidla mají dnes velmi přesně definované požadavky na užitné vlastnosti kapalin, a tedy i na jejich složení.

V segmentu LKW, zejména u autobusů, kde je CLASSIC Oil dobře etablovaný, stejně jako v případě PKW, kde se opírá také o privátní klienty, dochází k výrazným odlišnostem ve specifikacích. Například francouzský automobilový koncern PSA má zcela protichůdné požadavky na složení chladicí náplně oproti koncernu VW do takové míry, že v případě jejich pouhého smíchání by některé složky působily doslova kontraproduktivně. To vše posouvá jakékoliv snahy vyvinout univerzální chladicí kapalinu do oblasti naprosté utopie.

Diverzifikace produktového portfolia

I když český trh je poměrně saturovaný, zdálo by se, že není již další prostor. Diverzifikace produktového portfolia a antifreezy pro speciální aplikace otvírají další mezírky na trhu, které se snaží CLASSIC Oil rychle zaplnit. S obměnou stavební a zemědělské mechanizace roste poptávka po chladicích kapalinách speciálního složení, stejně jako v případě například bioplynových stanic. Daří se i expandovat do zahraničí. Na německém trhu se povedlo společně se svými dlouholetými partnery využít synergických efektů jejich vzájemné spolupráce k oboustrannému profitu. Němci mohou svým zákazníkům nabídnout kromě olejů a maziv navíc i chladicí kapaliny v jednom balíčku služeb. Již dnes v Německu prodávají zhruba 40 % produkce kladenského CLASSIC Oilu.



Nadstandardní výrobní flexibilita

Významnou devizou CLASSIC Oilu je obrovská výrobní flexibilita. Díky uspořádání produkce není problém uspokojit s menší zakázkou malého partnera, stejně tak jako například velké odběratele z oblasti privátu. Firma podle syna majitele, obchodního ředitele Tomáše Šroby v současnosti „šlape“ a bylo by chybou, kdyby se měl intenzivní rozmach být jen přibrzdit. Vzhledem ke stálému meziročnímu nárůstu výroby v desítkách procent dnes vedení CLASSIC Oilu musí řešit další navýšení kapacit jak na výstupu, tak i na vstupu do výroby. Není v současné době problémem vyrobit 40 kubíků produktů v jediné směně, ale pak se stává úzkým hrdlem nedostatečná kapacita plnicí linky. Aby se firma mohla nadále rozvíjet bez toho, aniž by ztratila svojí schopnost pružně reagovat na poptávku, je v plánu další etapa rozvoje podniku v podobě posílení plnění produkce do obchodních balení. Plánuje se vybudovat dostatečně kapacitní tankoviště, kdy již nestačí současné cisternové zásobníky na suroviny či provizorní umístění v IBC kontejnerech a návazně i další skladovací prostory, jelikož ty stávající (budované před třemi lety s pětinou rezervou) jsou zaplněny doslova „až po střechu“.

Vlastní laboratoř posiluje konkurenceschopnost

CLASSIC Oil disponuje vlastní provozní a vývojovou laboratoř, která je u velkých producen-

tů na západ od Česka standardem. Zatímco v oblasti maziv spolupracují s akreditovanými laboratořemi jako například ALS a SGS ČR, v oblasti antifreezů se podobný partner v Česku nenachází. CLASSIC Oil proto svojí laboratoř v uplynulém pětiletém období postupně vybudoval a vybavil špičkovou laboratorní technikou. Unikátní specializace a know-how umožňuje výrobcí antifreezů dokonalou průběžnou výrobní kontrolu od příjmu surovin na vstupu po výstupní kontrolu hotových produktů, kdy se kontroluje kvalita každé výrobní dávky/šarže. Laboratoř je schopna analyzovat i vzorky provozních kapalin „z terénu“. Analýzy jsou pochopitelně součástí servisu poskytovaného smluvním partnerům, pro které jsou promptně provedené laboratorní rozborů velkou oporou při řešení provozních problémů u zákazníků nebo také v případě řešení a posuzování oprávněnosti případných reklamací.

Obrana proti nerovné konkurenci

Nezanedbatelnou službu plní laboratoř i v případě screeningu produktů na trhu. V případě výběrových řízení nejsou velmi často zejména u antifreezů přesně specifikovány požadované parametry poptávaných produktů, a pak dochází k porovnávání „hrušek s jablky“. Laboratoř dokáže ze vzorků provozních kapalin rozpoznat nejen přesný obsah aktivních látek, ale například i místo původu výroby glykolu u konkurence, který je základní složkou antifreezů. Podstatou screeningu je pak eliminovat nechtěné nebo i plánovitě uvedené chyby

v deklaraci základních vlastností jednotlivých chladicích kapalin, a umožnit tak provozovateli rozpoznat přednosti a nevýhody jednotlivých výrobků.

Součástí sledování konkurenčních produktů na trhu je i kontrola prodávávaného množství. Zde laboratoř CLASSIC Oilu u antifreezů došla během posledních pěti let k zajímavému poznání. Jedním z celkem častých problémů, který má významný vliv na cenu antifreezů je takzvané nedoplnění. Některé firmy totiž uvádí na trh produkty, u kterých neodpovídá jejich obsah po stránce množství. Jednoduše řečeno, kupují-li si láhev, na které výrobce či distributor deklarují množství 1 litr, měl bych v té láhvi také obdržet 1 litr produktu. Velmi často ale zákazníkům v balení chybí dvě, tři procenta z celkového objemu náplně. Kdo by to u 1litrové láhve či třílitrového kanystru přezkoumával? Laik bez přeměření tak malé nedoplnění ani nezaznamená. Na straně výrobce ale 3 % z celkové produkce znamenají poměrně masivní úsporu! Na straně zákazníka se pak ale jedná o jeho klamání. Nemusí se ale jednat o záměr, jelikož plnění u výrobce probíhalo za jiné teploty, než za které se má prodávat, tj. 20 °C. Ale ani nedbalost či nezalost neomlouvá.

Další součástí screeningu je problematika ředění antifreezů vodou. Řada konkurentů se snaží při mísení produktů držet v normované toleranci u spodní hodnoty obsahu aktivní látky, kdy velmi lehce dochází k „přešvihnutí“ o jednotky procent. Opět se hřeší na fakt, že v malém balení je taková chybička zanedbatelná. A zase jako v případě nedoplnění se v celkovém objemu jedná o nezanedbatelnou úsporu. V případném výběrovém řízení se kalkulují velké, například roční objemy. Pak je ve výhodě výrobce, kterému jsou výše uvedené techniky vlastní.

Sázka na serióznost a poctivost

CLASSIC Oilu se vyplácí budovat dobré jméno firmy na serióznosti, poctivosti a dodržování nepsaných pravidel podnikatelské a obchodnické etiky, jež jsou například na německém trhu obecným předpokladem úspěchu. To vše se ve výsledku projevuje v dlouhodobé loajalitě stálých obchodních partnerů a vysoké míry důvěryhodnosti u jednorázových klientů. Pokud se některý tradiční klient po čase rozhodl dát přednost jiné značce, zpravidla se zase po určité době k produktům a službám CLASSIC Oilu vrací.

■ AUTOR: PR CLASSIC Oil s.r.o.

Tomáš Mikšovský

FOTO: autor



Biopaliva po roce 2020

B10 cíle trvají, po roce 2020 je však zatím nejasno

Dnešní cíle jak v oblasti OZE, tak snižování emisí jsou číselně nastaveny do roku 2020. Současný pohled vysokých úředníků EU však signalizuje, že tato kritéria padnou a nastane cosi, co by se dalo nazvat „volným ringem bez rozdílu vah“, kdy bude najednou hodnocen nejen vlastní výkon, ale i umělecký dojem.

„Vyspělá“ biopaliva pouze z odpadu

Po několikaleté dlouhé a náročné diskuzi v roce 2015 prošla významnou obměnou evropská legislativa biopaliv. Cíle se však podstatně nezměnily. Základní cíl, tj. nahradit 10 % energie v dopravě osob a nákladu v EU v roce 2020 z obnovitelných zdrojů trvá, stejně jako cíl úspory emisí skleníkových plynů v roce 2020 ve srovnání rokem 2010 o 6 %. Původní 10% cíl OZE byl pouze rozdělen na limit pro biopaliva, vyrobená ze zemědělských komodit a ten byl nastaven na 7 %, zbývající 3 % do původního cíle mají být zajištěna z tzv. vyspělých biopaliv („advanced biofuels“).

Pro výrobu vyspělých biopaliv jsou jako surovina striktně předepsány pouze odpady. Na první pohled honosný cíl má však mnohé ale, která nepochybně potvrdí další vývoj na tomto komoditním a dnes již plně rozvinutém globálním trhu. Především to bude motivovat k jisté formě nehospodárnosti a cílené výrobě odpadů. Už z principu není a nebude jednoduché rozlišit, co je a co není odpad. Asi vůbec nejdůležitější otázkou pak je, kolik vlastně takových odpadů je reálně (nikoli na papíře nebo v matematických modelech) k dispozici. Do roku 2020 je tak o legislativě ale jasno.

Hodnocení uměleckého dojmu

Zajímavější je však již probíhající a radikalizující se debata na téma, co se bude po roce 2020 odehrávat v sektoru biopaliv. Obecné parametry jsou zřejmé, ostatně některé nastavila definitivně letošní klimatická dohoda z Paříže, finálně podepsaná v New Yorku.

V oblasti emisí je tak dán jasný trend dalšího snižování ve všech oblastech do roku 2020. V oblasti obnovitelné energie a získávání soběstačnosti je trend obdobný, tj. pokračuje a bude pokračovat tlak na větší a větší podíl OZE v celkovém energetickém mixu. A byť v dnešních dnech i klíčový fanoušek OZE v EU (Německo) minimálně rétoricky částečně mění náladu, nelze na tomto směru EU očekávat žádnou dramatickou změnu minimálně jednu či dvě dekády. O to více překvapuje, že aktuální nálada v EU směřuje k nejasnému cíli v oblasti kapalných biopaliv po roce 2020, a to u všech generací a biopaliv ze všech druhů surovin.

Dnešní cíle jak v oblasti OZE, tak snižování emisí jsou číselně nastaveny do roku 2020. Současný pohled vysokých úředníků EU však signalizuje, že tato kritéria padnou a nastane cosi, co by se dalo nazvat „volným ringem bez rozdílu vah“, kde bude najednou hodnocen nejen vlastní výkon, ale i umělecký dojem. O tomto dojmu bude rozhodovat nový rozhodčí - ILUC. Škoda, že bude rozhodovat podle pravidel, která nejsou ověřena a nejsou jasná ani účinkujícím tj. výrobcům, ani divákům čili spotřebitelům, ani promotérům tj. investorům.

Negativní důsledky plnění cílů v OZE

Současné představy klíčových osob v DG NERGY a DG ENVI jsou takové, že nebude pokračovat ani objemová povinnost přimíchávání biopaliv (dnes 10 % e.o.), ani povinnost snižovat emise nebo je alespoň držet na nižší úrovni (tj. o 6 % nižší emise skleníkových plynů proti roku 2010). Základní argument pro tento přístup zní přibližně



Ing. Martin Kubů

Autor je ve společnosti Agrofert ředitelem divize pohonných hmot, biopaliv a obnovitelných zdrojů.

takto: „Nechceme žádné další cíle a podcíle pro sektor dopravy...“. Na první pohled jistě záměr zdravý a svým způsobem pochopitelný. Druhou strategií pravděpodobně je či bude: „Nechme na členských státech, jak globální cíle v oblasti snižování emisí CO₂ vyřeší a jak splní (nemalé) cíle v OZE.“ Bohužel, po bližším ohledání situace a tržního prostředí je to přístup zcela nevhodný, v extrémních případech dokonce zničující pro jiné trhy, paradoxně nikoli pro trh biopaliv.

Přinese totiž nemalé negativních důsledků. Zamysleme se nejdříve nad situací běžného motoristy. Toho možná v Německu namotivují ke koupi elektrického vozu masivní podporou, která bude muset dosahovat k dosažení kupní atraktivity ceny dalšího vozu nižší střední třídy. Dnešní cena osobního vozu poháněného elektrickou energií je cca 2,5x vyšší než cena vozu s klasickým spalovacím motorem. Pro prvních několik stovek vozů se podpora možná najde, ovšem objem veřejné podpory, která by přinesla zásadní obrát ve struktuře vozového parku osobních automobilů v EU, by se musel počítat v miliardách eur. Ty ale často pocházejí z výběru spotřební daně právě z fosilních paliv, což postrádá jakoukoliv logiku. Při poklesu spotřeby konvenčních pohonných hmot ➔

NEMRZNOUCÍ KAPALINY PRO CHLADICÍ SYSTÉMY AUT



PETROL
PARTNER

CS ANTIFREEZE G[®] 11

Produkt **vhodný pro starší vozidla s železným blokem motoru** nebo **novější s hliníkovým**.

Odpovídá originální chladicí kapalině Škoda G11, samozřejmě i kapalinám typu G48.

Nabízí vysoký obsah inhibitorů pro železné i barevné kovy a jejich slitiny.

V nemrznoucích a antikoročních vlastnostech odpovídá normě TL 774 C.

CS ANTIFREEZE G[®] 12+

Kapalina **pro novější automobily zejména s hliníkovými motory a hliníkovým chladicím systémem**.

Bezsilikátová tekutina obsahující soli organických kyselin (OAT) – nejúčinnější inhibici koroze na trhu.

Long life produkt s prodlouženou životností až 5 let.

Růžová směs bez obsahu škodlivých aminů, fosfátů, dusitanu, boraxu nebo těžkých kovů.

Vyhovuje vedle mnoha dalších zejména požadavkům normy VW TL 774 D a F.

CS ANTIFREEZE G[®] 13

Nejnovější chladicí kapalina používána **pro první plnění v koncernu VW od roku 2011**.

Vyhovuje požadavkům pro nejmodernější automobily s motory z hliníkohořčíkových slitin, lehčích materiálů a silnějších jednotkových výkonů zapříčiňující vyšší provozní teploty.

Chladicí směs s obsahem nemrznoucí biosložky dle požadavku normy TL 774 J.

Nabízí výměnnou lhůtu min. 5 let nebo až 250 000km.

CS ANTIFREEZE G[®] JKS

Chladicí kapalina speciálně vyvinutá pro chladicí okruhy vozů **japonských a korejských automobilek**, jako jsou například Honda, Mazda, Subaru, Toyota, Hyundai, Nissan a další. Produkt obsahuje vysoce účinné inhibitory koroze tzv. OAT - zajišťuje dlouhodobou antikorozní ochranu. Kapalina s prodlouženou výměnnou lhůtou až na 5 let. Výkonnost produktu: AS 2108-2004, ASTM D3306, BS 6580 (2010), Japanese Standard JIS K 2234 (2006).

CS ANTIFREEZE G[®] R

Speciálně vyvinutá chladicí kapalina pro chladicí okruhy vozů automobilky **Renault**. Obsahuje velmi účinné inhibitory koroze tzv. OAT. Zajišťuje dlouhodobou antikorozní ochranu. Výměnná lhůta kapaliny je 5 let.

Výkonnost: AS 2108-2004, Renault V.I. 41-01-001 "typ D" a AFNOR NFR 15-601, ASTM D3306 a BS 6580 (2010).



CS **LINE**[®]
made in Czech Republic

CLASSIC
www.classic-oil.cz

➔ bude logicky klesat i možnost podpory alternativních pohonů. Kudy z toho ven? Na to odpověď viditelně stále chybí v celé EU.

Přes snahy Evropské komise podpořit alternativy v dopravě ve všech členských státech, v případě „uvolnění“ povinností se jednotlivé země začnou chovat různě. Dalším důsledkem bude masivní dopad na komoditní trhy zemědělských surovin, které by v případě eliminace biopaliv I. generace z trhu na přelomu roku 2020 asi znamenaly citelný propad a přinesly dopad do společného zemědělského trhu. Tím by prakticky byl negován jeden z původních důvodů, proč se vlastně Evropa cestou biopaliv vydala. Evropa je prostě přebytková ve výrobě primárních zemědělských komodit a jen kvůli obchodním, kvalitativním, cenovým a politickým důvodům není schopna tyto přebytky ke své škodě realizovat na globálních trzích.

Nastane soumrak automobilového průmyslu?

Určitě zajímavá bude i reakce automobilového průmyslu, který je ostatně rozhodujícím článkem v tomto řetězci. Je ostatně páteří evropské ekonomiky. A dnes pod tlakem EK směrem k dalšímu snižování emisí jednoduše hlásí: „S konvenčními palivy cíle nebudou dosažitelné, jediným řešením pro nás je elektromobilita. Není to však řešení pro planetu, jelikož pouze přesouvá emise ze sektoru dopravy do sektoru výroby elektrické energie.“

Nyní Evropská unie podporuje a preferuje jeden typ/druh ekologických vozidel fakticky pro celou Unii. Co ale nastane, když v jedné zemi bude podporovaným zdrojem energie v dopravě elektřina a v druhé plyn?

Může nastat situace, kdy bude nutno se rozloučit s dnešní unifikovanou řadou motorů a vozidel vyráběných v mnohasettisícových sériích s jejich distribucí do všech států EU nebo i mimo Unii. Ekonomice a efektivitě to moc asi neprospěje a zákazník nebude v lehké situaci, jelikož z dnešního svým způsobem jednoduchého otazníku (benzín nebo nafta?) bude často řešit daleko složitější otázku, která nemusí mít jednoduchou odpověď - hlavně ne závaznou a dlouhodobou, bude totiž záviset nikoli na trhu, ale na administrativním rozhodnutí, který palivový systém se bude těšit podoře a který nikoli. A dalších negativních důsledků tohoto poněkud alibistického přístupu EK k trhu pohonných hmot by se dalo najít ještě mnohem více.

Vliv úspory CO₂ bude zásadní

Je na druhou stranu zřejmé a správné, že o prodejnosti jakýchkoli paliv bude do budoucna rozhodovat jejich uhlíková stopa. I když i dnešní kapalná biopaliva nejsou z tohoto pohledu žádnou popelkou a podstatně již dnes překračují původní legislativní požadavky na úsporu skleníkových plynů, stále tu je hon za dalšími a vyššími úsporami. Nenechme se ale mýlit, často to není o ničem jiném, než o šikovném „papírování“. Jak je např. možné dosáhnout úspory emisí vyšší než 100 %? Technicky sice nikoli, na papíře ale překvapivě ano. Např. suroviny pro výrobu biopaliv, pěstované na jakési poušti v Jižní Americe mimo EU, mají „výhodu“ cca minus 20 g CO₂ ekvivalentu proti klasickým komoditám. Takže najednou překvapivě zjišťujeme, že nejlepší je vyrábět biopaliva ze surovin kdesi z pouště mimo EU, než využít

surovin, které máme za humny. Dnešní úroveň úspor emisí proti fosilním palivům, běžně např. v ČR dosahovaná mezi 60 a 70 %, je svým způsobem na technickém maximu. Výš je možné dojít jen změnou surovin na odpady (emisní stopa v tomto případě nula) nebo administrativními „opatřeními“.

Klíčem bude surovina, ale jaká?

Rozhodujícím faktorem po roce 2020 v segmentu biopaliva tak bude nikoli technologie, jak se stále někteří mylně domnívají, ale surovina. Je jistě zajímavou vizí, upřednostnit a preferovat pouze suroviny, definované či deklarované formálně jako odpady. Ale jak je odlišit od těch běžných? Může nás čekat obdoba DIESELGATE i v tomto sektoru, protože důsledné odlišení suroviny a odpadu není možné a spekulativní nebo cílená výroba surovin/odpadů je pouze jednou z oprávněných obav.

Již dnes, kdy prakticky není povinnost použít biopaliva z odpadů - někteří výrobci nakupují desítky procent těchto surovin („odpadů“) za hotové, protože se tím snižuje jejich sledovatelnost. O důvodech tohoto konání lze s lehkostí spekulovat. A přitom žádné miliony tun odpadů pro výrobu biopaliv v EU nikde nepřebývají, nikde se nehromadí. Naopak, jsou často efektivně využity a jejich vynucené použití pro výrobu biopaliv bude znamenat výpadek v jiném segmentu. Ilustrativně uvedu jen budoucí očekávaný výpadek tuků ve výrobě krmných směsí pro živočišnou výrobu, bez kterých není často možné hodnotné směsi vyrobit. Pokud suroviny bude přepřáčet trh biopaliv, co bude používáno pro výrobu krmných směsí?

Investiční nejistota

Je zřejmé, že jestli historicky investice do obnovitelných zdrojů energie a biopaliv byla vysoce riziková a projekty bez řádné vertikální integrace na zdroj suroviny často nefungovaly, tak investice do technologií biopaliv dalších generací připomíná ruskou ruletu. Podstatně vyšší investiční nákladnost, nemožnost se spolehnout na dlouhodobé zdroje surovin nebo na rozvinutý trh s nimi (jaký máme k dispozici na komoditních burzách) a nejasný legislativní rámec budou dále snižovat beztak nulovou atraktivitu tohoto sektoru. A když do něj nikdo nebude investovat, jak se závazné limity zejména v oblasti emisí budou plnit?

Srovnání pořizovací ceny osobních automobilů a nákladů na provoz (duben 2016)

Značka	Typ vozu	Palivo	Pořizovací cena	Pořizovací cena/km	Náklady (palivo+investiční)		CO2 emise kombinované	Spotřeba kombinovaná
					Kč	Kč/km		
Škoda Citigo	MPI 55 kW Green tec	benzín	226 500	2,83	15,86	317 220	98	4,2
	CNG 50kW	CNG	280 500	3,51	17,19	343 860	79	4,4
VW up!	Edition 55 kW	benzín	239 900	3,00	16,96	339 260	106	4,6
	CNG 50kW	CNG	285 900	3,57	17,46	349 260	79	4,4
VW e-up!	60 kW	elektrína	619 900	7,75	32,73	654 626	0 (60)	11,7
Škoda Octavia	1.4 TSI 110 kW	benzín	447 000	5,59	27,86	557 160	118	5,1
	1.6 TDI 81 kW	diesel	467 000	5,84	27,30	546 040	99	3,8
	1.4 TSI 81 kW	CNG	448 900	5,61	26,26	525 220	94	5,3
VW e-Golf	85 kW	elektrína	930 900	11,64	48,43	968 594	0 (60)	12,7
Lexus	CT 200h, 100kW	hybrid	629 900	7,87	35,38	707 660	82	3,6
Tesla	Model S, 85kW	elektro	1 708 800	21,36	87,95	1 758 959	0 (85)	16,9
			najatá vzdálenost		E 85		elektrína	diesel
			km/rok		Kč/l		Kč/kWh	Kč/l
			20 000,00		24,00		3,71	26,00

ZDROJ: cenové nabídky prodejců vozidel v ČR, ceny na ČS pohonných hmot v ČR tomto období

■ AUTOR: Martin Kubů
FOTO: Agrofert



Tereos
TTD

Český výrobce obnovitelných pohonných hmot: bioetanolu a paliva E85

cukrová
řepa

1 základní surovina

bioetanol pro přimíchávání
palivo E85 – vysokoprocentní směs
bioetanolu a benzínu

Dobruška

1 lihovar

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

bioetanol
palivo E85

2 produkty

Kontakty:

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

www.tereos-ttd.com



Ekologicky čistá vozidla ve státní správě

Stát neplní svůj závazek nákupu ekologicky čistých vozidel

Český plynárenský svaz staví plnicí stanice na CNG. Zavázal se k tomu v dobrovolné dohodě se státem. Ten ale neplní vlastní závazky podpory aut na alternativní pohon. Jedním z důvodů je malá obměna vozového parku v minulých letech.



Elektromobily využívá například pražská ZOO, pražská záchranná služba nebo pražský magistrát. Snímek ze slavnostního převzetí elektromobilu pro MDS ministrem Danem Tokem.

Pouze vozy na benzin a naftu

Stát neplní svůj závazek nákupu ekologicky čistých vozidel, tvrdí Český plynárenský svaz. A dokládá to tím, že právě připravovaný centrální nákup vozidel pro státní správu počítá jen s nákupem vozů na benzin či naftu. Jde přitom o velký nákup, stát chce pro svých 12 ministerstev pořídit na 1500 aut. Ministerstvo financí, které má centrální nákup na starosti, to nijak nerozporuje. Ale dodává, že na alternativní pohony také dojde. Příští rok bude vypsána veřejná zakázka na auta jen s alternativním pohonem. Technické standardy těchto vozů si ministerstva ujasňují.

Přístup státu k alternativním palivům zlepšuje ministerstvo životního prostředí, které chce ještě letos vyhlásit samostatnou veřejnou zakázku na nákup automobilů. Podíl vozů na alternativní pohon v ní bude dosahovat 44 %.

Laxní přístup státu

Český plynárenský svaz, který sdružuje významné plynárenské společnosti, má na podpoře alternativních paliv pochopitelný zájem. Po republice buduje síť čerpacích stanic na CNG – zavázal se k tomu v dobrovolné dohodě, kterou uzavřel se státem. A stát se svou automobilovou flotilou by byl vítaným

odběratelem plynu a silným hybatelem trhu s auty na alternativní pohon. Plynáři jsou však laxním přístupem státu k nákupu vozů na alternativní pohon zklamáni. Podle nich stát neplní své vlastní závazky.

„V roce 2008 státní správa dostala vládou nařízeno během pěti let obměnit čtvrtinu vozidel vozových parků za „čistá“ vozidla, ale výsledek byl tristní. Sice obměnila necelých 12 % za vozidla s vyšší normou Euro, ale přímo na alternativní paliva nakoupila všechna ministerstva a úřady za celých pět let jen čtyři elektromobily, což nečinilo ani půl procenta,“ říká Jiří Šimek za Český plynárenský svaz. A poukazuje na to, že zatímco některé evropské státy už pomýšlejí na zákaz vozidel s klasickými motory, Česko teprve promýšlí technické standardy nákup vozů na alternativní paliva.

Dvě zakázky

Ministerstvo financí konstatuje, že v právě připravovaném centrálním nákupu vozů se s alternativními palivy nepočítá. Podle něho musí být zadávací dokumentace pro vozidla s alternativními pohony postavena jinak, než u vozidel s klasickými pohony. „Nejde jen o to rozšířit standardy o další kategorie vozidel, ale také zvolit jiná hodnotící kritéria a jinak definovat požadavky na dostupnost servisní sítě. To nás spolu s odlišným a velmi omezeným trhem potenciálních dodavatelů vozidel s alternativními pohony vedlo k rozhodnutí udělat zakázky dvě,“ říká za ministerstvo financí Jakub Vintrlík.

„Závazků stanovených Národním akčním plánem čisté mobility si jsme vědomi. Proto se paralelně s nadresortní veřejnou zakázkou na klasická auta připravují rovněž technické standardy na vozy s alternativním pohonem, konkrétně vozidla na CNG či elektromobily. Ty bychom chtěli mít dokonče-

né a odsouhlasené napříč všemi resorty na podzim 2016. V roce 2017 bychom následně zahájili přípravu nadresortní veřejné zakázky na vozidla s alternativním pohonem," dodává Vintrlík.

Ministerstvům se cíle plnit nedaří

Jaká je současná bilance snah státu ekologizovat svůj vozový park? Od roku 2009 do 2014 běžel program na podporu nákupu ekologických vozidel. „Po skončení programu bylo všemi ministerstvy, krajskými úřady a ostatními organizačními složkami státu provozováno 4808 vozidel, z toho celkem 811 lze zařadit mezi ekologicky přátelská vozidla," říká Jana Taušová z ministerstva životního prostředí. Šlo o 374 benzínových vozidel, 422 naftových vozidel, 13 elektromobilů a 2 CNG vozidla. U nafty a benzínu se ekologicky přátelským autem chápe emisní norma Euro 5 a vyšší. Podíl ekologicky přátelských vozidel tak činil necelých 17 %. I tak to bylo pětikrát víc, než před pěti lety.

„Cíle Programu obměny vozového parku veřejné správy za ekologicky přátelská



vozidla z roku 2008 se podařilo souhrnně splnit pouze krajským úřadům a ostatním organizačním složkám státu," říká Jana Taušová z ministerstva životního prostředí. Samotným ministerstvům se cíle naplnit nepodařilo. Jedním z důvodů je malá obměna vozového parku v minulých letech.

Každé čtvrté auto s alternativním pohonem

V současné době je podpora alternativních pohonů zmíněna v Národním akčním plánu

čisté mobility, ve kterém je podmínka, že do roku 2020 by se měl počet vozidel s alternativním pohonem do roku 2020 blížít 25 procentům. „Ještě letos na podzim chceme vyhlásit výzvu pro obce a kraje na podporu nákupu vozidel na alternativní pohon," říká Jana Taušová z MŽP. Vymezená alokace činí zatím 150 milionů Kč. Aktuální představa je dát podporu 50 tisíc Kč na nákup vozu s pohonem na CNG, 100 tisíc Kč na plug-in hybrid, 150 tisíc Kč na elektromobil.

MŽP také spolu s ministerstvem dopravy podalo návrh v rámci schvalovaného zákona o veřejných zakázkách, aby každá veřejná zakázka na nákup automobilů obsahovala 25% podporu nákupu vozidel s alternativním pohonem. Pokud by například obec nakupovala více než čtyři auta, muselo by jedno a více z nich být vozidlo s alternativním pohonem. Ze strany ministerstva pro místní rozvoj, které má zákon v gesci, je třeba dopracovat k tomuto návrhu studii RIA a až poté bude tato část k zákonu o veřejných zakázkách přičleněna.

■ AUTOR: Tomáš Mikšovský
FOTO: MDS, autor
ZDROJ: ČPS



AUTOSHOW PRAHA

19. ROČNÍK AUTOMOBILOVÉ VÝSTAVY

22. - 25. 9. 2016

Výstaviště Praha - Holešovice

www.autoshowpraha.cz

NEJVĚTŠÍ
AUTOSALON V ČR

Hlavní mediální partner:

AUTOC DNES



INCHEBA
EXPO PRAHA

AdBlue

Tekutina budoucnosti

Norma Euro 6, která platí pro automobily od září 2014, vyžaduje u vznětových motorů snížení emisí oxidů dusíku o 80 procent. Této hodnoty u výkonnějších turbodieselů v podstatě nelze dosáhnout bez tzv. SCR katalyzátoru, který ke svému provozu potřebuje vodní roztok močoviny v přesně daném poměru s obchodním označením AdBlue. Její spotřeba od zavedení normy Euro 4 rok od roku roste a dnes z ní mnozí mají docela výnosný byznys.

K čemu je AdBlue

Emisní normy výfukových plynů motorových vozidel jsou v Evropě již bezmála čtvrtstoletí realitou. EU si při snižování limitů počíná poměrně nekompromisně, ale snaží se zavádět opatření tak, aby automobilový průmysl měl vždy určitý čas se přizpůsobit. Do normy Euro 3, která vstoupila v platnost s novým milénium, ještě postačovaly konstrukční úpravy motorů, pro Euro 4 už ale nebylo možné tímto způsobem snížit množství pevných částic a oxidů dusíku NOX zejména pro nákladní automobily a autobusy. Euro 4 vstoupila v platnost v roce 2005, o tři roky později následovalo Euro 5 a na podzim roku 2014 přišlo Euro 6. Poslední norma určuje, že všechna nová vozidla poháněná vznětovým motorem musí mimo jiné splňovat i požadavek na významné snížení emisí oxidů dusíku. Mezní hodnota emisí osobních vozů a ostatních vozidel určených k přepravě je 80 mg/km a mezní hodnoty kombinovaných emisí uhlovodíků a oxidů dusíku naftových osobních vozidel byly sníženy na 170 mg/km.

Výrobci automobilů respektive motorů řeší snižování oxidů dusíku ve výfukových plynech již delší dobu třemi způsoby. Tím prvním je recirkulace výfukových plynů (EGR), která však má svá omezení a výraznější snížení oxidů uhlíku je vykoupeno značným snížením účinnosti motoru respektive zvýšenou spotřebou. Druhou možností je tzv. akumulční katalyzátor (LNT) nebo také DeNO_x, který využívá barya k zachycení oxidů dusíku, čímž vzniká dusičnan barnatý Ba(NO₃)₂. Když se ovšem naváže všechno baryum v katalyzátoru, je třeba jej regenerovat, což umožní zvýšení teploty spalin a přidání paliva do výfukových plynů. To vede k chemické reakci, během které se díky zvýšenému obsahu oxidu uhelnatého (CO) uvolní na platinovém povrchu katalyzátoru z Ba(NO₃)₂ nejen pro další činnost katalyzátoru potřebné baryum ale současně s tím i neškodný dusík (N₂) a oxid uhličitý (CO₂). Akumulční katalyzátor je integrován do oxidačního katalyzátoru, takže nezvyšuje nároky na servis, jenže čím častěji musí re-



generovat, tím více stoupá spotřeba nafty. A tak ani s efektivitou vznětového motoru opatřeného LNT to není nijak slavné. Proto se vymyslelo ještě třetí řešení problému. Jmenuje se selektivní katalytická redukce (SCR) a je k ní zapotřebí tekutiny, která dostala obchodní název AdBlue, což je tekutý a čirý roztok demineralizované vody a močoviny (32,2 %). AdBlue je vstřikováno před katalyzátor systému SCR, kde vyvolává chemickou reakci, při níž se oxidy dusíku přeměňují na dusík a vodní páry (viz. box).

Hlavně pro silnější motory

Zajímavé je, že obecně AdBlue nezvyšuje provozní náklady vznětových motorů, protože tyto motory pracují bez katalyzátoru LNT nebo recirkulace EGR efektivněji a v důsledku toho mají nižší spotřebu. Na druhou stranu ale systém SCR zvyšuje výrobní náklady (např. zamrzá při teplotách pod -11 °C a proto musí být vyhříván) a trochu komplikuje samotné provozování automobilu (musí se doplňovat), což může mnohé zákazníky odrazovat. V souvislosti s tím se dokonce hovořilo i o tom, že na evropském trhu jsou dny turbodieselů pod kapotami osobních automobilů sečteny. V některých automobilkách si však stanovili hranici, pro jak výkonné vznětové motory je třeba systém SCR využívat. Pokud se například podíváme na pohonné jednotky Škodovky, nenajdeme systém SCR například u základního turbodieselu 1.6 TDI (88 kW) pro Superb, zatímco jeho „eko“ varianta Greenline s výrazně nižší normovanou spotřebou (ale také vyšší pořizovací cenou) ho má. Nebo u motoru 2.0 TDI (110 kW) nemá systém SCR verze s pohonem předních kol, zato čtyřkolka ano. V turbodieselech mladoboleslavské automobilky jej najdete ještě u modelových řad Yeti, zatím Octavie, Rapidy a Fabie jej pro splnění svých emisních norem nepotřebují. Obecně katalyzátor SCR využívají všechny turbodiesely Volkswagen s dodatkovým názvem BlueMotion, u Audi mají tyto motory označení Clean diesel. Koncern PSA (Peugeot, Citroën, DS) má AdBlue u všech motorů s označením BlueHDI a Mercedesy BlueTEC. AdBlue využívá u svých větších a silnějších motorů také Jeep, BMW a Opel, zatímco turbodiesely Renaultu pro osobní automobily jej nemají i proto, že mají největší zdvihový objem 1,6 litru. A nemají jej ani všechny japonské motory od Nissanu (rovněž objem 1,6 l),

Toyoty, Hondy, Mazdy nebo Subaru, která většinou využívají akumulací katalyzátor LNT.

Od emisní normy Euro 4

Jiná je situace u kamiónů, kde se systémy SCR s AdBlue nabízejí již od emisní normy Euro 4. Současný kamion o maximální hmotnost 40 tun spotřebuje na 100 km okolo 30 litrů motorové nafty. K tomu spotřebuje od 1,0 do 2,3 litru kapaliny AdBlue, což řidiči při nádrži na AdBlue o objemu 90 litrů (nákladní automobily mohou mít nádrže na AdBlue až 95 l) vystačí na 4000-9000 km. „Na našich kamionech DAF máme naměřenou průměrnou spotřebu AdBlue 1,9 litru na 100 km,“ říká David Štíbr, výkonný ředitel firmy Alset z Dobříchovic, která provozuje kamionovou dopravu především do Itálie. „Z 99 procent to stačí na celou cestu a pokud by měl být s množstvím AdBlue problém, má řidič v kabině k dispozici kanystř na doplnění,“ dodává David Štíbr. Podle něj se provozní náklady po zavedení AdBlue v jejich firmě nijak nezvýšily, protože se úměrně tomu snížila spotřeba nafty. „Ve své době jsme provozovali kamiony jak na AdBlue tak bez něj a ve výsledku z toho vycházely lépe ty, které AdBlue používaly, protože měly přibližně o 10 procent nižší spotřebu,“ vysvětluje David Štíbr. S každou další novou emisní normou ostatně klesá spotřeba a v nákladech na pohonné hmoty je to u velkých firem znát, takže si na používání AdBlue nikdo nestěžuje. Samozřejmě to sebou přináší větší nároky na logistiku a zároveň je třeba zajistit čerpání této tekutiny za co nejnižší ceny. Ty se totiž výrazně liší a nikdo samozřejmě nechce platit více, než musí.

Spotřeba AdBlue v dieselech stoupá

Prvotní myšlenka výrobců byla taková, že s doplňováním AdBlue vůbec nechtěli své zákazníky obtěžovat a jedna náplň měla vystačit na dobu celý interval mezi servisními prohlídkami, kde pak měla být doplněna servisním technikem stejně, jako se to provádí třeba s brzdovou kapalinou. Například u Mercedesu to dokonce svým zákazníkům ani neúčtovali. Jenže automobilky musí splňovat požadavky daňových právních předpisů pro CO₂, což ve výsledku znamená šetřit každý kilogram hmotnosti automobilu. Zmenšují se pali-

vové nádrže, a přestože spotřeba AdBlue s přísnějšími emisními normami roste, zmenšují se i nádrže na AdBlue, které dnes mají v osobních automobilech objem od 8 (Opel) do 30 (Jeep) litrů.

AdBlue je třeba doplnit ještě předtím, než bude nádrž úplně prázdná, na což vás upozorní kontrolka podobně jako když vám dochází nafta. Varování se aktivuje, když je v nádrži AdBlue na posledních 2400 km. Pokud AdBlue nedoplníte během určité vzdálenosti, zobrazí se varování vyšší úrovně na nejrůznější omezení, počínaje snížením maximální rychlosti a konče zablokováním spuštění motoru. Například když se dojezd sníží na 900 km, vozidlo omezí rychlost na 100 km/h, poté na 50 km/h, a pokud AdBlue stále nebude doplněno, ve vozidle se zobrazí výstraha, že motor po vypnutí již nebude možné nastartovat.

V krizi pomůže destilka

Pokud potřebujete autem nutně jet a nemáte AdBlue k dispozici, je možné systém „ošálit“ dolitím čtyř litrů destilované vody. Po chvíli však čidla na NO_x poznají, že katalytická redukce neprobíhá, a nahlásí závadu systému, což ve výsledku rovněž vede k znemožnění startu, ale až po 1000 km. Pak také budete muset zajet do servisu, kde vám vodu vymění za AdBlue a smažou chybu v diagnostice. Mimochodem, voda opravdu musí být destilovaná, normální totiž zanechává vodní kámen, který by mohl celý systém poškodit. Lepší je ale mít sebou menší kanystř s AdBlue, který si dnes koupíte u jakékoliv čerpací stanice.

Při každé manipulaci s AdBlue je pak nutné dodržovat maximální čistotu. Jediný správný způsob výdeje AdBlue je pomocí originálního čistého nepoškozeného výdejního zařízení z originálního obalu nebo zásobníku a jakákoliv náhradní nebo improvizovaná řešení mohou vést ke kontaminaci, která mívá za následek poškození SCR zařízení v automobilu a jeho nákladnou opravu.

Proto doporučení používat pouze originální výdejní systémy AdBlue není od věci, výrobci a distributoři této tekutiny ostatně nabízejí nejrůznější řešení, ve kterých si vybere každý provozovatel jakkoliv malého, středního i velkého vozového parku. Firmám s velkým vozovým parkem nebo spedičním společností se AdBlue samozřejmě vyplatí nakupovat přímo ➔

➔ od výrobce a doplňovat nádrže svého vozového parku ve svém firemním areálu.

Dva až devět tisíc litrů

Obecně lze konstatovat, že se AdBlue nabízí v kanystrech na 10 až 25 litrů, které jsou lehké a snadno skladovatelné a vhodné pro ty nejmenší autodopravce nebo pro prodej na čerpacích stanicích. Tyto kanystry pak lze vozit jako bezpečnostní rezervu na delší cesty, v osobním automobilu pak stačí nádoba o objemu 2 litrů. Další možností je sud na 200 litrů, který je stále ještě relativně lehký a snadno skladovatelný. K němu distribuční firmy dodávají i speciální tankovací zařízení. Následuje IBC kontejner na 1000 litrů, který je vhodný pro střední autodopravce, a jehož součástí je i mobilní čerpadlo a výdejní pistole. Tyto kontejnery jsou vratné a rovněž je lze stohovat na sebe. Velké firmy pak používají nádrže o objemu od 1300 do 9000 litrů, které zajišťují bezpečné skladování AdBlue díky důkladné izolaci nádrže a doplňkovému vyhřívání. Mají také systém hlášení úniku látky, čidlo hladiny a ochranu proti přeplnění. Mohou být i s počítadlem a díky dvouplášťové konstrukci mají vysokou odolnost vůči mechanickému poškození. Uzamykatelný kryt výdejního zařízení pak zabraňuje přístupu nepovolaných osob. Výdejní systémy je možné vybavit i elektronickým systémem, který umožňuje přesné sledování odběrů AdBlue a datové zpracování na počítači.

V roce 2025 spotřeba 6 miliard litrů

První automobily vybavené systémem SCR se na trh dostaly v roce 2006, v roce 2013 pak na tento systém začala přecházet většina středních a těžkých nákladních automobilů v souvislosti s příchodem emisní normy Euro 6. V prognóze vypracované mezinárodní agenturou Integer Research se předpokládá, že spotřeba AdBlue v Evropě vzroste ze 2 miliard litrů v roce 2013 na 6 miliard litrů v roce 2025. Odhaduje se, že z toho 3,7 miliardy spotřebuje nákladní a kamionová doprava, 2,8 miliard litrů AdBlue pak bude potřeba pro provoz vznětových motorů v osobních automobilech, lehkých užitkových automobilech, zemědělských strojích a dalších nesilničních pojízdných strojích, které pohání vynález Rudolfa Diesela. Evropa by pak po přecho-

Technologie selektivní katalytické redukce (SCR)

Norma Euro 6, která platí pro automobily od září 2014, vyžaduje 80% snížení emisí NO_x ze vznětových motorů. Jedinou možností, jak splnit požadavky stanovené v normě Euro 6 pro vozidla s objemem motoru 1,6 l nebo větším je použití technologie selektivní katalytické redukce (SCR).

du všech dieselů na emisní normu Euro 6 měla zaujmout ve světovém žebříčku druhé místo za americkým trhem, kde se pro AdBlue používá označení DEF (Diesel Exhaust Fluid).

Největším světovým a samozřejmě také evropským producentem AdBlue je nadnárodní společnost Yara, která je vůbec největším producentem také dusíkatých hnojiv a byla založena už před 111 lety v Norsku. AdBlue prodává pod komerčním jménem Air1 a vyrábí jej v Holandsku (Sluiskil), Německu (Brunsbüttel) a Itálii (Ferrara). Největším z nich je závod ve Sluiskilu, který má roční kapacitu 400 tisíc tun. V Česku tento produkt prodává pod názvem Air1 po celém území ČR prostřednictvím belgické společnosti Brenntag v rámci partnerské distribuční sítě.

Agrofert je mezi největšími producenty

Firmě Yara se snaží kromě jiného konkurovat další holandský producent AdBlue, firma GreenChem, kterou v roce 2010 převzal Babišův Agrofert. Do portfolia GreenChemu patří i síť asi 20 míchacích stanic a 2000 distribučních míst, protože rozvážet zákazníkům hotovou AdBlue se kvůli velkému podílu vody vyplatí jen do cca 400 kilometrů. Na větší vzdálenosti se rozváží čistá močovina, která se pak ředí v míchacích stanicích na potřebnou koncentraci. Na společnost GreenChem dnes připadá necelých 20 procent evropského trhu, přičemž ve střední Evropě má zhruba třetinu a ve Velké Británii asi čtvrtinu trhu. V souvislosti se zavedením emisní normy Euro 6 však roste i počet výrobců AdBlue, a tak nelze předpokládat, že by podíl GreenChemu přes rostoucí trh s AdBlue i nadále rostl. Oproti konkurenci má ale jednu výhodu. Zatímco jiné firmy musí močovinu nakupovat a mají jen míchací stanice, Agrofert se svými závody - slovenským Duslem v Šale a německým SKW - patří i mezi přední evropské producenty této suroviny.

Dnes pokrývá Agrofert svými dodávkami Evropu, i když z rozšíření na jihovýchod prostřednictvím koupě chorvatského zá-

vodu Petrokemije sešlo. Nově ale skupina proniká na brazilský trh, kde je mnohem menší koncentrace vozů na osobu než v Evropě či USA, a tak je zde obrovský potenciál růstu trhu, což sebou samozřejmě přinese i zvýšenou spotřebu AdBlue.

Cena záleží na obalu a množství

Peny AdBlue mají poměrně široký rozptyl, záleží na tom, v jakém množství a kde tuto kapalinu doplňujete. Co se týče AdBlue v plastových kanystrech, záleží na tom, jaký mají objem. Ve dvoulitrové lahvi vyjde AdBlue docela drahé, ale v případě nouze člověk cenu tolik neřeší. Pro majitele osobních automobilů se spíše vyplatí 10litrový kanistr, jehož cena se pohybuje od 200 Kč do 500 Kč, u stojanu čerpací stanice je to samozřejmě výrazně levnější. Doplnění AdBlue vychází na 6,90 až 11,50 Kč na litr, přičemž provozovatelé cenu podmiňují odebraným množstvím, takže ta nejnižší samozřejmě platí hlavně pro řidiče kamionů, kteří nemají domovský zdroj AdBlue v areálu firmy popřípadě ji musí natankovat v případě nouze.

Močovina vyráběná průmyslovou syntézou amoniaku a oxidu uhelnatého je již dlouhou dobu využívána k potlačování škodlivin například v energetice. Široké využití má také jako hnojivo, přísada do krmiv a například také v lékařství, textilním průmyslu, při výrobě pryskyřic apod. Nyní se tedy tato látka stává významnou součástí automobilového průmyslu, i když její budoucnost leží hlavně v nákladní dopravě, která čerpá a spotřebovává AdBlue ve velkých objemech, zatímco v osobních automobilech se spíše hledají cesty, jakým způsobem nahradit úsporné turbodiesely alternativními pohony, které samozřejmě AdBlue využívat nebudou.

■ AUTOR: Jiří Kaloč
FOTO: archiv
ZDROJ: Greenchem

Ideální řešení pro vnitropodnikové tankování od Tokheimu!

TOKHEIM
PROFLEET

PETROL
PARTNER



největší servisní
tým v ČR



různé varianty
identifikace



webové rozhraní
správa odkudkoliv

TOKHEIM
PROFLEET
to je
Váš profit!



kvalitní stojany
Quantum DiaLOG

www.moje-benzinka.cz



Pro většinu zákazníků je nákup AdBlue® v kanystrech pouze nouzovým řešením

Na čerpacích stanicích se prodává tato speciální provozní kapalina balená v kanystrech, nebo ji mohou řidiči tankovat prostřednictvím stojanů z nadzemních či podzemních nádrží.

Pozor na teplotu skladování

Kapalinu AdBlue® je nutné skladovat při teplotách od -5 do 25 °C na vhodném místě chráněném před znečištěním obalu nebo zásobníku, zásadně mimo přímé slunce. Při teplotách pod -11 °C AdBlue® zamrzá a při teplotách nad 25 °C startuje postupný rozklad močoviny na amoniak (čpavek) a oxid uhličitý. To se projeví nejprve mírným, později zesilujícím čpavkovým zápachem kapaliny. Řada prodejců u čerpacích stanic si to neuvědomuje a kanystry standardně vystavuje před kioskem společně s kapalinou do ostříkovačů mnohdy na přímém slunci.

Plnění do nádrže – kritický bod

Při každé manipulaci s AdBlue® je třeba v celém distribučním řetězci dodržovat čistotu a právě proces plnění AdBlue® do nádrže je kritickým bodem. Použití nevhodného postupu nebo nevhodné nádoby může vést ke kontaminaci AdBlue®, která má za následek poškození SCR zařízení, jehož oprava je velice nákladná.

V ideálním případě se AdBlue® čerpá přímo z originálního obalu nebo zásobníku do nádrže auta. Proto roste poptávka po kanystrech

se speciální výdejní bezúkapovou hubicí, které jsou určeny pro komfortní plnění produktu do osobních automobilů. Pokud například autodoprava ve svém autoparku skladuje AdBlue® v IBC/REKO kontejneru, je nezbytně nutné použít na přelévání čistou nejlépe plastovou nádobu. Praktické a zároveň bezpečné je používat například nové plastové kanystry, které se po každém použití pevně uzavřou a udržují v čistotě. Před jejich prvním použitím se doporučuje vypláchnout malým množstvím AdBlue®.

Tankování přinese vyšší prodeje

Pro většinu zákazníků je nákup AdBlue® v kanystrech pouze nouzovým východiskem a to především k vyšší ceně baleného produktu. Proto na čerpacích stanicích s dostatečně silnou klientelou zejména v segmentu kamionové dopravy, je výhodné nahradit prodej baleného AdBlue® tankováním prostřednictvím speciálně upraveného stojanu.

Nabídka produktu AdBlue® z výdejního zařízení se stala pro mnohé čerpací stanice nejen vhodnou variantou k rozšíření služeb, ale v mnoha případech dokonce nutností,

kteřá pomáhá k vyšší atraktivitě čerpací stanice pro zákazníky. To s sebou přináší i větší prodej a s nimi i vyšší rabaty. Výhodou tankování AdBlue® ve srovnání s prodejem v kanystrech je pro provozovatele čerpací stanice i zákazníky komfort, bezpečné plnění bez rizika kontaminace. Nezanedbatelným benefitem je pro prodejce nižší náročnost na skladovací prostory a úspora nákladů na likvidaci prázdných obalů.

Jednoduchá instalace kompaktní

Oproti nabídce produktu v kanystrech stojí jednoznačně výhody na straně kompaktního nadzemního řešení, které se dá velmi rychle na čerpací stanici nainstalovat. „Abychom předešli chybám při pořízení této technologie, je vhodné svůj záměr konzultovat s renomovaným dodavatelem AdBlue® nebo výrobcem výdejní technologie. Tyto společnosti dokáží zájemcům nejen odborně poradit, ale rovněž nabídnout nejvhodnější řešení technologie výdeje AdBlue® kapaliny pro danou čerpací stanici.“ radí Pavel Hanus, CEO GreenChem Holding,

kteřý je jedním z největších evropských producentů a distributorů AdBlue®.

Při pořizování výdejního kompaktu je třeba dobře zvážit jeho umístění a způsob vlastní realizace. „Není nic horšího než nevhodně umístěné zařízení, které brání průjezdnosti ČS, popřípadě samotnému tankování pohonných hmot,“ varuje František Ošlejšek, prokurista společnosti Tokheim ACIS. Problémem mohou být právě větší rozměry kontejneru s výdejním zařízením umístěným přímo na refýži. „Toto je ale řešitelné umístěním skladovacího zásobníku mimo refýž a výdejem z klasického výdejního stojanu, který může být i v hybridní variantě pro kombinovaný výdej NM a AdBlue®,“ Vladimír Ellner, výkonný ředitel společnosti Adast Engineering.

Nejčastější chybou při instalaci takzvaných kompaktních je nevhodné umístění zásobníku v prostoru ČS tak, že zhoršuje výhled obsluhy ČS nebo rozšiřuje půdorysný profil refýže a tím komplikuje průjezd vozidel. Před instalací kompaktního je tedy důležité vybrat takové umístění, které bude dobře přístupné pro nákladní vozidlo a zároveň musí být v co největší míře vyloučena možnost poškození. Protože se jedná o instalaci zařízení do prostředí s nebezpečím výbuchu, je vždy nezbytné jeho umístění a následný provoz konzultovat a nechat schválit místně příslušným HZS.

Nezanedbatelné výhody podzemní technologie

Pro tankování AdBlue® se vyplatí na stávajících stanicích upravit i stávající nádrž po palivu vyřazeném z prodeje a nebo v rámci jejich rekonstrukce umístit nádrž pod zem.

Podzemní skladovací nádrž s potrubním rozvodem má nespornou výhodu oproti kompaktnímu nadzemnímu výdejnímu zařízení v úspoře místa na čerpací stanici, nižší provozní energetické náročnosti, životnosti zařízení a především ochraně technologie před poškozením. U podzemního tanku nejsou potřeba předávná topidla pro ohřev AdBlue® v chladných měsících, kdy je vyhříván pouze stojan a přívodní potrubí v nezamrzé hloubce.

Nevýhodou podzemní technologie s potrubním rozvodem je vyšší investiční náročnost při pořízení a daná především nutností stavebních prací. Rozhodnutí k investici do podzemní technologie je

vhodné učinit na těch čerpacích stanicích, které jsou koncipovány k vysokému objemu prodeje motorové nafty užitkovým automobilům. Instalace nadzemní technologie je naopak velmi vhodnou variantou pro střední velikost čerpacích stanic. Výhodou nadzemní technologie je především nižší finanční náročnost na pořízení a možnost přemístění celého systému.

Rekonstrukci nevyužitých palivových nádrží je nutné provést tak, aby AdBlue® bylo 100 % odděleno od oceli. První a základní podmínkou je dekontaminovat nádrž po PHM a zvolit vhodnou technologii vložkování nádrže nebo speciální ochranný nátěr nádrže. AdBlue® je velice agresivní a způsobuje velmi rychlou korozi železných dílů. Potrubní rozvody musí být z nerezové nebo plastové a v zámrazné hloubce s ohřevem. Do nádrže lze umístit plastové vložky, do stávajících ocelových rozvodů nerezové či plastové potrubí a takto revitalizovat nevyužívanou kapacitu pro výdej AdBlue® prakticky bez nutnosti stavebních úprav. Při instalaci popřípadě rekonstrukci stávající ČS s využitím pro výdej AdBlue® je vždy třeba dbát norem dle české legislativy a postupovat v souladu s nimi. Spousta provozovatelů vychází z pocitu, že AdBlue® je z požárního hlediska bezproblémová kapalina a často při instalaci zapomíná na odstupové vzdálenosti a další velice důležité podmínky. Na čerpací stanici platí stejně jako pro výdej pohonných hmot i pro technologii AdBlue pravidlo, aby odborné práce prováděla renomovaná a náležitě certifikovaná společnost.

Kdy přejít z kanystrů na stojanový výdej?

Hlavní podmínkou, kdy uvažovat o instalaci výdejního zařízení na AdBlue®, je vlastní dispoziční řešení čerpací stanice. To musí být koncipováno k pohodlnému tankování motorové nafty nákladními automobily a nejlépe navíc podpořeno dodatečnými službami a zázemím pro řidiče nákladních automobilů.

Bod zlomu, kdy přejít z distribuce v kanystrech na výdejní zařízení, je podle odborníků velmi těžké určit. Pro správné rozhodnutí je třeba zohlednit jednak délku návratnosti investice, ale také cenu za likvidaci vznikajícího plastového odpadu. „Jsou provozovatelé, pro které je dostatečným impulsem pro pořízení výdejního zařízení už jen to, že nemusí skladovat



a likvidovat velké množství kanystrů, bez ohledu na návratnost investice,“ podotýká Vladimír Ellner.

Podle Pavla Hanuse je především důležité vhodně zvolit typ a velikost technologie, tak aby byla zajištěna její návratnost nejlépe v období 5 let. Podle velmi orientačního odhadu je možné počítat s měsíčním prodejem AdBlue® ve výši 2-3 % z objemu motorové nafty. Pro základní typy nadzemních technologií by měl být minimální objem prodeje alespoň 5000 l měsíčně.

■ AUTOR: Tomáš Mikšovský

FOTO: autor

ZDROJ: GreenChem, Tokheim ACIS,

Adast Engineering, AdamPartner

**Poděkování za pomoc při tvorbě článku:
ing. František Ošlejšek, Tokheim ACIS**



Vladimír Ellner, Adast Engineering



Pavel Hanus, GreenChem Holding



AdBlue®

Nekvalitní AdBlue® může způsobit zákazníkům velké škody

Skladování a výdej AdBlue® podléhá poměrně přísným pravidlům, která mají vliv na jeho kvalitu a navíc je třeba předejít i případné kontaminaci nežádoucími látkami. Škody v důsledku závady či zničení katalyzátoru se mohou vyšplhat na desetitisíce korun.

Zatímco podle dosavadních zkušeností velkých distributorů (Greenchem, Adam-Partner) ohledně reklamací kvality AdBlue® dosud nebyly shledány žádné vady produktu v originálním balení, naopak ve vzorcích AdBlue® odebraných z nádrží automobilů byly nedostatky v kvalitě nebo přítomnost znečišťujících příměsí opakovaně detekovány. Překvapující příčinou špatných výsledků laboratorního rozboru vzorku AdBlue® může být i samotný, nesprávně provedený odběr vzorku. Se správným postupem odběru vzorku poradí příslušná akreditovaná zkušebna nebo renomovaný distributor. Povědomí prodejců, distributorů i zákazníků o správném nakládání s touto kapalinou je zároveň prevencí nepříjemným okamžikům při řešení sporů o kvalitu, anebo následnému řešení vzniklých škod zpravidla na straně zákazníků.

Možnost kontaminace a závad v kvalitě AdBlue®

• NEL – nepolární extrahovatelné látky

Tyto látky nikdy nemohou být přítomny v originálně baleném AdBlue®. Jejich zdrojem jsou ropné látky používané v automobilu – nafta, motorové oleje jako důsledek nesprávné manipulace při plnění AdBlue® do nádrže automobilu. Typickou příčinou jejich výskytu v AdBlue® je použití náčiní špinavého od nafty nebo oleje při manipulaci s AdBlue® (kanystř, konev, nálevka, rukavice, atd.). Kontaminanty NEL vždy plavou na hladině, lze je orientačně identifikovat pomocí hydrofobních testovacích proužků (například Oil Test Paper do firmy Macharey-Nagel)

Obsah NEL v řádech desítek mg/l NEMÁ vliv na správný chod katalyzátoru, obsah od 100mg/l výše již může katalyzátor poškodit.

• Nedostatek aktivní látky

Obsah aktivní látky (močoviny) v AdBlue® je dán specifikací dle normy ISO 22241 a musí být v intervalu od 31,8 do 33,1 %, obsah 32,5 % je pouze střední hodnotou. Výrobci zpravidla garantují, že po celou dobu doporučené spotřeby, tj. 1 rok od výroby, je hodnota aktivní látky v uvedeném intervalu.

Úbytek aktivní látky v průběhu skladování v řádech desetin procent je způsoben

přirozeným stárnutím produktu. To může být urychleno nevhodným skladováním, zejména působením vyšší teploty, které způsobí rozklad močoviny s uvolňováním plynného amoniaku. To se projeví nepříjemným čpavkovým zápachem. Úbytek aktivní látky v řádech procent a větší znamená, že produkt byl později naředěn vodou.

Nedostatek aktivní látky i v řádu procent sice pravděpodobně nezpůsobí závadu na samotném katalyzátoru, ale lze předpokládat, že úměrně vzroste spotřeba AdBlue®. V horším případě může systém SCR spadnout do chyby, neboť automaticky kontroluje kvalitu výfukových plynů a ta bude nevyhovující.

• Kontaminace zinkem

Možnými zdroji kontaminace zinkem jsou

Doporučený postup při řešení reklamací

Potřebujete-li si ověřit kvalitu AdBlue® nebo je-li kvalita z libovolného důvodu rozporována, je třeba odebrat její vzorek. Přitom správně provedený odběr vzorku je klíčový pro získání hodnověrných výsledků a stanovení příčiny problému.

Jedná-li se o spor dvou nebo více stran o kvalitu AdBlue®, je třeba dodržet všechny níže uvedené body. Důležitým prvkem při odběru vzorku je přítomnost zástupců stran, které jsou ve sporu. Jednostranný odběr vzorku nemusí protistrana akceptovat, proto chceme-li se vyhnout pozdějším potížím, vždy by k odběru měla být přizvána protistrana a nebo notář, který sepíše o odběru záznam.

Popsaný způsob odběru vzorku vychází z normy ISO 22241 a kupříkladu obchodní zástupci renomovaných dodavatelů jej jsou schopni provést přímo u zákazníka, popřípadě v autoservisu, jemuž byla oprava vadného SCR zákazníkům svěřena.

Při odběru vzorku je nutné dodržet výběr vhodné nádoby ideálně s odtržitelným uzávěrem nebo plombovatelné – nové čisté lahve z materiálů HD-PE, HD-PP, polyfluor-ethylen (TEFLON). Nevhodné nádoby na

vzorky jsou z PE, PP, PET, jakékoliv – být vymyté - lahve od nápojů, minerálek a už vůbec ne od chemikálií, olejů, apod. Velikost vzorku je min. 0,5 litru, ideálně 1 litr. Doporučuje odběr tolika vzorků, kolik je přítomno stran + jeden pro laboratoř.

Postup odběru:

- čistou novou vhodnou nádobu naplnit menším množstvím AdBlue®, přiložit uzávěr, protřepat a vylít,
- znovu naplnit,
- těsně uzavřít,
- odtržitelné víčko pevně dotáhnout, plombovatelný uzávěr zaplombovat,
- označit štítkem,
- vyplnit protokol o odběru.

Označení na štítku musí obsahovat název produktu, jméno zákazníka, adresu odběru, dodací listy nebo jiné nabývací tituly, popřípadě daňový doklad, datum a čas odběru, čitelné jméno osoby, která vzorek odebrala. Vzorek je nutno správně označit, uchovat nebo odeslat na dané místo a o celém procesu sepsat protokol.

předměty z pozinkovaného plechu, ale i různé nátěry, gumové hadičky, a jiné improvizované „výdejní náčiny“. Obsah v řádech desítek mg/l nemá vliv na správný chod katalyzátoru, závadu katalyzátoru může způsobit obsah v řádech stovek až tisíců mg/l.

• Kontaminace sodíkem, vápníkem a draslíkem

Ionty těchto kovů se běžně vyskytují v pitné vodě (obsah vápníku min. 50 mg/l), minerální vodě (obsah sodíku 500 mg/l, vápníku 170 mg/l, draslíku 60 mg/l), přičemž limit v kapalně AdBlue® je 0,5 mg/l pro každý tento iont.

Možným zdrojem kontaminace uvedenými prvky je úmyslné nebo neúmyslné naředění AdBlue® vodou. (Příčinou detekce těchto iontů při analýze v laboratoři může být rovněž pouhý nesprávný odběr vzorku k testování. Stane se například, že vzorek k testování byl odebrán do lahve od minerální vody. V láhvi zůstalo po jejím úplném vylití cca 5 ml minerální vody, v ní je obsaženo 2,5 mg sodíku. Do lahve nalijeme 1 litr AdBlue® – celkový obsah sodíku stoupne o 2,5 mg/l; přitom limit pro sodík je 0,5 mg/l.)

Vliv těchto iontů v nízkých koncentracích na správný chod katalyzátoru je nepatrný, při

vyšší koncentraci ale už mohou způsobit závadu.

Poznám kvalitu AdBlue® podle zápachu?

Ne, čistý a čerstvý roztok močoviny je čirá kapalina bez zápachu. Mnohdy se ovšem stane, že se v AdBlue® po nějaké době skladování nastartuje proces rozkladu močoviny, při kterém se uvolňuje amoniak (čpavek). Již velmi malé množství amoniaku způsobí zřetelně rozpoznatelný zápach. I když rozpad močoviny v podstatě znamená, že tím klesá aktivní látka v AdBlue®, je tento úbytek ve většině případů natolik malý, že není nutné mu věnovat pozornost.

Teprve masivnější rozpad močoviny, například při nevhodném skladování na přímém slunci, může způsobit znatelný pokles aktivní látky ještě před koncem expirační doby, tj. před uplynutím jednoho roku od výroby.

Z výše uvedeného vyplývá, že mírný čpavkový zápach není zpravidla na závadu, ale rozhodně není nezbytný. Čím je produkt čerstvější, tím menší je pravděpodobnost, že bude hned od začátku cítit.

■ AUTOR: Tomáš Mikšovský

Co je AdBlue®

AdBlue® je extrémně čistý roztok 32,5 % syntetické močoviny v demineralizované vodě, který pomáhá se snižováním obsahu oxidů dusíku ve výfukových plynech. Kapalina AdBlue® je automaticky vstřikována do výfukového potrubí, v němž způsobuje vznik selektivní katalytické redukce, která rozkládá oxidy dusíku na vodu a neškodný dusík.

Spotřeba AdBlue® činí přibližně 5 % z objemu spálené nafty, tj. na 100 litrů nafty je třeba zhruba 5 litrů AdBlue®. V Americe je používán adekvátní produkt pod názvem DEF (Diesel Exhaust Fluid).

AdBlue®, která snižuje množství emisí dusíku v plynech, musí kvůli zpřísnujícím se emisním normám používat stále více majitelů aut s dieselovým motorem. Speciální druhou nádrž s typickým modrým víčkem tak již nepotkáte jenom na nákladčácích, ale i luxusních vozech. Například Mercedes tyto své vozy označuje BlueTEC.



Energy Storage Solutions

ŠETRNÉ K ŽIVOTNÍMU PROSTŘEDÍ

IDEÁLNÍ ŘEŠENÍ PRO SKLADOVÁNÍ KAPLIN



Minimální bezpečnostní standardy pro distribuci PHM

Stáčecí místa pro gravitační stáčení pohonných hmot na čerpacích stanicích

Dodávka pohonných hmot na čerpací stanici představuje jednu z nejvíce rizikových operací při distribuci motorových paliv z rafinérie ke konečnému zákazníkovi – motoristovi. Jedním z nejrizikovějších úseků je stáčení na čerpací stanici.



Většina čerpacích stanic pohonných hmot je vybavena podzemními nádržemi na jejich skladování. Tyto nádrže jsou doplňovány z automobilových cistern bez použití čerpadel. Stáčený produkt vytéká působením gravitačních sil (samospádem) z cisterny na vozidle do skladovací nádrže. Technologické prvky nádrží na čerpací stanici jsou konstruovány s ohledem na tento způsob dodávky a nesmějí být vystaveny vyšším tlakům, než je hydrostatický tlak produktu v automobilové cisterně. Z tohoto důvodu je zakázáno do pozemní nádrže dodávat pohonné hmoty s použitím čerpadla na automobilové cisterně.

Stáčení těžkých pohonných hmot (automobilových benzinů) probíhá v uzavřeném cyklu. Výpary ze skladovací nádrže jsou vráceny zpět do cisterny, která je později při opětovné nakládce pohonné hmoty na silničním terminálu vymění za kapalný produkt.

Gravitační stáčení

Dodávka pohonných hmot na čerpací stanici představuje jednu z nejvíce rizikových operací při distribuci motorových paliv z rafinérie ke konečnému zákazníkovi – motoristovi.

Z tohoto důvodu členové ČAPPO vypracovali doporučený Minimální bezpečnostní standard (MBS), který stručnou a nezbytnou formou popisuje technické vybavení a bezpečný postup při stáčení pohonných hmot na čerpací stanici gravitačním způsobem.

Zásady bezpečnosti při gravitačním stáčení

Při dodávce pohonné hmoty na čerpací stanici je proto nutné dodržovat důležitá bezpečnostní opatření:



**INVESTIČNÍ
PŘÍLEŽITOST!**

Výběrové řízení!

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

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

Budeme Vás kontaktovat s bližšími informacemi.

Neo-Neon™

- a) Vozidlo musí stát přesně na místě určeném pro dodávku kvůli ochraně spodních vod.
- b) Vozidlo musí být zabezpečeno ochrannými prvky (barevnými kužely) před možným nárazem vozidla třetí strany a zabezpečeno proti samovolnému rozjetí.
- c) Řidič musí být vybaven osobními ochrannými pomůckami, jako je: speciální pracovní oděv v antistatickém a samozhášivém provedení, speciální obuví, rukavicemi a ochranou očí.
- d) Vozidlo musí být ukostřeno (uzemněno) pro prevenci požáru a výbuchu par pohonných hmot.
- e) Před začátkem dodávky pohonných hmot do skladovací nádrže musí obsluha čerpací stanice provést výpočet, zda se produkt do nádrže vejde. Skladovací nádrže se nesmí plnit na více jak 95 % objemu.
- f) Před připojením hadic pro stáčení musí být posílen prostor vyhrazený pro stáčení produktu dalšími hasicími přístroji.
- g) V případě stáčení těžkých produktů (automobilových benzinů) řidič připojí nejprve rekuperaci a pak teprve hadice na stáčení produktu do nádrže.
- h) Řidič před zahájením stáčení musí ověřit,

zda se chystá stáčet správný produkt do správné nádrže.

- i) Po provedené kontrole řidič otevře ventily na automobilové cisterně a pohonnou hmotu stočí.
 - j) Po celou dobu stáčení musí řidič nepřetržitě kontrolovat, zda neuniká produkt do terénu a od hadice se nesmí vzdalovat.
- Obecně pak platí stejné pravidlo, jako při každé rizikové operaci „Třikrát měř a jednou řež“.

Minimální bezpečnostní standardy

Členové pracovní skupiny České asociace petrolejářského průmyslu a obchodu (ČAPPO) pro Bezpečnost zpracovali čtyři minimální bezpečnostní standardy pro distribuci pohonných hmot (MBS), které následně schválila výroční valná hromada členů. Obsahem MBS jsou doporučené postupy pro manipulaci s pohonnými hmotami na čerpacích stanicích.

V současné době byla zpracována první 4 témata MBS. V dalším období budou členy pracovní skupiny zpracována témata týkající se optimalizace užití kamerových systémů na

Aktuálně vydané Minimální bezpečnostní standardy

- Krizové situace na čerpacích stanicích – loupežná přeapadení.
- Procedura stáčení automobilových cisteren na čerpacích stanicích
- Spodní plnění automobilových cisteren. Pokyny pro dopravce/ řidiče automobilových cisteren
- Stáčecí místa s gravitačním stáčením na čerpacích stanicích.

čerpacích stanicích s cílem omezení újezdů zákazníků bez zaplacení odebraných pohonných hmot a problematika plnění cisteren. Předpokládáme, že nové MBS budou k dispozici začátkem příštího roku.

Členové ČAPPO provozující sítě čerpacích stanic je převzali jako svůj bezpečnostní standard. Zároveň MBS doporučují k využití i ostatním společnostem, které podnikají na trhu čerpacích stanic.

■ PR ČAPPO

FOTO: Tomáš Mikšovský

**Profi chemie pro osobní kartáčové myčky
i samoobslužné mycí boxy**

NOVÁ ŘADA UNIKA 5 v 1

- » **VĚTŠÍ ÚČINNOST**
- » **VYSOKÝ LESK**
- » **PARFEMACE**
- » **CERTIFIKÁT KVALITY VDA**
- » **BEZPEČNÉ PRO ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ**



**Výrobky: předmytí, aktivní pěna, šampon
horký a sušící vosk, zalešťovací vosk**

Projekty a inovace

Špičkové výdejní stojany se vyrábí v Blansku

Málokdo by při pohledu na skromnou továrnu Tatsuno Europe posazenou do svahu na okraji Blanska řekl, že patří ke světové špičce ve výrobě výdejních technologií pro čerpací stanice.



Většina produkce jde na export

Převážná většina stojanů z produkce blanenské továrny jde na export. Každý den je využívají řidiči automobilů prakticky v celé Evropě od Portugalska po státy bývalého Sovětského svazu. Největším trhem je v současné době Itálie, kam míří zhruba třetina výrobků, dále pak putují hlavně do Francie, Rakouska, na Slovensko nebo do Ruska. Každý měsíc se z Blanska expeduje na 150 stojanů, z toho zhruba třetina na LPG a stále častěji na stlačený zemní plyn CNG.

Třetí největší producent na světě

Společnost Tatsuno Europe je dcerou ja-

ponského koncernu Tatsuno. Původně byla založena v roce 1993 jako ryze česká firma pod názvem Benč dvěma společníky Zdeňkem Černoškem a Jaroslavem Sehnalem. Podnik byl postaven na nasmlouvaných technologických komponentech od vyspělých světových výrobců, které se následně montovaly do výdejních stojanů vlastní konstrukce. Jedním z klíčových dodavatelů byla právě firma Tatsuno. Jejím vedení se líbilo, že Češi jsou schopni vyrábět stojany ve špičkové kvalitě. Rozhodli se proto do Benče vstoupit – nejdříve koupili třicetiprocentní podíl, který v roce 2010 navýšili na 70 procent a pod názvem Tatsuno Europe se blanenská továrna stala důležitou základnou koncernu pro expanzi do Evropy.

Koncern Tatsuno je považován za třetího největšího výrobce výdejních techno-

logií na světě. Tatsuno dohromady vyrobí okolo 20 tisíc čerpacích stojanů ročně a zaměstnává 1500 lidí, z toho 800 v domovské továrně v Yokohamě. Zbytek pak v dalších devíti pobočkách, například v Číně, Indii nebo na Novém Zélandu a také v Blansku. Zde v současné době pracuje 62 lidí plus 15 zaměstnanců je ve 100% vlastněné společnosti Speed Czech. Ta zajišťuje komplet servisní, ale i prodejní činnost v České republice. Tatsuno Europe plánuje v letošním roce vyrobít na 1800 výdejních stojanů za 230 miliónů korun, což je zhruba o 15 % více oproti loňsku.

Inovace pro překonání krize

Firmu paradoxně vnitřně velmi posílila nedávná ekonomická krize, kdy jí během dvou let klesl obrat. Vedení firmy společně

s japonskou matkou čelili krizi mimo jiné i inovací svých výrobků, ale též modernizací výroby, která přinesla zvýšení produktivity výroby i výsledné kvality výrobků.

Společnost Tatsuno Europe tehdy uvedla na trh novou řadu stojanů BMP 4000 Ocean Euro Combi, které slouží k výdeji kapalných ropných produktů spolu s doplňkovými kapalinami, jako jsou Ad-Blue či směs do ostříkovačů a výdejním modulem LPG a CNG. Design i konstrukce stojanů vzniká v Blansku, jelikož evropské normy se od asijských v mnohém liší. Předností stojanů je vedle jejich špičkové kvality a spolehlivosti také rychlejší odbavení zákazníků čerpacích stanic, neboť umožňují současný výdej pohonných hmot i doplňkové kapaliny. Nový moderní systém návinnu výdejních hadic s dosahem téměř 5 m zajišťuje pohodlné tankování a manipulaci s hadicí. Stojany jsou vyráběny individuálně na zakázku každého zákazníka a vyrábí se s celou škálou příslušenství. Stojany se setkaly na straně zákazníků s mimořádným zájmem a na vlně úspěchu se v současnosti veze i současná nástupnická řada stojanů osazených pistolemi vlastní produkce.

Komplexní revitalizace výroby

Podmínkou pro udržení kroku se světovou špičkou je moderní výrobní základna. Od převzetí majority japonským partnerem v roce 2010 prakticky celá výroba prošla zásadními změnami. Podstatně se proměnilo výrobní technologické vybavení a dnes řada provozů využívá nejmodernějších hi-tech zařízení. Jako první bylo nutné vybudovat vlastní lakovnu, aby se Tatsuno Europe oprostilo závislosti na dodávkách z kooperací a získalo plnou kontrolu nad kvalitou provedení veškerých povrchových úprav. Podstatou realizace vlastního supermoderního provozu povrchových úprav byla především úspora ve výrobních nákladech, které se promítají do ceny finálního výrobku.

Kompletní rekonstrukcí prošla montáž, která společně s nasazením CNC strojů výrazně pomohla lidem ulehčit práci a hlavně přinesla ve výsledku podstatné zvýšení efektivity výroby. Do Blanska přijeli z mateřské společnosti experti na řízení výrobních procesů, kteří pomohli i zdánlivě nepodstatnými maličkostmi, jako je třeba rozmístění pracovních pomůcek, či zásobníků se spojovacím materiálem a sou-



částkami a účinně optimalizovat montážní práce. Výsledným přínosem byla úspora montážního času až o jednu třetinu!

Certifikovaná zkušebna

Posledním, ale podstatným krokem k získání maximální autonomie bylo vybudování jedné z nejmodernějších zkušeben výdejních stojanů. Zkušebna má dvě pracoviště, venkovní zkušební standy pro ověřování výdeje LPG a CNG, vnitřní pracoviště slouží pro měření výdeje kapalin. Dva operátoři jsou schopni prověřit veškerý výrobní sortiment stojanů v celé šíři od klasických pohonných hmot benzínu, nafty, přes alternativy v podobě E85 či B100, až po plynná media LPG a CNG.

Kapacita zkušebny s rezervou postačuje pro celkovou výrobní kapacitu továrny, kdy je měsíčně schopna ověřit 300-400 měřičů, to je cirká 150-200 stojanů. Zkušebna je díky certifikaci Českého metrologického institutu takzvanou notifikovanou osobou. Kromě pravidelných měsíčních kontrol sem zajišťují pracovníci ČMI navíc provádět vlastní zkoušky účinnosti systémů rekuperace par, což mimo jiné svědčí o komplexnosti a vysoké technické úrovni nové zkušebny.

Pohled do budoucnosti

Obavy o budoucnost blanenští nemají. Přestože se stále více začínají prosazovat



alternativní pohony, především elektromobily, minimálně dalších dvacet let budou dominovat klasické pohonné hmoty, jež budou čerpací stanice vydávat prostřednictvím klasických výdejních stojanů. O tom svědčí i rostoucí zájem o novou řadu výdejních stojanů OCEAN s moduly výdeje LPG a v poslední době především CNG. Tatsuno se na vzdálenou budoucnost již dnes připravuje a například letos na veletrhu Uniti Expo ve Stuttgartu představí plnicí stojan na vodík vlastní konstrukce.

■ PR Tatsuno Europe, Tomáš Mikšovský
FOTO: autor

GIA CZ

Nová řada stojanů Wayne Helix jde do prodeje

Antonín Pištělka, manažer prodeje výdejních stojanů, v rozhovoru přiblížil základní atributy nové řady výdejních stojanů Wayne Helix.



Společnost Wayne již od začátku roku vyrábí a nabízí novou řadu výdejních stojanů Helix.

Ano, a hned na úvod bych se zmínil o konceptu multimedialního stojanu s velkým dotykovým displayem, který z této řady vychází. S tímto multimedialním konceptem můžete provádět prakticky všechny myslitelné elektronické operace jako např. zkontrolovat přepověď počasí, vývoj na burze, objednat si v shopu kávu atd. a samozřejmě také tankovat.

Wayne je jedním z prvních výrobců, který přemýšlí podobně jako velké automobilky a uvedl na nejprestižnějším veletrhu v Evropě Uniti Expo ve Stuttgartu tento koncept výdejního stojanu. Testuje takto reakce zákazníků, návštěvníků a odborné veřejnosti. Podle prvních velmi pozitivních ohlasů se dá očekávat, že tato verze stojanu půjde i do výroby.

Koncepční studie jistě zaujala odborníky, ale provozovatele čerpacích stanic zajímá výrobní verze, která je již dostupná i na našem trhu.

Stojan byl vyvíjen téměř 3 roky a výsledek opravdu všechny překvapil. Nová řada výdejních stojanů Helix představuje technologickou a designovou špičku mezi ostatními výrobci. Má ikonický a moderní styl, nejedná se jen o prosté skládání nehezkyých pravouhlných tvarů ale o moderní pěkný design, a uvnitř stojanu se nachází špičková technologie. Na první pohled se velmi odlišuje od doposud vyráběných stojanů. Je naprosto zřejmé, že pro vývoj byly použity výsledky marketingového výzkumu všech dotčených skupin - zákazníků kupujících výdejní stojany, zákazníků tankujících z výdejního stojanu a firem provádějících instalaci a servis.

Jaké jsou nejdůležitější atributy stojanu nové generace?

1. Ergonomie

Výška zavěšení hadic je v ideální pozici. Stojan při montáži na stávající ostrůvek nepotřebuje zvýšenou vanu, tak jak je to dnes velmi často vidět u starších stanic s novými konkurečními stojany. Lze ho tedy použít bez dalších zvýšených nákladů na výměnu stojanů nebo při nové výstavbě. Dalším zajímavým ergonomickým prvkem je nový display. Jedná se o vysoce kontrastní display, velmi dobře čitelný ve slunečním svitu, který je ještě v šikmé poloze tak, aby tankované částky byly dobře čitelné.

2. Konstrukce

Základní nosný rám z ušlechtilé oceli zajišťuje velkou tuhost a stabilitu hydraulické části. Krytování je vyrobeno technologií výlisků z ocelových plechů, čímž je zajištěna pevnost a tuhost krytů. Nová protikorozní povrchová úprava se skládá ze třech vrstev dvě jsou prováděny galvanicky a konečná je speciální plastový nástřik.

3. Hydraulická část

Ve stojanech jsou používána zubová čerpadla nové generace, která navazují na vyhlášenou bezporuchovost z minulých let stojanů Wayne. Měřič paliva je možné řešit standardním pístovým iMěřičem nebo měřičem Xflo, kde je minimum pohyblivých součástí, které by mohla ovlivňovat tepelná roztažnost a tím je zajištěna vysoká přesnost výdeje PHM. Stojan lze také dovybavit i tepelnou kompenzací ATC. Na vstupu do stojanu je filtrace 25qm která zajišťuje vysokou čistotu produktu, čímž je chráněno od poškození čerpadlo, měřič, proporcionální ventily další části hydraulického modulu.

4. Design stojanu

Zejména provedení Helix TM 6000 je opravdu krásné. Jsem překvapen, že i v tak průmyslově orientované konzervativní branži výroby stojanů je možné vyrobit tak krásné zařízení.

■ AUTOR: PR GIA

FOTO: Jiří Kaloč



BMP 4000 / CNG

ELEKTRONICKÉ VÝDEJNÍ STOJANY NA STLAČENÝ ZEMNÍ PLYN



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

TATSUNO EUROPE, a.s.

Pražská 2325/68, 678 01 Blansko, Česká republika

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

www.tatsuno-europe.com

Unicode Systems

Tankovací automaty UNICODE v zahraničí

Kromě České republiky je už přes 200 tankovacích automatů z produkce UNICODE SYSTEMS v provozu i v dalších zemích EU. Kromě Slovenska může motorista najít tyto české výrobky na čerpacích stanicích ENI a OMV v Rakousku a velmi brzy už i v Maďarsku, Polsku a Německu. Na rozdíl od ČR však musí být v každé z těchto zemí tankovací automat podroben náročnému certifikačnímu procesu.



Certifikace v každé zemi jinak

Ačkoli snaha EU po jednotné technické legislativě leckdy některé naše výrobce dosti trápí, v oblasti technologie čerpacích stanic by jednotné předpisy jistě byly značným ulehčením. Opak je však pravdou. Díky tzv. fiskálním zákonům, které jsou v každém státě EU jiné, a dokonce i k rozdílné „tvrdosti“ metrologie, je prakticky v každé zemi proces certifikace pro tankovací automaty (ale i pro pokladní systémy) dosti rozdílný. Z tohoto pohledu je Česko opravdovým rájem, protože dokonce ani připravovaná EET se tankovacích automatů nedotkne.

Slovensko

Slovenský fiskální zákon byl před lety prvním technickým problémem pro tankovací auto-

maty UNICODE. Kromě certifikovaného fiskálního modulu v tiskárně paragonů musí být tankovací automat vybaven ještě zvláštním zákaznickým displejem, zobrazujícím „certifikovanou“ cenu. Výsledkem je poněkud paradoxní technická duplicita, která zákazníkovi nepřináší prakticky nic, protože cenu zobrazuje každý tankautomat už ve své základní konstrukci. Na druhou stranu je certifikace zjednodušena tím, že postačí vestavět do zařízení příslušné schválené komponenty.

Polsko

V Polsku je fiskální zákon stabilizován již přes 20 let a je obdobou podmínek na Slovensku. Série tankovacích automatů UNICODE je v Polsku před certifikací a je připravována pro instalace na stanicích TESCO.

Maďarsko

Maďarsko je už tradičně obávanou fiskální zemí, kde se příslušné zákony mění až nepochopitelně často. Výrobcům (zejména zahraničním) tak vznikají značné potíže při získávání certifikací a tím se jim komplikuje i uplatnění produktů na tomto trhu. Poslední verze fiskálního zákona (2015) dokonce v původní verzi nařizovala, aby tankautomat vracel bankovky a mince při platbě hotovostí! To pro Maďarsko znamenalo prakticky konec tankovacích automatů. Výsledkem bylo, že všichni renomovaní výrobci se z tohoto trhu prakticky zcela stáhli. Vše řídí respektovaný úřad MKEH Budapešť, se kterým teprve po náročných jednáních a s nezbytným prostřednictvím maďarského partnera bylo dosaženo změkčení zákona. Výsledkem

je i tak dosti složité technické řešení, které kombinuje „slovenský“ systém s „českou“ EET. Certifikace tankautomatu UNICODE CardManager Compact je ale po náročné práci už v závěrečné fázi a pravděpodobně bude toto zařízení ještě dlouho jediné svého druhu, schválené pro provoz na maďarských čerpacích stanicích.

Rakousko

V Rakousku je názor certifikačních autorit zcela jiný. Pokladní systémy a tankautomaty zde podléhají metrologické certifikaci, kterou provádí fyzikálně-technická zkušebna BEV ve Vídni. Zajímavostí je, že v certifikovaném zařízení se nesmí změnit verze software, jinak musí být znovu schvalováno. To ostatně platí i pro pokladní systémy. Součástí schvalování tankautomatu je i certifikace elektromagnetické kompatibility MID, která je platná i v dalších zemích EU – například v Německu. Od roku 2017 musí každý nově vyrobený tankautomat vyhovět i novému rakouskému fiskálnímu zákonu (obdoba EET). V Rakousku je ale třeba počítat s další výzvou, a tou jsou klimatické podmínky této převážně horské země. Proto probíhal pilotní provoz jednoho tankautomatu UNICODE na frekventované stanici OMV na dálnici A13 v Brennerském průsmyku, která leží ve výšce 1400 m nad mořem.

■ AUTOR: PR Unicode Systems



MÁTE ZÁJEM O SPOLUPRÁCI S JEDNÍM Z EVROPSKÝCH LÍDRŮ V OBLASTI PALIVOVÝCH KARET?

Chtěli byste zvýšit atraktivitu Vaší čerpací stanice?

Chcete získat nové zákazníky a tím zvýšit svůj obrat?

Chcete se stát součástí celoevropské akceptační sítě 37.000 čerpacích stanic?

Pokud jste na tyto otázky odpověděli ANO, kontaktujte nás.

Více informací naleznete na webu www.uta.cz.

V případě Vašeho zájmu vyplňte prosím formulář v odkaze „akceptační partneři“.

UTA Czech s.r.o.
Lomnického 1775
140 00 Praha 4
Tel. +420 270 006 300
email: utacz@uta.com



UTA. Non Stop.

Samoobslužné vysavače

Dobrá služba, na které se netratí?

Mycí linky, klepače koberců, pračky koberců, kompresory na huštění pneumatik a samoobslužné vysavače. Doplnkové služby na čerpacích stanicích, které ulehčují motoristům život, provozovatelům čerpacích stanic obrát a obsluze starosti s údržbou. Podívejme se, jaká je dnes situace okolo vysavačů.



Služba pro 30 procent zákazníků

Podle ankety Českého rozhlasu, která se uskutečnila v roce 2006, využívá vysavače na čerpacích stanicích okolo 30 procent jejich zákazníků. To se nezdá být mnoho, nicméně protože většinou stojí na pumpě jeden stroj se dvěma stánkami pro automobily, je to možná dobře, jinak by se u vysavačů dělaly dlouhé fronty, jaké občas potkáme u mycích linek.

I když to něco stojí, vysávat u čerpací stanice se vyplatí už proto, že průmyslové samoobslužné vysavače mají většinou větší výkon než ty domácí a z automobilů nevysáváte jen prach,

ale také písek, kamení a hlínu, která ulpěla na kobercích automobilu z podrážek cestujících.

Mnozí právě argumentují tím, že vysávání u čerpací stanice je drahé, ale s tím lze rozhodně nesouhlasit. Těžko lze označit desetikorunu za přiměřeně dlouhý časový interval za mnoho. Výrobci většinou doporučují 10 korun za 4 minuty, což je přiměřeně dlouhá doba k vysátí celého automobilu včetně zavazadlového prostoru.

Osobně jsem se nesetkal s tím, že bych k vysávání i velmi zaprášeného interiéru vozidla potřeboval někdy více než dvacet korun. Argument, že vysávání je drahé už vzhledem

k ceně pohonných hmot, samotných automobilů a dalších poplatků za jeho provoz, je tedy lichý a diskuze o ceně vysávání bezpředmětná. Zda to někde stojí pět nebo 10 korun za minutu nebo dvě popřípadě čtyři totiž z pohledu zákazníka nemůže z logiky věci hrát velkou roli. Takovou výmluvou spíše maskují strach z tohoto zařízení respektive obavu, že to nebudu umět ovládat. Obavu samozřejmě planou, protože ovládání vysavače je mimořádně jednoduché a zvládne ho úplně každý.

Další starost navíc nebo zvýšení zisku

Druhá věc je, kolik provoz vysavače stojí provozovatele čerpací stanice. Jedna věc je jeho pořízení a druhá údržba. Obsluha pumpy nebo mycího centra, kde vysavače samozřejmě také najdete, by měla pravidelně kontrolovat, jak vysavač pracuje, protože někteří její zákazníci mají pocit, že tyto velké vysavače s hadicí o větším průměru mohou vysát úplně všechno. Jenže vysávaný odpad nesmí být větší než průměr hadice. Lidé na to ale nedbají a vysávají úplně všechno, i když některé věci mohou vzít do ruky a hodit před vysáváním do odpadkového koše, který většinou stojí vedle vysavače. A tak se do hadice dostanou třeba krabičky od cigaret, kapesníky a podobně. Hadice se světlým průměrem pod 50 mm se téměř jistě ucpe a vysavač logicky ztratí na výkonu a pokud nemá odlehčovací klapku, může dokonce dojít k přehřátí a zničení motoru. Provozovatel čerpací stanice by proto měl dbát na to, aby obsluha minimálně jednou za směnu vysavač včetně filtru zkontrolovala, případně vyčistila. Dalším problémem je opotřebení hadice, která může i prasknout, když ji některý neopatrný zákazník přejede nebo na ni šlápně, a také hubice, která často praská ve spoji s hadicí a musí se vyměnit. Bohužel, často se na čerpací stanici setkáte s hubicí obalenou lepicí páskou, skrz kterou uniká vzduch, což snižuje podtlak a vysávaný

výkon není optimální. V případě, že vysavač ztratí výkon a není to ucpanou hadicí, pak je možné, že závada je na jednom z agregátů a je třeba zavolat servis.

Dnešní vysavače mají většinou nerezovou karoserii, která poměrně dobře odolává nepříznivým povětrnostním podmínkám, délka hadice, která může být uchycena na lanku nebo výkvném rameni je obvykle 4 metry s možností aretace, na přání většina firem dodá i hadice o délce 6 metrů.

Technické parametry jsou dány výkonem elektromotoru, podtlakem a průtokem vzduchu v metrech krychlových za hodinu. Výrobci používají dva typy motorů. Prvními jsou tzv. uhlíkové elektromotory neboli sériové komutátorové motory, které mají vinutí na statoru i rotoru, vysoké otáčky a jednoduše a plynule je možné regulovat jejich výkon. Jejich problémem je složitost konstrukce a z toho plynoucí nároky na servis a také větší citlivost na přetížení. Dražší variantou je bezuhlíkový nebo také asynchronní elektromotor (motor s kotvou na krátko). Tvar vinutí rotoru zde tvoří elektrický zkrat a tím vyvolává v plechách rotoru točivé magnetické pole, jehož otáčky jsou závislé na frekvenci sítě. Proud statoru je pak přímo úměrný rozdílu otáček rotoru a otáček magnetického pole. Výhodou je jednoduchá konstrukce, neomezená životnost, velký záběrový moment při rozběhu a dobrá odolnost proti přetížení. Nevýhodou představují větší hmotnost i rozměry a složitá regulace otáček, které jsou dány frekvencí sítě.

Na trhu je dnes celá řada samoobslužných vysavačů, které nabízejí nejen zastoupení zahraničních firem, ale i tuzemské společnosti. Většinou se jedná o samostatné stacionární zařízení s jedním nebo dvěma hadicemi, které se připojí do elektrické sítě prostřednictvím standardní nebo třífázové zásuvky. Ceny vysavačů se pohybují podle vybavení a výkonu od 40 do 250 tisíc korun, ale najdete i dražší. Pojďme se podívat, jaké jsou na českém trhu možnosti.

Nilfisk-Alto: dánské stroje s uhlíkovými motory

Známa dánská firma Nilfisk-Alto patří k předním světovým výrobcům čisticí techniky pro komerční účely i nejrůznější průmyslová odvětví. Patří k nim také stacionární samoobslužné vysavače pro čerpací stanice, konkrétně řada SB, které jsou konstruované tak, aby odolaly různým povětrnostním vlivům. Disponují jedním nebo dvěma samoobslužnými místy k vysávání, integrovaným systémem k provozu na mince, látkovým filtrem pro snadnou a vysokou sací

sílu s vysokým podtlakem. Mají uhlíkový motor, který se připojuje do běžné sítě. Objem nádoby na nečistoty je 30 litrů, hmotnost pak 90 kg.

Adast engineering: s kompresorem nebo bez něj

Od konce roku 2007 rozšířila společnost Adast Systems své portfolio o další produkty pro vybavení čerpací stanice, které pocházely z převzatého závodu Broumovské strojírny Hynčice. Jedná se nejen o hustiče pneumatik AirBOY, ale také o vysavače CleanBOY. Tyto dva produkty se již ve vlastním vývoji Adastu v roce 2008 spojily v nový model CombiBOY, ve kterém je kompresor a vysavač integrován v jedné karoserii. Kompresor je vybaven spirálovou hadicí, digitálním ovladačem a automatickou kontrolou tlaku. Vysavač má zabudován mincovní automat a stoptlačítko. Dobu vysávání lze volit dle potřeby. Vysavače od Adastu s napájecím napětím 230 V nejsou konstruovány k dlouhodobému či trvalému sání. Pro delší životnost výrobce motorů doporučuje po 20–30 minutách provozu (dle zahřátí) motor vysavače vypnout, nechat zchladnout a poté je možné opět bez problémů vysavač zapnout a vysávat.

Šebesta: spolehlivý dělník s dlouhou životností

Česká firma Šebesta nabízí vysavače CC G (jedno pracovní místo) a CC G Duo (dvě nezávislá pracovní místa), které jsou určeny pro samoobslužné vysávání interiérů osobních a nákladních automobilů, autobusů a jiných dopravních strojů. Zařízení tvoří kompaktní skříň z nerezové oceli, která je osazena mincovním automatem, displejem, sací vývěvou s odlehčovací klapkou a flexibilním uchycením sací hadice, což umožňuje při vysávání pohodlnou manipulaci se sací hubicí. Vysavače Šebesta používají sací turbínu s asynchronním elektromotorem a odlehčovací klapkou, řídicí systém s možností volby způsobu sledování provozu zařízení s napájecím napětím 230 V a 400 V. Levnější a menší varianta disponuje příkonem 1,75 kW (pouze CC G), větší pak 2x 1,75 kW (CC G a CC G Duo).

Kärcher: široká nabídka s garancí německé kvality

Široké portfolio produktů má německý výrobce čisticí techniky firma Kärcher. Základem nabídky je samoobslužný vysavač SB V 1 s napájecím napětím 230 V. Jeho základem je průmyslový vysavač Kärcher, který lze využívat i samostatně. Pokud se však uloží do nerezového pláště, stává

se z něj plnohodnotný samoobslužný stacionární vysavač, který je opatřen časovým spínačem a mincovním automatem. Díky nově vyvinutému systému TACT je filtrační patrona vysavače vždy po zapnutí automaticky očištěna vibrováním a je tak zaručen konstantní sací výkon. Jako volitelné příslušenství je možno k tomuto stroji dodat výkvné rameno, které automaticky zpětně zasunuje sací hadici směrem vzhůru a zabráňuje tak jejímu možnému poškození přejetím. Dražší variantou je samoobslužný vysavač Kärcher Mono SB, který je vybaven výkonnou sací turbínou s napájecím napětím 400 V. Jeho základ tvoří ocelový rám s plechovými stranami a dvířky s otvorem pro vhadzování odpadků z nerezavějící oceli. Uvnitř je umístěna snadno vyjímatelná nádoba na vysávané nečistoty. Stroj může být vybaven ramenem, ve kterém je umístěna kladka k automatickému vytahování příslušenství (sací hadice) směrem vzhůru. Hadice nezůstává po ukončení práce na zemi a stále je kladkou vytažována vzhůru. Z tohoto důvodu nehrozí nebezpečí zničení příslušenství přejetím. Konec hadice tvoří speciální sací hubice, konstruované k vysávání automobilů. Jeho levnější variantou je Kärcher Mono SB s napájecím napětím 230 V. Stroj není vybaven ramenem, ve kterém je umístěna kladka k automatickému vytahování sací hadice, která tak musí být umístěna na pevný držák. U tohoto typu pak může hrozit nebezpečí zničení příslušenství přejetím.

Wash Italia: Italové věnují milovaným automobilům mimořádnou péči

Širokou nabídkou samoobslužných vysavačů disponuje i pražská společnost Hydro-Clean, která kromě vysavačů Nilfisk nabízí i výrobky italské společnosti Wash Italia. Základem nabídky je samoobslužný vysavač ECO 400-WI Single dodávaný s napájecím napětím 230 i 400 V. Je pouze pro jedno pracovní místo a disponuje samostatným mechanickým mincovním automatem na žetony nebo desetikorunu. Dobu provozu lze na mincovníku nastavit, sací hadice o průměru 40–50 mm má délku 4 m a součástí zařízení je klasický filtr bez automatického čištění. Turbinu pohání uhlíkový elektromotor s napájecím napětím 230 nebo 400 V. Dražší variantu představuje zařízení U2011-S-WI Single popřípadě WI Single WIA000, které disponují automatickým čištěním filtru. Obdobnou nabídku pak má firma Wash Italia také u zařízení pro dvě pracovní místa (ECO 230-D-WI Double, U2011 Double a WI Double).

■ AUTOR: Jiří Kaloč
FOTO: autor a archiv

Na návštěvě

Strojní i ruční mytí s bezkontaktní alternativou



Motoristé z Kyjova si pro mytí svých automobilů oblíbili komplexně vybavené mycí centrum na prostranství před továrnou společností ŠEBESTA. Jediný český výrobce technologií pro autoumývárenství a čištění odpadních vod zde nejen nabízí, ale zároveň i testuje v reálném provozu prakticky všechny druhy mytí a procedur následného samoobslužného servisu.

Komplexní nabídka

Silnice k mycímu centru společnosti ŠEBESTA v Kyjově vede z kopečka, a tak si již během příjezdu může motorista udělat obrázek o jeho rozložení a hlavně si dopředu rozmyslet, jakou technologii si pro umytí auta zvolí. Mycí centrum totiž nabízí v tomto ohledu doslova vyčerpávající sortiment. Pro ty, kteří velmi spěchají, je k dispozici strojní kartáčové mytí ve vysokokapacitní průtahové mycí ulici nebo v portálové myčce, čtyři mycí místa ručního vysokotlakového mytí jsou soustředěna v takzvaném karuseli a další otevřené mycí místo je opodál určeno pro nákladní vozy či rozměrnější dodávky. Velmi žhavou novinkou je pak dvojbox osazený bezkontaktní technologií ručního tlakového mytí na bázi mikroprášku.

Strojní mytí s kartáči nebo i bez nich

Nedávno zprovozněná mycí ulice a na bázi

technologie kontinuálního mytí ROBOJET od předního světového producenta TAMMER-MATIC dokáže dokonale umýt běžná osobní vozidla šířky do 2,30 m a maximální výšky 2,25 m zhruba za 5 minut, expresní mytí pak trvá necelé 4 minuty! Vysokou propustnost linky si pochvalují všichni místní řidiči, kteří chtějí rychle své auto umýt v provozní špičce. Hlavně bez zdlouhavého čekání ve frontě před vjezdem do mycího tunelu.

Mycí ulice v délce 20 m je osazena vjezdovým a výjezdovým portálem v červených barvách. Automobily najíždí postupně při rozsvícení zeleného světla vjezdového semaforu na anášecí pás, který pomalu protahuje automobil jednotlivými procesními sekcemi mycího tunelu. Nejprve je nanášena na karoserii aktivní pěna a poté je vozidlo ze všech stran i zespodu zbaveno hrubých nečistot v sekci vysokotlakého předmytí. Jako další v pořadí následuje klasické mytí pěticí PU kartáčů. V další sekci je na povrch karoserie nanášen tryskami leštící a konzervační vosk.

Poslední operací je sušení, kdy je nejprve nanášen sušící vosk a následně je spuštěno osušení proudem vzduchu, prostřednictvím stacionárních bočních trysek a horní lišty kopírující podélnou siluetu. K ještě dokonalejšímu vysušení a třeba i k rozleštění konzervačního vosku zde chybí sekce s flanelovými pruhy, která je často k vidění například v německých mycích ulicích. Tato sekce bude v nejbližší době doplněna zařízením vlastní konstrukce firmy ŠEBESTA. Přestože kontinuální mytí trvá okolo pěti minut, jsou zákazníci s jeho výsledkem velmi spokojeni a to především bez čekání ve frontě na mytí.

Zákazníci si mohou zvolit hned z pěti programů od bezkontaktního mytí bez kartáčů za cenu 67 Kč po komfortní mytí za 187 Kč. Dlužno dodat, že tlakové mytí, sušící vosk a sušení jsou součástí všech programů. Důvod je zřejmý, na prvním místě je totiž snaha o co nejlepší výsledek mytí.

Pro majitele rozměrnějších vozidel je zde k dispozici standardní portálová myčka



od firmy Christ s mycí šířkou 2,36 m a maximální mycí výškou 2,6 m. Ve čtyřech programech je k dispozici automatické tlakové předmytí, šamponové mytí kartáči, mytí kol, studený vosk, sušení a alternativní nanesení leštícího vosku. Zákazníci si mohou zvolit celkem ze čtyř programů od základního mytí za 69 Kč po komfortní mytí s aplikací leštícího vosku za 159 Kč.

Brushless tlakové mytí na bázi prášku

Původním a stále hlavním výrobním programem kyjovské společnosti ŠEBESTA jsou technologie pro čištění odpadních vod, kterých jsou v autoumývárkách v republice stovky. Firma ŠEBESTA se snaží spolupracovat se všemi dodavateli mycích technologií, kdy dokáže plnit jejich požadavky na recirkulační systémy a požadavky na kvalitu vypouštěných odpadních vod. Zahraniční dodavatelé mycích technologií nabízejí i vlastní recirkulační systémy a ČOV. Dle pracovníků firmy Šebesta se ale v poslední době vyskytují i případy, kdy někteří tito dodavatelé nabízejí zařízení, které neplní požadavky na kvalitu vypouštěných odpadních vod z provozů autoumýváren. Jedná se především například o autoumývárny osazených lapoly a jinými, v těchto provozech nefunkčními zařízeními, případně se vypouští odpadní vody bez ČOV. To vedlo v roce 2002 jednatele společnos-



➔ ti Ludka Šebesta k rozhodnutí rozšířit dosavadní výrobní portfolio a vyvinout vlastní technologii ručního mytí, kterou od té doby firma vyrábí pod typovým označením CW 100. Myčky s logem ŠEBESTA si rychle díky své jednoduchosti, provozní spolehlivosti podpořené flexibilním servisem a vstřícné ceně získaly mezi provozovateli myček obrovskou popularitu. Dnes jich jsou stejně jako čistíren odpadních vod v Česku stovky.

Posledním výsledkem vlastního technického vývoje je zvládnutí technologie bezkontaktního mytí na bázi prášku. Prototyp první bezkontaktní práškové myčky je nyní pár měsíců v ověřovacím provozu nainstalován ve dvojboxu, v rámci firemního mycího centra. Podle technického ředitele společnosti ŠEBESTA Stanislava Trněného nejsou s technologií žádné problémy. V současné době se průběžně hodnotí průběh a výsledky mytí ve spojitosti s testováním účinnosti prášků od různých výrobců.



Boxy s bezkontaktním mytím nabízí klasickou skladbu procedur počínaje tlakovým bezkontaktním mytím, oplachem čistou vodou, voskováním a leštěním osmotickou vodou. V boxu je zákazníkům k dispozici ještě jedna pistole s kartáčem pro konzervativnější zákazníky, a nebo pro méně obvyklé případy, kdy je například potřeba zbavit se rychle matného a velmi odolného plaku na povrchu karoserie, na jehož odstranění by se při nasazení bezkontaktního mytí práškem spotřebovalo příliš mnoho času. Zvláštní důraz zde byl kladen na technologii předúpravy a kvality mycích a oplachových vod, které jsou předpokladem dosažení kvality tohoto způsobu mytí.

Překvapivý je ale zájem zákazníků, který předčí veškerá očekávání. Řada z nich dává přednost bezkontaktnímu před klasikou



LAMELA® - nová technologie dokonalého a šetrného mytí

Patentovaná společnost BrushTec®

s kartáčem vedle u karuselu, přestože je zde volno a lidé jsou ochotni si i chvilku na bezkontaktní počkat. Potvrzují se tak obecné trendy a konec konců i správnost rozhodnutí rozšířit dosavadní výrobní program o bezkontaktní technologii vysokotlakého mytí. Podle jednatele Ludka Šebesty bude nová technologie v prodeji po prázdninách a zajisté se opět stane díky tradičně vynikajícímu poměru cena/kvalita/výkon dalším úspěšným produktem se značkou ŠEBESTA.

Centrum následné péče o vozidlo

Mycí centrum Šebesta zákazníkům nabízí dále celou řadu doprovodných služeb k mytí. Kromě čerpací stanice nabízející základní pohonné hmoty za poměrně vstřícné ceny, je zde pod zvláštním přestřešením linka s vysavači, klepači autopodlážek a kompresory, jež jsou taktéž tradičními výrobky firmy ŠEBESTA, doplněné o pračku autokobereček s vysáváním a sušením italské provenience.

Areál mycího centra s čerpací stanicí má otevřeno od 6 hodin do 21 hodin ve-



čer. S výjimkou automatů ručního mytí a vysávacího centra, kde probíhá platba prostřednictvím mincovníků, strojní mytí, stejně jako nákup pohonných hmot a zboží se platí v shopu čerpací stanice, kde je stálá obsluha. V plánu provozovatelů je vyřešit

platbu platebními kartami za mytí například prostřednictvím speciálního platebního terminálu, který by zároveň umožnil i noční bezobslužné tankování.

■ AUTOR: Tomáš Mikšovský
FOTO: autor

www.sebesta.cz

VYSAVAČ
INTERIÉRŮ

BEZKONTAKTNÍ AUTOUMÝVÁRNA

(dle vašeho přání)



+ ČESKÝ VÝROBCE



- » Samoobslužné ruční mytí bez kartáče - bez dotyku s povrchem karoserie
- » Možnost využití kartáče pro extrémní znečištění - 2 ramena v boxu
- » Oplach vozu osmotickou vodou pro vysoký lesk karoserie
- » Nezámrzný systém - zimní provoz

t. +420 518 612 307
sebesta@sebesta.cz

HUSTIČ
PNEUMATIK



několik typů
konstrukce,
spolehlivý agregát
„Orlík“

výkonné dmychadlo
s asynchronním
motorem - velká
životnost

NEREZOVÉ
PROVEDENÍ

NEREZOVÉ
PROVEDENÍ

Ehrle Česká republika



Německá kvalita, preciznost a tradice

Ehrle je jedinou firmou v oboru vysokotlakého ručního mytí, která je zaměřená na komplexní výrobu zařízení pro celý mycí cyklus včetně vlastních chemických přípravků, jako například vysoce účinného mycího prášku.

Tradice od roku 1927

V roce 1927 Josef Anton Ehrle získává jako řemeslný kovář titul mistra v oboru a zahajuje tak rodinnou tradici spojenou se zpracováním kovu a vývojem vysokotlakých zařízení, čímž se společnost zabývá po celou dobu její existence. V roce 1953 společnost převzal Oskar Rudolf Ehrle – zakladatel první výrobní továrny v Illertissenu (Bavorsko). Díky němu společnost usilovala o výzkum a vývoj vysokotlakých systémů. V roce 1961 byly produkty EHRLE oficiálně představeny na světovém trhu a v roce 2011 tak společnost Ehrle oslavila 50. výročí. Od roku 1984 až do současnosti vede společnost Reiner Maximilian Ehrle pod jehož vedením začíná Ehrle v roce 2007 jako první podnik v Evropě s výrobou samoobslužných automyček.

Ehrle CarWash Factory

Ehrle je jedinou firmou ve svém oboru, která je zaměřená na komplexní výrobu zařízení pro celý mycí cyklus. Od vypracování technologií mytí, přes výrobu mycích zařízení, až po výrobu

chemických prostředků. Jedním z výsledků této strategie firmy Ehrle bylo přizpůsobení práškové technologie systému bezkontaktního mytí vozidel.

Technologie automyčky Ehrle v sobě spojuje vzájemné působení vysokého tlaku vody, teploty, chemických a mechanických vlastností prášku. Mycí linky Ehrle jsou vyráběny v Německu. Továrna má 3 oddělené výrobní linky a dvě z nich jsou určeny pouze pro výrobu bezdotykové mycí linky. V současné době výroba zařízení pro samoobslužné myčky EHRLE činí 80 % vlastní výroby a výrobní kapacita CarWash Factory již překročila 2500 mycích stání ročně. Německý výrobek znamená pokročilé technologie, přesnost a spolehlivost.

Princip práškové technologie

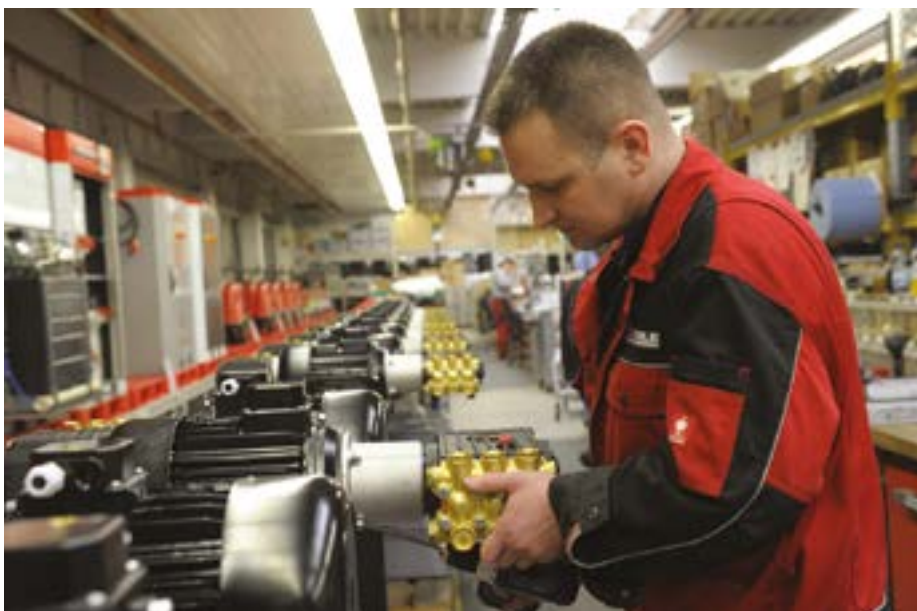
Jednou z předností společnosti Ehrle je, že si pro svou technologii vyrábí také vlastní chemické přípravky, jako například mycí prášek. Ve svém základu se prášková technologie Ehrle Power Pearl Micro Powder opírá o důležitý fyzikální zákon o kinetické energii, na jehož

základě je energie přímo úměrná druhé mocnině jeho rychlosti, tzn. rychlost proudu vody při nárazu o povrch se razantně snižuje, tímto pádem je energie vysvobozena a v důsledku tohoto procesu se předává aktivním povrchovým látkám spojeným ve vodě na molekulární úrovni. Tímto způsobem lze dosáhnout vysoké úrovně očištění povrchu. Použití prášku Power Pearl Micro Powder zcela vylučuje abrazivní „brusný“ účinek a poškození lakovaného povrchu. Prášek Power Pearl Micro Powder navíc chrání karoserii proti korozi díky obsahu speciálních protikorozních přísad. Německá preciznost a neustálé inovace technologií spolu s chemickými přípravky byly oceněny řadou cen. Tou nejceněnější je ale Certifikát kvality VDA udělený Německým sdružením automobilového průmyslu. Jde o elitní uznání

Výhradní zastoupení pro ČR

EHRLE ČESKÁ s.r.o.
Zemědělská 1091/3b,
500 03 Hradec Králové.
Tel.: +420 495 541 830
office@ehrleceska.cz, www.ehrle.cz





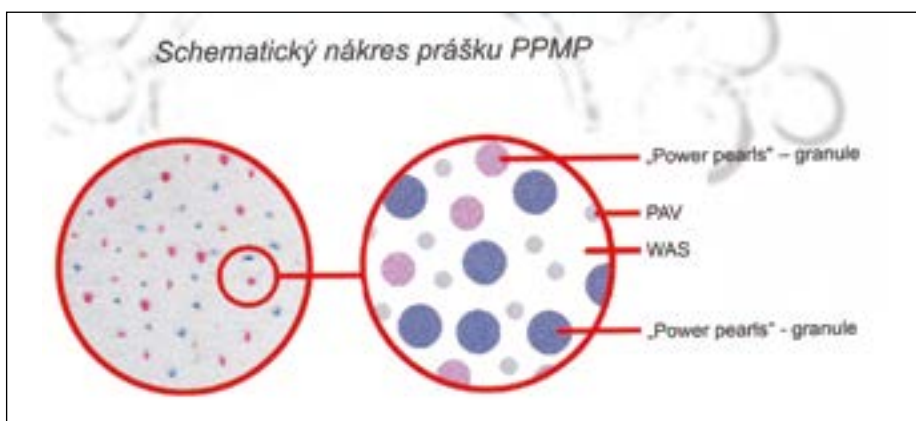
těm výrobcům, kteří splňují přísné normy určené touto prestižní institucí.

Vysoká strojírenská kvalita a odborný servis

Realizace takového investičního projektu jako je automyčka není jednoduchou záležitostí. Společnost Ehrle proto poskytuje investorům náležitou součinnost již od prvních etap vzniku plánu na vybudování, jako například hodnocení atraktivity a užitnosti lokality pro umístění automyčky, výběr optimálního technologického složení zařízení včetně veškerého příslušenství, poradenství při výstavbě. Naším zájemcům-investorům v podstatě nabízíme 2 varianty realizace. Jedná se o to, že si investor sám může vybrat a zajistit lokalitu, kde chce automyčku umístit, sám si může zajistit úpravu a přizpůsobení pozemku před konečnou montáží celého zařízení, kde dohlédneme pouze na to, aby staveniště splňovalo kritéria stanovená výrobcem pro bezproblémový průběh celé realizace. V takovém případě Ehrle zajišťuje pouze komunikaci s výrobcem, objednávku zařízení, jeho dopravu na místo a finální dokončení, tedy namontování kompletního zařízení odbornými pracovníky. Druhá varianta realizace je, že si investor přeje automyčku takzvaně na „klíč“, kdy Ehrle zajistí všechny potřebné úkony od konfigurace objednávky, zajištění připravenosti lokality až po finální dokončení včetně komplexních zátěžových zkoušek.

Police Ehrle na trhu

V současné době má společnost Ehrle zastoupení ve více jak 30 zemích světa, kde se



prezentuje jak svou vysokou kvalitou, tak i spolehlivostí. Díky tomu je to dnes jedna z nejčastěji vyhledávaných firem v oblasti mytí aut spolu s veškerým příslušenstvím a chemickými přípravky. V rámci působení na

českém trhu bylo do dnešního dne vybudováno 12 mycích center, z nichž jako první bylo uvedeno do provozu mycí centrum v Ústí nad Labem a další tři jsou již ve výstavbě.

■ AUTOR: PR Ehrle Česká

AutoMax

MA-FRA UNIKA – nadčasové řešení chemie pro vaši myčku

Jak v současné době přilákat pozornost návštěvníka myčky a přesvědčit ho, aby se k vám vrátil? Nabídněte mu umytí vozidla chemií, která voní, je vysoce účinná a kvalitní, pro vozidlo i myčku bezpečná a zároveň cenově dostupná.



Útok na čichové smysly zákazníků

Výrobci technologií mytí osobních i nákladních automobilů přinášejí stále různé inovace, důsledkem čehož nezůstávají pozadu ani výrobci chemie. Revoluční novinku nyní představil i milánský výrobce chemie MA-FRA S.p.A. Jedná se o řadu chemie MA-FRA UNIKA LINE do osobních i nákladních myček a do ručních i bezkontaktních boxů.

I při vzdáleném kontaktu s touto novou chemií si nejdříve uvědomíte parfemaci produktů pro všechny fáze mytí. To přináší pozitivní útok na čichové smysly těch zákazníků, kteří přišli na ČS jen nabrat PHM. Vůně je

přiláká k mytí. Snižuje i zápach, který může vznikat při čištění recyklované vody. V každém případě je příjemné, že i mytí auta je doprovázeno čerstvou vůní.

Spolupráce chemií pro jednotlivé fáze mytí

Další inovací je velmi důsledná „spolupráce“ chemií pro jednotlivé fáze mytí. Aktivní pěna UNIKA Foamer, nejen díky své bohaté pění rozpustí hmyz a hrubé nečistoty, ale zároveň připraví podmínky pro aplikaci šamponu UNIKA Increaser. Ten nejen auto spolehlivě domyje, ale nachystá povrch karoserie pro voskování. To nejen zvýší účinnost voskování a následného sušení, ale ušetří spotřebu

vosku. Tzv. horký vosk UNIKA Hydrocoating Wax díky svým vlastnostem vytváří pěnový efekt na autě (zejména v bezkontaktních myčkách), ale zajistí i dlouhodobou ochranu auta. V případě použití zalešťovacího vosku UNIKA Mafralux Foam se efekt hedvábného lesku ještě mohutně zvýrazní.

Toto ovšem není všechno, proč je řada UNIKA opravdu unikátní. V současné době, kdy je trend opatřovat karoserie aut keramickými, sklo-keramickými a dalšími ochrannými vrstvami, chemie UNIKA v žádné fázi mytí tyto vrstvy chemicky nenarušuje. Lze tedy bezpečně použít i detergent na předmytí UNIKA Cleaner, který výborně připraví auto pro důkladné umytí. Tento detergent výrazně zvýší účinnost i mytí v boxech s tlakovou vodou.

V bezkontaktních myčkách se osvědčuje práškový šampon MA-FRA PerBox, který díky složení abrasivních částí nepřispívá k zanášení jímek. Společně s tlakovou vodou vytváří pěnový roztok, který si poradí se špinavými disky kol i hmyzem na zpětných zrcátkách.

Pro téměř dokonalé vysušení

Sušící šampon MA-FRA Shine Wax připraví v bezkontaktních boxech podmínky pro téměř dokonalé vysušení karoserie po oplachu osmotickou vodou.

Stejně ceny za nové produkty

Produkty MA-FRA UNIKA LINE a další Vám rádi předvedou odborníci ze společnosti Walmsley enterprises international (AutoMax) ve Vašem provozu, včetně vyčíslení nákladů na jednotlivá mytí. Důležité je na závěr dodat, že tyto revoluční produkty se cenově neliší od předešlé řady chemie pro ruční mytí.

■ PR Automax

KOMPLEXNÍ ŘEŠENÍ MYTÍ AUTOMOBILŮ



www.automaxeurope.com

Walmesley enterprises international spol. s r.o.

Pod Karlovskou silnicí 241/27
Praha 6 - Ruzyně, 161 00

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

AutoMax
ČISTÍCÍ TECHNIKA

SoftCare Pro Classic Race

ATRAKTIVNÍ EDICE

Rychlost, když
ji potřebujete!

Krátké časy
programů
v mycí špičce.

WashTec Cz

U Trati 48, 100 00 Praha 10

e-mail: washtec@washtec.cz

web: www.washtec.cz

tel.: 274 021 231



Bagety a panini

Balené versus vlastní

Trendy v přípravě nejprodávanějšího občerstvení na čerpacích stanicích



Bageta za nic nemůže

Kde jsou ty časy, kdy bagety byly „in“ a všichni jsme se po nich mohli utlouct! Dnes jsou všední součástí každého občerstvovacího koutku. Ruku na srdce, trochu se nám přejedly, stejně jako kdysi obědy v družině či v závodních jídelnách. Někdy je ovšem na vině samotná bageta s mizernou či prošlou náplní. Tedy nikoliv bageta, ta za nic nemů-

že! Bývá to hamižnost, lenost a lhostejnost těch, co chtějí vydělat na úkor zákazníků, co kupují ve víře, že zaženou hlad a ještě si pochutnají. Naštěstí je dost míst, kde pro dobrou chuť dokáží hodně udělat!

Řešení v šokujícím kompromisu

Že by někde na pumpách začali s přípra-

vou těsta a pečením původem vlastních baget a dalšího pečiva, o tom nevíme. Za to velice častý způsob jak získat čerstvou a křupavou bagetu je jejich dopékání z mražených polotovarů. Těsto na sladké nebo slané pečivo se ve specializovaných provozech pekáren připravuje jako běžný rohlík nebo loupáček. Ovšem těsně před konečným dopečením se prudce - šokově - zmrazí. Speciální technologie mražení zajistí, že těsto neztratí nic ze své kvality. Následně se pak v troubě zamražené pečivo jen krátce dopeče a k zákazníkovi či na jídelní stůl putuje v té nejčerstvější formě. Díky mraženému pečivu k dopékání není problém dopřát si teplý a křupavý croissant nebo bagetku v jakoukoliv dení či noční dobu. Výběr pekařských firem a jejich sortimentu je úctyhodný a vůči gastro zařízením na čerpacích stanicích jsou velice vstřícní. Od mnohých lze získat pece k dopékání i další pekárenský hardware, propagační podporu, stejně tak jako stovky zamražených sladkých či slaných výrobků.

Fresh corner v MOL

Nepříjemné zážitky z rozkopaných dálničních úseků si naplno užívají i posádky aut vracející se z jižních Čech po Strakonické. Hojivou náplastí jim může být například vynucená zastávka na ČS společnosti MOL u Dlouhé Lhoty na Dobříšsku. Jak tady dokázaly dvě, tři děvčata v červených firemních tričkách zvládnout nedělní podvečerní nápor hladových zákazníků, byl koncert obsluhy! Na stokilometrovém úseku do Prahy ze Strakonice či Písku tu po třech hodinách posunování v koloně vystupovali vysílení, hladoví a žízňící, kteří nejprve „vymetly“ chladicí boxy Crocodile, další se přesunuli k Fresh corner, kde se dopékaly a plnily bagety a hot dogy, došlo i na sladké panniny, litry kávy, limonád, minerálek a dalších nápojů. Pomocníky obsluhy tu je mj. dvojíta grilovací deska z nerezů na přípravu stea-

ků, hamburgerů, klobás a dalších uzenin na otočném roštu, zapékací kontaktní grily, ideální pro přípravu potravin bez tuku, například při smažení masa, zeleniny, pita chleba a pannini. Samozřejmostí je rozpékací pec, mikrovlnka, konvektomat a další spotřebiče. Obrat i zisk je za podmínek, které jsme tu viděli jistě mimořádný!

Kladné příklady jsme zaznamenali například u ČS Robin Oil v Malé Chuchli a v Praze 6 – Podbabě s jejich příkladně obloženými bagetami se zeleninovým salátem navíc, kdy si zákazník oblohu může sám vybrat. Právě výběr salátů návštěvníky zaujme, protože se s nimi na čerpacích stanicích běžně neseťkává. Mnozí provozní tvrdí, že o ně není zájem, nám se zdá, že je to spíš o pohodlnosti, protože je hodně frekventovaných míst, kde by se rozšíření sortimentu o zeleninové a ovocné saláty vyplatilo. Jiný způsob volila společnost OMV, která má vlastní koncept plněných baget a sendvičů plněných přísně podle přesné kuchařky, zaručující vysoký standard, neměnnost a spolehlivost vybraného občerstvení. Také Bistro Minute na Benzině nabízí každodenní garantovanou čerstvost baget a sendvičů z vlastních pekáren, z nichž většina je během léta bez rizikových majonéz.

Někdo to rád horké

Teplé zapékané sendviče, které jsou známé hlavně z italské a středomořské kuchyně, se s rozvojem motorismu rychle rozšířily do okolních zemí a jejich boom vrcholil s distribucí zamražených polotovarů i do zapadlých bister a motorestů. Zapečené pannini jsou ideální jako lehký a čerstvý sendvič kdykoliv během celého dne. Vítězí opět jednoduchostí a rychlostí přípravy: Tlakem kontaktního grilu a působením tepla dochází k prolnutí všech chutí a obyčejná plněná bageta se tak během krátkého okamžiku stává křupavou delikátní pochoutkou. Nezaměnitelná chuť a snadná příprava činí z teplých sendvičů trend, který přináší výrazné oživení nabídky hlavně v segmentu rychlého občerstvení a u zákazníků vytváří dojem, že jde o „domácí kuchyni“. Samozřejmě, že lze rozpékat i samotné panniny či bagety bez náplně a po jejich rozříznutí doplnit vlastními ingrediencemi – pak to již není jen o dojmu, ale originalitě přípravy na počkání před očima kupujících!



Kouzlo „panini“

V čem je kouzlo přípravy ze zamraženého pečiva z řady "panini"? Je připravováno s velkým množstvím páry tak, aby nedocházelo k vytváření kůrky. Nadýchané jemné bagety se stávají křupavými až v okamžiku zapečení v kontaktním grilu, tedy bezprostředně před podáváním. Tady se znovu projeví další zásadní vlastnost zamraženého pečiva: připraví se jej vždy jen tolik, kolik se opravdu spotřebuje, neexistuje problém s proslouhlou trvanlivostí, zpětným odběrem neprodaného zboží či se zbytky, které prodražují prodej, jak to bývá u hotových balených obložených baget a sendvičů.

Základní "panini" pečivo je v sortimentu velkých výrobců a dodavatelů doplněno o druhy s bylinkami, sezamem či olivami, takže širší výběru pro nabídku teplých sendvičů je zaručena! I tady je vhodné řídit se doporučením tradičních italských pekařů: Pannini pečivo by mělo být jednoduché v chuti i použitých ingrediencích. Nepřehánějte počet použitých surovin. Cílem není naplnit sendvič maximálním množstvím ingrediencí, ale docílit dokonalého vyvážení jednotlivých chutí a struktur. Příliš bohatá náplň zamezuje snadnému šíření tepla uvnitř sendviče během zapékání. Může tak dojít k tomu, že povrch pannini je upečený, zatímco uvnitř nejsou suroviny dosta-

⇒ tečně prohřáté a propojené. Samozřejmostí by mělo být použití surovin té nejvyšší kvality. Jednoduché kombinace základních surovin, bez použití nadměrného množství koření či dalších přípravků na zlepšení chuti, dávají jednotlivým složkám náplně možnost, aby plně rozvinuly svou skutečnou chuť. Výběrem surovin lze zásadně ovlivnit konečnou chuť a kvalitu pannini. Ve finále musí být správně připravené pannini křupavé na povrchu a vláčné uvnitř, proto se nejvlhčí složka náplně vždy umísťuje do středu sendviče. Zabrání se tak rozmáčení pečiva a sendviče zůstanou i po zapečení uvnitř šťavnaté.

Přímo z ruky nebo na talíři

Pannini se obvykle připravují jako pokrm konzumovaný přímo z ruky. Pokud bychom volili složitější varianty pannini, je lépe je servírovat na talíři. Když takový sendvič doplníme malým zeleninovým salátem, po kterých se ze strany zákazníků často marně volá, máme rázem na stole solidní, teplé jídlo, navíc v jiné cenové relaci! Typů a receptur na přípravu pannini a dalšího rozpékaného pečiva je možné od výrobců získat desítky. Většinou se jedná o typické středomořské produkty: pršut nebo kvalitní šunka, mozzarella, rajčata, ementál, bazalka, sýry cheddar, provolone a mozzarella, sušená či čerstvá mini rajčata, olivy, ricotta, grilovaná nebo restovaná paprika, osmahnutá slanina, uzený losos, restovaná kuřecí prsa...pokud se vám sbíhají sliny, jste na dobré cestě. Vězte však, že bez kvalitních surovin se žádný chuťový zázrak konat nebude a tak lze opět doporučit jen jejich osvědčené dodavatele typu Makro, apod.

Varianta „Shop in shop“

Přesto zůstává velké množství čerpacích stanic, které pro provoz vlastního rychlého občerstvení nemají z nejrůznějších důvodů dostatečné zázemí. Někdy je to nedostatek vnitřního prostoru, jindy personálu, chybějí zkušenosti či naopak převažuje orientace na jiné, spíše motoristické služby. Pak je dobré pomýšlet na propojení s některým již existujícím a zkušeným provozovatelem restauračních služeb a rychlého občerstvení jako jsou známé řetězce KFC, McDonald's, Subway a další, kteří buď využívají vlast-



ní, častěji však pronajaté pozemky patří k ČR nebo jako franšizový provozovatelé gastro služeb žijící v symbióze s čerpací stanicí.

Například „Bageterie Boulevard“ (BB), franšizový koncept společnosti Crocodile.cz, má stále větší zájem i o prostranství a pozemky čerpacích stanic, kdy uvádí minimální výměru tisíc čtverečních metrů. Rozhodující pro jednání o poskytnutí franšizy jsou volné či nevyužívané prostory v rámci benzínky, samozřejmostí je, že musí jít o dostatečně frekventované a strategické místo vesměs na okraji větších měst a turisticky lákavých objektů nebo u příjezdových hlavních komunikací. Je evidentní, že prostory čerpací

stanice jsou zajímavější než některé skomírající motoresty, restaurace a hospody dnes dále od silnic. Ve svých podmínkách společnost BB mj. uvádí, že zájmovým místem by mělo denně projet alespoň na dvacet tisíc aut. Variant spolupráce čerpací stanice s externím gastro servisem ovšem existuje celá řada. Základem každé z nich je vždy využití značného zákaznického potenciálu, který na našich silnicích existuje. Proč tedy nechávat ležet peníze na chodníku? Pardon! Na silnici?

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



TASTE THE FEELING™



PETROL
PARTNER

**ZÍSKEJ
50 MB OD O₂
POD KAŽDÝM VÍČKEM
JDI NA WWW.DATOMAT.CZ**





Sortiment a novinky letošní sezony

Balené bagety a sendviče na čerpací stanici

Segment balených obložených baget a sendvičů, tzn. vyráběných mimo čerpací stanice, má nadále velký obchodní potenciál a patří spolu s balenými vodami a nápoji k vůbec nejprodávanějšímu zboží.

Saturovaný trh

Konkurence výrobců se za poslední roky značně vytříbila a zůstávají jen ti, kde mají dobrou distribuční síť a kteří si vysloužili přídomky: spolehliví, kvalitní, inovativní. Prostor pro nové hráče na trhu bez dlouhodobého plnění uvedených kritérií je hodně omezený – je ale i výzvou pro ty, co se nechtají jen tak odradit!

S čím přichází krokodýl?

Jako každoročně přináší několik letních novinek společnost Crocodile ČR. Od června jsou jimi například krevetové sendviče se sladkokyselým dressingem s jemným salátem nebo sendviče s kuřecími prsíčky / le grill, opět s pikantním dressingem navíc s plátkou rajčat. Novinek od začátku roku je ovšem podstatně víc: v lednu se na trhu ob-

jevily Crocodile polévky. Jsou volbou nejen pro řidiče kamionů a dodávek, trávících delší část dne na kolech, ale pro všechny, kdo milují vybrané chutě, upřednostňují čerstvost a jídlo z kvalitních surovin. Jsou dostupné v příchutích tomatová a cizrnová a brzy se milovníci polévek připravených z čerstvých ingrediencí mohou těšit na další druh. Polévky stačí ohřát přímo v kelímku v mikrovlnné troubě (anebo samozřejmě

i v rendlíku) a za 3 minuty je polévka hotová.

Koncem března se objevila jarní novinka s vynikající šunkou z Rakouska: sendvič s medovou šunkou, pyšníci se zlatým oceněním DLG uděleným Německou potravinářskou společností. Medová šunka v kombinaci s pikantním dressingem doplněná little gem salátem si rychle získal své příznivce! Tuňák, vejce, kuře, šunka, krevety... nejčastější ingredience krokodýlích sendvičů mají ve svých dodacích listech vždy uvedeny i nutriční a další závazné údaje o složení. Například tuňákový sendvič obsahuje kousky šťavnatého tuňáka s plátky vařených vajec doplněné jarní cibulkou na bílém pšeničném chlebu v procentickém složení: světlý chléb 40 %, tuňák 28 %, dresink petrželový 14 %, vařená vejce 10 %, salát ledový 6 %, jarní cibulka 2 % o hmotnosti 165 g a jeho energetická a nutriční hodnota i u dalších sendvičů je uvedena vždy na 100 g daného výrobku. Obdobné údaje jsou samozřejmě k dispozici u všech dalších produktů.

K oktetu chutných baget Crocodile: C-Golf, C-kuřecí stripsy, C-chlebičkový labužník, C-s krutů šunkou, C-šunkový eiffel, C-farmářský špíz, C-řecký gyros a C-sýrový mlsoun, se připojuje další lahodný oktet výrobků pannini. Pannini jsou ovšem svého druhu polotovary k zapékání, což je současně tvůrčí prostor pro pracovníky rychlého občerstvení. Hlavními surovinami jsou opět šunka, drůbeží maso, kvalitní salámy a sýry, pomazánky, dressinky a omáčky, zelenina a zeleninové saláty. Jistou podobnost v přípravě vyžadují i wrapy. Crocodile Caesar Wrap obsahuje kousky kuřecích prsíček a plátky anglické slaniny, zalité caesar dresinkem, doplněné cherry rajčátky a salátem little gem. To vše v kapse pšeničné tortilly, podávané opět jako teplé občerstvení.

Hamé má apetit!

Firma BAPA, která je od roku 2006 součástí skupiny Hamé, má v současnosti dva závody. Jeden v Letohradě, kde se pod značkami Simply Fresh a Apetit vyrábějí bagety a sendviče. Druhý, v Hněvotíně se specializuje hlavně na hotová jídla značky Apetit. V Hněvotíně je součástí továrny vlastní pekárna, a zdejší pečivo následně firma používá i v Letohradě pro bagety.

Patří sem například osvědčené bagety Kuřecí mls, Šunkový nářez, Raráškovy dukáty, Obložená pletýnka, a o něco menší Sý-



rová nebo Salámová bagetka o hmotnosti 130 gramů. V sortimentu obloženého pečiva patří společnost Hamé rozhodně mezi leadery na českém a slovenském trhu. Široká nabídka produktů uspokojí svou kvalitou a chutí jak největší jedlíky, tak i ty, kteří dbají na štíhlou linii či si jen chtějí pochutnat.

Produkce obloženého pečiva je vyráběna nejmodernější technologií a bagety Hamé pod produktovým jménem „Hame Life Style“ potěší všechny milovníky tradičních chutí, kteří hledají skutečnou kvalitu v lahodném pečivu. Opět jsou vybírány nejoblíbenější příchutě a nejkvalitnější suroviny, odpovídající sloganu: „naše bagety a sendviče nabízejí skvělý zážitek z rychlého jídla bez kompromisů, ať už si je vychutnáte v autě, po sportovním výkonu nebo jako plnohodnotné jídlo během dne.“ Samozřejmě pro produkty Hame Life Style je důraz na kvalitu používaných surovin. Také čerstvost je základ, kterým se tu řídí. Výrobky jsou kontrolovány v různých stádiích přípravy i expedice k zákazníkům. Certifikovaná výroba pod přísným kontrolním režimem zaručuje vysokou kvalitu hotového výrobku. „Naším hlavním cílem je rychlá a přesná doprava produktů od výroby k zákazníkovi, protože se specializujeme na chlazené zboží. Bagety mají trvanlivost obvykle pět dnů, takže po výrobě se musí produkty velmi rychle dostat na distribuční místa a následně k zákazníkovi,“ upozorňuje Ivo Příkryl, výkonný ředitel společnosti BAPA. Průběh dopravy v chladírenských vozech ke koncovému prodejci je přísně sledován a vyhodnocován. Hamé uvádí, že je zároveň jedinou

českou společností na trhu obloženého pečiva, která využívá pro přípravu pečeného masa, zeleniny a ovoce speciální zařízení umožňující tepelnou úpravu surovin bez použití tuku. Zákazník tak dostává masové výrobky s vysokou šťavnatostí.

Novinkou letošního roku jsou například croissanty namazané smetanovou pomazánkou, obložené šunkou a sýrem, čerstvým ledovým salátem. Oblibu jistě najde sendvič z toustového chleba s tuňákem a vejci na petrželovém majonézovém dressingu a třetí novinkou je pšeničná tortilla „Chicken Burrito“. V balení jde o dvě plněné tortilly s kuřecími stripsy, ochucené pikantní rajčatovou pomazánkou, paprikou, se zelím a sýrem. Velmi se osvědčují limitované edice baget vždy chystané pro určité období či příležitost. „Nedávno jsme například uvedli na trh novou bagetu Rio de Žhaverio, která souvisí s vrcholem letošní sportovní sezóny. Nejen motoristé tak mohou zkusit tuto pálivou bagetu s chorizem, chilli dressingem a papričkami jalapenos v barvách karnevalu a Brazílie. Letos jsme také zopakovali velmi úspěšnou bagetu R 66, kterou oslovujeme motorkáře a vůbec všechny příznivce silných motorů. Na podzim pak chystáme retro edici První bageta s vlašákem. Jako hlavní partneři českého biatlonu si pak nenecháme ujít příležitost využít světového poháru v biatlonu, který letos v prosinci hostí Nové Město na Moravě, a znovu uvést na trh novou verzi biatlonové bagety,“ popisuje ředitelka pro marketing a vývoj společnosti Hamé Marcela Mitáčková. ➔

Lokální výrobci jedou lokálkou?

➔ S kvalitní a zavedenou konkurencí se těžko soutěží, ale děr na trhu je stále dost! Nebudou to sice už zapáchnuté barevné špendlíky na mapě po celé republice či Evropě za zády pana ředitele o filiálkách a prodejních místech, ale výroba a prodej jak se říká „kolem komína“, tedy v dosažitelném a zvládnutelném okolí. Jen kolem Prahy a ostatních velkých měst je celá řada lahůdkářských a pekárenských provozů, kde výroba obložených baget a lahodných chlebiček běží na plný plyn. Stačí prohlédnout internetové stránky a zavolat. Lokální výrobci bývají zpravidla levnější a přístupivější. Pro zákazníky je tu další plus v podobě určité změny chutě i výběru. Pro provozovatele pump jde ovšem o mírnou starost navíc: uhlídat, aby „nové koště dobře metlo“ i po celou sezónu a ještě déle.

Například společnost Bagette s.r.o., z Unhoště u Kladna má docela pěknou paletu obložených baget a sendvičů, které nabízí v pronajímaných prodejních automatech ještě nedávno jako dceřiná společnost pod značkou nápojových automatů Š&Sch., dnes pod Karlovarskými minerálními vodami. Bagety a sendviče jsou vyráběny v moderní chlazené výrobě v Dolanech u Kladna. Vzhledem k noční výrobě baget nabízí své produkty v automatech s minimální prodlevou od výrobního procesu, a proto vždy maximálně čerstvé. Celý výrobní proces a dodržování hygienických předpisů je pod dohledem Okresní hygienické stanice Kladno.

Vhodný výběr českých baget a českých sendvičů nabízí společnost Juddy Bagety. Jedná se o původní českou výrobu a přípravu baget i sendvičů již od roku 2001. Dobří podnikatelé si zakládají na kvalitě a dobrém jménu firmy, anebo jak říká přísloví „Náš zákazník, náš pán“, což platí i ve společnosti Juddy Bagety. Touto filozofií stanovují nejen vysokou laťku kvality pro konkurenci, ale také podporují podnikání českých firem. Hlavní výroba probíhá na severní Moravě ve městě Studénka. Díky modernímu vozovému parku s pokročilými chladicími systémy, dokáže distribuce Juddy Bagety pokrýt celou Českou republiku.

Firma Augur z Prahy Hlubočep má trochu jinou taktiku: „Výrobu a dodávku chlebiček, obložených baget, sendvičů usku- tečňujeme doslova online.“, dovídáme se po telefonu. „K tomu přidáme jednohubky, pomazánky, saláty, obložené mísy, bram-

boráky, obložená vejce, utopence...stačí zavolat a my zboží obratem zavezeme našimi chladicími vozy. Větší čerpací stanice v Praze a blízkém okolí patří zatím nárazově také k našim klientům.“

O některých výrobcích se zákazníci do- vídají přímo na čerpacích stanicích. Tuto zkušenost jsme udělali u pumpy v Dolních Břežanech. Jak jsme se dozvěděli, vynikající chlebičky mají ze sousední obce v Libři. Původně maličká rodinná firma se dnes za- bývá výrobou kompletního lahůdkářského sortimentu i vlastních specialit včetně roz- vozu po Praze a okolí a dnes i vedením gas- tronomických provozoven (lahůdkářství, závodní bistra.)

Podobně je vedené lahůdkářství „U Kad- leců“ v městě Touškov na Plzeňsku. Denně si mohou malí i větší zákazníci – a tedy i pro- vozní a nákupčí čerpacích stanic - vybrat z 10 druhů obložených chlebiček, plněných baget na přání, z 20 druhů majonézových a zeleninových salátů. Dále pak nabízejí obložené mísy, ledvinky, závitky, rosolky, aspikové dorty, pražské vejce, DIA výrobky, utopence, plněný hermelín...

Na internetu je všechno!

Pokud má provozovatel čerpací stanice zá- jem o rychlé občerstvení počínaje bageta- mi a konče čerstvými saláty, není to určité žádný problém a ve svém okolí najde dod- avatele i menšího či naopak většího nárazo- vého množství. Jde prostě o to, jít na ruku svým zákazníkům a právě takové „libůstky“ vytvářejí pevnější vztahy a podpoří často zpochybňovanou „zákaznickou věrnost“. Zásadní výhodou nabídky a prodeje hoto- vých baget, sendvičů a dalšího podobného zboží od externích výrobců je osvobození a zjednodušení od přemíry zodpovědnosti, která u výroby potravinářského zboží exis- tuje.

Kdo zodpovídá za standardy a expiraci zboží?

Kdo dává záruky za kvalitu, za dodržování chladicího řetězce, hygienu a kritické body HACCP? Co se děje s prošlým zbožím, vez- mou jej zpět? Kdo zajistí slušnou propagaci a kdo chladicí nábytek? Tyto a další otázky jdou všechny za výrobcem a dodavatelem. I tak je nutné neustále sledovat hygienu prodeje, reakce zákazníků, zda jsou spoko- jeni s kombinacemi náplní, posoudit jak je to v letních parnách s majonézami a dre-

PLNĚNÉ BAGETY		
Jak často konzumujete ve Vaší rodině...?	plněné bagety bílé	plněné bagety tmavé/ celozrnné
denně	1,1	0,8
2-3x za týden	2,9	4,0
1x za týden	6,1	4,9
2-3x za měsíc	8,1	6,8
1x za měsíc	9,3	6,3
méně často než 1x za měsíc	18,0	16,2
nekonzumujeme	51,3	57,9
neuvezeno	3,2	3,2

PLNĚNÉ BAGETY - ČERPACÍ STANICE		
Jak často konzumujete ve Vaší rodině...?	bagety bílé	bagety celozrnné
denně	2,0	1,4
2-3x za týden	8,5	9,8
1x za týden	7,6	9,3
2-3x za měsíc	15,9	9,4
1x za měsíc	12,8	9,6
méně často než 1x za měsíc	23,2	21,1
nekonzumujeme	27,3	36,9
neuvezeno	2,6	2,6

MEDIAN, Market & Media & Lifestyle – TGI, 4. kvartál 2015 a 1. kvartál 2016

ssingy přímo na pečivu, protože hygienici nikoliv bezdůvodně doporučují jejich prodej v odděleném balení, stejně jako opatrnost s nakládanou zeleninou, kombinací šunky a kořeněných salámů. Prodavačky na pumpě si musí permanentně všimát, jak dalece vyhovují obaly k daným datům trvanlivosti, atd. atd. V každém případě je vždy nutná zevrubná analýza toho, co do- davatel nabízí a jaká je realita po několika týdnech a měsících s čerstvostí, poctivostí slibovaných náplní, či zpětným odkupem neprodaného zboží.

Při zásadní volbě zda se více vyplatí jít do přípravy baget a dalšího obkládaného pečiva vlastními silami nebo najít spolehli- vého, leč dražšího dodavatele, je třeba na stůl vynést všechny karty pro a proti. Idea, či spíš jen přání a často naivní představa, že když se do obložených baget a sendvi- čů pustíme sami, vyděláme majlant a ještě ušetříme, přivedla nejednoho podnikatele ke krachu. Nebo to u vás bude jinak?

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

Bobulkae Bylinkae

Rozhodni spor zvířátek na
www.RAJEC.com

RAJEC®



Obchodní plánování

Potřebuje čerpací stanice obchodní plán?

Absence obchodního plánu patří k častým příčinám neúspěchu podnikání. Podnikatel se nemá o co opřít, s čím se srovnat a z jeho podnikání se stává pouze soubor nepromyšlených a spěšně učiněných rozhodnutí.



Na přípravu plánu je zatím dost času

Do konce roku zbývá ještě dostatek času a příprava obchodního plánu pro nadcházející rok se zdá v nedohlednu. Možná jste ale odkládali zpracování obchodního plánu na rok 2016 tak dlouho, že k jeho realizaci nakonec vůbec nedošlo. Začněte letos dříve alespoň tím, že zvolíte vhodný nástroj pro jeho snadnou tvorbu.

K čemu mi bude obchodní plán?

Zdá se Vám, že obchodní plán je dobrý akorát tak pro banku, když žádáte o úvěr? Podnikatelský plán o několika desítkách stran se hodí v začátku každého podnikání a měl by být nedílnou součástí každého nového projektu. Sepsat si a ujasnit si, čeho chci dosáhnout a jak rychle, vypsat si možná rizika

a úskalí, kterým bude nutno čelit. A samozřejmě, přesvědčit jeho pomocí budoucí investory. V průběhu podnikání se však již jen hrstka drobných podnikatelů vrací k podobnému dokumentu. Práce je tolik, že na rozsáhlé a složité plánování prostě nezbývá čas.

Podnikání, ať už na čerpací stanici nebo jakékoliv jiné, je cestou, která by měla vést k úspěchu. Pokud si však své cíle správně nespécifikujeme, můžeme se lehce ocitnout v situaci Alenky v říši divů, která se ptá: „Řekla byste mi prosím, jak se odsud dostanu?“

„A kam se chceš dostat?“ ptala se Šklíba.

„To je jedno...“ řekla Alenka.

„Pak je jedno, kudy půjdeš,“ prohlásila kočka.

Úplná absence obchodního plánu patří k častým příčinám neúspěchu podnikání. Podnikatel se nemá o co opřít, s čím se srovnat a z jeho podnikání se stává pouze soubor nepromyšlených a spěšně učiněných rozhodnutí.



Ing. Martina Sasínková

Autorka článku je obchodní manažerkou pro ČR a SR ve společnosti eurodata, poskytovatele kontrolního a reportního systému edtas pro čerpací stanice.

nat a z jeho podnikání se stává pouze soubor nepromyšlených a spěšně učiněných rozhodnutí.

Tvorba obchodního plánu však nemusí znamenat hodiny strávené nad dlouhými texty a složitými výpočty. Je nutné zaměřit se na to nejdůležitější a využít také vhodné prostředky, které nám usnadní práci.

Obchodní plán pro čerpací stanici

Ať už se jedná o nájemce, který vytváří obchodní plán pro čerpací stanici ve spolupráci s jejím majitelem, nebo o nezávislého provozovatele, klíčové jsou především následující aspekty obchodního plánu:

Hospodářské cíle pro daný rok

Zde se vychází především z výsledků předchozího roku a zohledňuje se také aktuální situace na trhu čerpacích stanic. Ideálním podkladem je také srovnání s ostatními čerpacími stanicemi stejné značky či dokonce celého trhu.

Plánovat byste měli po jednotlivých skupinách zboží a služeb zvlášť, neboť jejich výsledky se výrazně liší. Naplánujte si nejen tržby, ale také výši marží na jednotlivých skupinách a to jak v procentech, tak i v absolutních číslech v podobě hrubého zisku.

Výše plánových nákladů

Nejvýraznější položkou nákladů na čerpací stanici jsou mzdové náklady na zaměstnance. Před začátkem roku je třeba zhodnotit, zda si můžeme dovolit růst platů či nábor nových pracovních sil. U nájemců čerpacích

stancí je další důležitou složkou nákladů nájemné, které je stanoveno na základě dohody mezi nájemcem a pronajímatelem.

Doporučuje se plánovat i další skupiny nákladů podrobněji, zvláště když chceme ušetřit. Pokud chcete mít veškeré své výdaje opravdu pod kontrolou, naplánujte si např. i výši nákladů na auto, elektřinu, pomocný materiál a další.

Plánovaný zisk

Když vezmeme naplánovaný hrubý zisk (tedy zisk po odečtení nákladů na prodané zboží) a ponížíme jej o náklady, získáme plánovaný hospodářský výsledek. Zvažte, kolik peněz budete chtít použít pro vlastní spotřebu.

Plánování po kvartálech

Naplánovat si pouze výsledky za celý rok není dostačující. Minimálně bychom měli plánovat samostatně jednotlivá čtvrtletí a ty v průběhu roku srovnávat s aktuálními výsledky. Důležité je zohlednit také sezónní výkyvy, např. v létě jsou výrazně vyšší prodeje zmrzliny a současně např. vyšší mzdové náklady na brigádníky apod.

A jak srovnat plánované výsledky se skutečně dosaženými?

V případě, že pro tvorbu svého obchodního plánu využijete nástrojů společnosti eurodata, tak si nejen výrazně usnadníte práci, ale také pohodlně srovnáte plánované hodnoty s výsledky dosaženými v průběhu roku. Společnost eurodata nabízí v rámci systému edtas jednoduché on-line nástroje, které provedou velkou část výpočtů v obchodním plánu

za vás, automaticky vám ke srovnání nabídnou výsledky minulého roku a vypočítají také predikce budoucího vývoje. K dispozici jsou také specialisté v oboru, kteří poskytnou potřebné poradenství. Průběžně tak budete mít možnost zhodnotit, zda se Vaše podnikání vyvíjí „podle plánu“ a přijmout případně taková opatření, která k jeho úspěšnému plnění povedou.

- PR eurodata, Martina Sasínková
FOTO: Tomáš Mikšovský
ZDROJ: eurodata GmbH



... for your store

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

MBG, spol. s r. o.

Sadová 2323/4, 789 01 Zábřeh

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

www.mbg.cz



PETROL
PARTNER

Ochrana nároků na odpočet DPH

Prověřujte si své obchodní partnery

Dobrá víra nevzniká jen tak. Ochrňte své nároky na DPH.



Ing. Vlastimil Sojka

Ing. Vlastimil Sojka je daňový poradce a ředitel skupiny KODAP

účasten daňového podvodu, že podnikl patřičná opatření a tudíž není ohrožen ani jeho nárok na uplatnění odpočtu DPH. Takové nároky se v rozhodovací praxi českých soudů označují jako "přijetí dostatečných opatření k zamezení možnosti vzniku daňového podvodu".

Dodatečná opatření – lepší než nic

Správní soudy jsou názoru, že za dostatečná opatření může být považován postup, kdy se odběratel, předtím, než vstoupí do obchodních vztahů s dodavatelem, přesvědčí o jeho důvěryhodnosti. Například že důkladně prověří jeho DIČ, zápis do obchodního rejstříku a solventnost, či že si vyžádá informaci o přepravci zboží od dodavatele k příjemci. Součástí těchto opatření je pak, dle názoru soudů, ověření registrace plátce DPH v době uzavření kupní smlouvy např. v databázi ARES, popř. na webových stránkách daňové správy, nebo nahlédnutím do sbírky listin obchodního rejstříku dodavatele. Stačit to však nebude v případech, kdy má správce daně reálné indicie o tom, že plátce o podvodném jednání z kontextu věci mohl a měl vědět.

Dodatečné prověření obchodního partnera v účtárně až při zaúčtování obchodního případu může přijít pozdě, ale je to pořád lepší než nic, protože lze alespoň zabránit sankcím a odpočet daně neuplatnit. Takovou službu svým klientům poskytují i některé účetní firmy.

Riskuje plátce, který není obezřetný a neucíní opatření, aby se vyhnul případné účasti na daňovém podvodu, případně pokud i přes zjištěné negativní informace do takového obchodního vztahu vstoupí. V takovém případě se plátce nemůže jakkoli účinně dovolávat dobré víry a musí počítat s tím, že mu nárok na DPH z důvodu účasti na podvodu finanční správa odepře.

■ *AUTOR: Vlastimil Sojka
FOTO: Tomáš Mikšovský*

Jak prověřit obchodní partnery?

Finanční úřady ve snaze zabránit daňovým únikům prověřují v poslední době nárokováné odpočty DPH mimořádně intenzivně a důkladně. Nekonečné diskuse s kontrolory se vedou nad jednotlivými obchodními případy a situaci neulehčuje ani to, že mnozí z nich nemají praktickou zkušenost s podnikáním a jeho administrativou. Jejich představy o praktických možnostech prověřování obchodních partnerů jsou často nereálné. Pokud má plátce tu smůlu, že byl jeho dodavatelem partner, který páchá daňové podvody nebo je z toho podezřelý, hrozí, že i on přijde o svůj odpočet z příslušných faktur nebo že se mu nárok na nadměrný odpočet DPH zpozdí v řádech měsíců i let.

Omezení možnosti účasti na daňovém podvodu

Že je plátce v tzv. dobré víře v korektnost svého obchodního partnera, to při daňových sporech není východiskem, ale podmínkou. A ta se musí správci daně doložit. Otázky spojené s nastavením odpovídajících organizačně kontrolních mechanismů uvnitř organizace plátce daně jsou vděčným tématem odborných tahanic mezi daňovými poradci popř. právníky a finančními úředníky.

Vlastně je to trochu zvláštní. Měl by to být přece státní orgán, kdo občanovi prokazuje, že se něčeho nezákonného dopustil. V daních to zde ale funguje jinak, důkazní břemeno má totiž plátce. Aby plátce dokázal, že byl v dobré víře, musí vlastně prokázat, že sám není vědomě

Agenturní zaměstnanci

Nebojte se využít agenturní zaměstnance, ale pozor na jejich pracovní podmínky!

Využívání služby pronájmu zaměstnanců v současné době nahrává nedostatek pracovní síly a také pružnost nasazení personálu právě na dobu, kdy je ho zapotřebí. Typicky třeba na překlenutí dlouhodobé nemoci kmenového zaměstnance.

Srovnatelné podmínky jako pro vlastní zaměstnance

V poslední době si s oblibou podniky pronajímají zaměstnance od agentur práce. S agenturními pracovníky se můžete potkat i v maloobchodě i na čerpacích stanicích. Základním pravidlem, které pracovní právo v této souvislosti formuluje, je to, že by agenturní pracovník měl mít vytvořeny srovnatelné podmínky s pracovníky vlastními. Nejen pokud jde o odměňování, ale také u podmínek a způsobu výkonu práce a pracovního prostředí. Dodržovat zmíněné pravidlo je víc než žádoucí. Inspekce práce má totiž v tomto směru oprávnění ukládat velmi vysoké pokuty a svého oprávnění opravdu využívá.

Již několik let se přitom vedou diskuse o tom, jak toto zdánlivě jednoduché pravidlo realizovat. I když zaměstnavatel chce být vstřícný, některé benefity je technicky

obtížné přiznat pracovníkům, kteří jsou u něj krátkodobě a nemá s nimi uzavřenou přímou pracovní smlouvu. Agenturním zaměstnancům náleží srovnatelné pracovní podmínky jako zaměstnancům uživatele v případě, že je jejich poskytování upraveno pracovní právními předpisy a že jejich poskytnutí je daňově uznatelným nákladem zaměstnavatele podle zákona o daních z příjmů.

Metodický pokyn

Určité sjednocení nyní přinesl Státní úřad inspekce práce, který na svém portálu www.suip.cz publikoval metodický pokyn č. 2/2016 inspirovaný praktickými zkušenostmi z kontrol zaměstnavatelů v posledních letech. Velmi cenné je, že metodický pokyn obsahuje i výslovný výčet pracovních a mzdových podmínek, které je nutné agenturním zaměstnancům zajistit.

Přísný požadavek srovnatelnosti se týká zejména pracovní doby, dovolené, překážek v práci, náhrady výdajů, ostatních podmínek jako např. příspěvků na stravování nebo zaškolení a prohlubování kvalifikace. Srovnatelná by tedy měla být základní mzda (měsíční, hodinová, úkolová), odměny, prémie i příplatky a odměna za pracovní pohotovost. Nejde přitom jen o celkovou výši, ale také o podmínky přiznání pohyblivých složek mzdy.

Metodický pokyn uvádí i pracovní a mzdové podmínky s benevolentnějším režimem. Není například nutné poskytovat agenturním zaměstnancům jiné náhrady výdajů než uvedené v části sedmé zákoníku práce (nepovinné) nebo odměny při životním či pracovním jubileu nebo finanční příspěvky, které nejsou odměnou přímo související s výkonem práce (příspěvky na dopravu, bydlení apod.).

■ AUTOR: Vlastimil Sojka

PETROLmagazín

Vydavatel:
PETROLmedia, s.r.o.

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

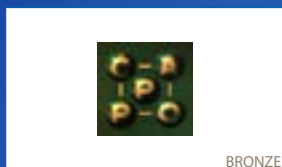
Ředitelka společnosti:
Gabriela Platilová (platilova@petrolmedia.cz)
Odborný garant redakce:
Tomáš Mikšovský (miksovsky@petrolmedia.cz)
Asistentka redakce:
Renata Nováková (novakova@petrolmedia.cz)
Petra Hubková (hubkova@petrolmedia.cz)

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

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

PETROL PARTNER

Ropa, produkty, trhy



Technika a provoz



Mytí a servis



Shop a gastro/Poradenství



NAŠE **DOPORUČENÍ**

MAXXIMÁLNÍ VÝKON¹



Mercedes-Benz

PAVEL TUREK
Expert na Formuli 1

OMV MAXXMOTION
100PLUS
SPLŇUJE NEJVYŠŠÍ
POŽADAVKY
AUTOMOBILOVÉHO
PRŮMYSLU²

OMV
MAXX Motion
Performance Natural 100 plus

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

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



Zastavte se

NAČERPEJTE DOBROU NÁLADU

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

molcesko.cz