

vds

Новости топливного ритейла

Итоги февраля 2025



Настоящее издание является
некоммерческим, издается
в познавательных целях.
Все права авторов
представленных материалов
защищены.

В этом выпуске мы расскажем про новые подходы к развитию розничной торговли на АЗС.

Несмотря на рост популярности онлайн-покупок, клиенты всё чаще возвращаются к традиционным магазинам. Для автозаправочных станций это создаёт возможность развивать гибридный формат, объединяющий онлайн- и офлайн-подходы.

Современные потребители больше не делают выбор исключительно в пользу онлайн- или офлайн-шопинга – они ищут удобство и гибкость, присущие обоим форматам. АЗС могут воспользоваться этим трендом, предлагая востребованные сервисы для «гибридных» клиентов. Такой клиент – идеальный покупатель для автозаправочной станции. Многие готовы делать предварительные заказы онлайн, но предпочитают забирать их лично, чтобы сэкономить время на доставке. Например, возможность заказать кофе или закуску с последующим самовывозом на АЗС может значительно увеличить посещаемость.

Сегодня важно не только быстро заправить автомобиль, но и предоставить качественный сервис. Исследования показывают, что положительный опыт посещения (например, возможность выбрать и попробовать товары) мотивирует клиентов чаще заезжать на АЗС. Автозаправочная станция может стать «точкой притяжения», предлагая комфортное пространство для ежедневных покупок с персонализированным подходом.

Согласно исследованиям, большинство покупателей активно используют мобильные устройства во время шопинга, будь то в продуктовых сетях или других магазинах. Например, 77 % ищут товары прямо в магазине, 79 % сравнивают цены с другими торговыми точками, 58 % проверяют наличие товаров, 31 % изучают информацию о продуктах, а 17 % просматривают товары, часто покупаемые вместе с выбранными. Для АЗС актуальный сайт или мобильное приложение может упростить процесс

поиска и принятия решений, а также стимулировать клиентов возвращаться чаще благодаря внедрению программ лояльности, которые интегрируют онлайн- и офлайн-активности. Например, клиенты могут получать бонусы за онлайн-заказы, которые можно использовать при посещении АЗС, или наоборот – получать дополнительные баллы за покупки в магазине на станции.

Улучшение клиентского опыта с созданием комфортных зон ожидания с доступом к Wi-Fi, зарядными устройствами для гаджетов и уютными зонами отдыха может помочь привлечь больше клиентов, которые не только заправляют автомобиль, но и используют АЗС как место для короткого перерыва. Расширение ассортимента в виде предложений уникальных товаров и услуг, которые сложно найти в обычных магазинах, например, местных продуктов или эксклюзивных товаров, доступных только на АЗС, также способствует выбору сети АЗС клиентами.

Используя гибридный подход, АЗС могут не только привлечь больше клиентов, но и создать уникальный опыт, который объединяет удобство онлайн-заказов и преимущества личного посещения. Хотя для АЗС физическое посещение остаётся ключевым элементом, особенно в части покупки топлива, гибридный формат открывает новые возможности для розничных продаж и взаимодействия с клиентами. Поддержка современных трендов и ожиданий поможет станциям стать более востребованными, предлагая тот формат, который адаптируется к каждому покупателю.

Содержание

01 Аналитика топливно-энергетического комплекса

- 06 Правительство продлит ограничения на экспорт бензина до сентября
- 09 С 2022 года бизнес электрозаправок в России вырос в шесть раз
- 12 ОПЕК сохранила прогноз по росту спроса на нефть в мире в 2025 и 2026 гг.
- 15 Бренд «Роснефти» признали самым дорогим среди нефтяных компаний РФ
- 17 Saudi Aramco продолжает скупать АЗС по всему миру

02 Развитие и переформатирование розничной сети АЗС

- 19 «Circle K» запрашивает разрешение на покупку АЗС «Astarte-Nafta»
- 21 Почему сетям АЗС необходимо срочно внедрять зарядку для электромобилей
- 24 В Казахстане построят национальную сеть гостиниц вдоль дорог
- 26 Связанная с «Газпром нефтью» компания сменила название на фоне ребрендинга заправок
- 28 Первая станция AVIA в зоне обслуживания путешественников (MOP) в Польше

03 Инновации через дизайн

- 30 Зеркальный трассовый комплекс TATNEFTЬ на новом участке М-7 «Волга»
- 32 Цветовые тренды на ближайшие годы – NCS Colours Beyond 2026+
- 38 Сотрудничество Компании VDS с сетью автозаправочных станций GASENERGY
- 42 По каким факторам россияне выбирают АЗС

04 Инновации топливно-энергетического комплекса

- 46 Galp начнёт превращать уличные фонари в зарядные станции для электромобилей
- 48 Основные тренды 2025 года в индустрии гостеприимства и технологиях Food Tech
- 51 Звук, персонализация и ясность идеи: как будет развиваться промышленный дизайн в 2025 году
- 56 Wendy's расширила использование голосового помощника в своих drive-thru
- 58 Автомойка с зарядкой для электромобилей: пылесос и энергия за 15 минут

Правительство продлит ограничения на экспорт бензина до сентября

Поставлять топливо за рубеж в ближайшие полгода смогут только НПЗ.

Правительство продлит ограничения на экспорт бензина до сентября. Поставлять топливо за рубеж в ближайшие полгода смогут только НПЗ

Правительство продлит действующие ограничения на экспорт бензина из России на полгода — до 31 августа 2025 г. Об этом сообщили «Ведомостям» три источника, знакомые с итогами прошедшего 20 февраля у вице-преьера Александра Новака совещания о ситуации на рынке нефтепродуктов.

Экспорт по-прежнему смогут осуществлять компании — производители бензина, мощность предприятий которых превышает 1 млн т в год (т. е. крупные нефтеперерабатывающие заводы, НПЗ). Для остальных компаний, в том числе трейдеров, поставки за рубеж будут запрещены.

Соответствующее постановление правительства должно быть подписано в ближайшие дни, отметил один из собеседников.

Источник «Ведомостей», присутствовавший на совещании, отметил, что компании это предложение «в целом поддержали».

Запрет на экспорт бензина всем компаниям (включая НПЗ) был введен 1 марта 2024 г. на шесть месяцев — до 31 августа. Но уже спустя два месяца правительство разрешило экспортировать топливо с 20 мая по конец июня, а затем аналогичное решение было принято для поставок в июле.

В августе 2024 г. ограничение вновь вступило в силу. Первый замминистра энергетики Павел Сорокин объяснял возобновление запрета рисками возникновения дефицита топлива в сезон проведения плановых ремонтов на НПЗ. В середине августа запрет был продлен правительством на период с 1 сентября по 31 декабря 2024 г. Решение принято для поддержания стабильной ситуации на топливном рынке, сообщила пресс-служба кабинета министров.

В конце ноября в ограничениях было сделано послабление: с декабря запрет перестал распространяться на поставки за рубеж со стороны производителей нефтепродуктов, мощность предприятий которых превышает 1 млн т в год. 31 января 2025 г. правительство продлило эти меры до конца февраля этого года. Эмбарго, как и прежде, не касается экспорта в рамках межправительственных соглашений и гуманитарных поставок топлива.

Несмотря на ограничения, в конце января биржевые (оптовые) цены на бензин, которые снижались с се-

редины ноября, вернулись к росту. Эксперты объясняли увеличение котировок планами нефтяных компаний по увеличению экспорта этого вида топлива после того, как введенные в январе санкции США усложнили вывоз нефти, а также внеплановыми остановками работы ряда НПЗ («Ведомости» писали об этом 5 февраля).

С 23 января по 10 февраля оптовая цена 1 т бензина Аи-92 в европейской части России (наиболее ликвидный биржевой индекс) выросла на 22% до 57 494 руб., свидетельствуют данные торгов на бирже СПБМТСБ. Стоимость бензина Аи-95 за тот же период выросла на 20% до 59 528 руб./т.

Со второй декады февраля биржевая цена начала снижаться, но меньшими темпами, чем предыдущий рост. 20 февраля бензин Аи-92 на бирже торговался по 52 230 руб./т, бензин Аи-95 — 56 641 руб./т.

Розничные цены на бензин в России при этом пока относительно стабильны. По последним публичным данным Росстата, за неделю с 11 по 17 февраля цена на бензин Аи-92 на АЗС в среднем выросла на 0,2% до 55,78 руб./л, стоимость бензина Аи-95 увеличилась также на 0,2% до 60,89 руб./л. С начала года рост цены на бензин Аи-92 составил 1,1%, бензин Аи-95 — 0,8%.

Аналитик ФГ «Финам» Сергей Кауфман отмечает, что, хотя среднесрочное прогнозирование ситуации на рынке нефтепродуктов осложняется внеплановыми остановками НПЗ, для компаний предпочтительнее знать о правилах экспорта на несколько месяцев наперед. С ним согласен управляющий партнер Neft Research Сергей Фролов. По его словам, для более эффективного планирования производства топлива и его отгрузок с заводов компаниям необходимо понимать условия экспорта «хотя бы на ближайшие полгода».

Дефицита топлива на рынке сейчас нет, а рост оптовых цен, который наблюдался в начале февраля, носил «скорее панический характер» на фоне нескольких аварийных остановок НПЗ, отмечает Фролов. В этих условиях, по его мнению, власти выбрали верную стратегию — продлить разрешение на экспорт для производителей на полгода, а дальше действовать по ситуации. В случае форс-мажора экспорт всегда можно полностью закрыть для всех компаний, отмечает аналитик.

Цены на бензин на бирже сейчас сдерживает наблюдающееся укрепление рубля к доллару,



говорит Кауфман. При этом, по его мнению, сохраняется вероятность роста оптовой цены бензина Аи-95 до 65 000–70 000 руб./т в сезон высокого спроса – в летние месяцы. По этой причине эксперт допускает вероятность полного запрета на экспорт, но не ранее апреля-мая. При этом рисков образования дефицита топлива на российском рынке, по его оценке, «нет в любом сценарии».

В розничном сегменте рост цен на бензин в 2025 г. при этом составит 7–8%, т. е. будет близок или немного ниже уровня инфляции, добавляет Кауфман.

vedomosti.ru

С 2022 года бизнес электрозаправок в России вырос в шесть раз

Что происходит с бизнесом традиционных АЗС.



Бизнес электрозаправок в России за три года вырос в шесть раз, тогда как сегмент топливных АЗС, напротив, сократился. Эксперты говорят о консолидации традиционных игроков и отмечают низкую рентабельность сетей для электромашин.

Российский бизнес зарядных станций для электромобилей (ЭЗС) за последние три года вырос почти в шесть раз. К такому выводу пришли эксперты компании «СКБ Контур», с исследованием которых ознакомился РБК. Они подсчитали, что с 2022-го по начало февраля 2025 года число организаций, занимающихся бизнесом по созданию и развитию электрических заправок, выросло с 28 до 163.

При этом количество игроков на рынке традиционных топливных заправок за это время, наоборот, несколько уменьшилось — на 128 участников, или 2%, до 10 234 компаний.

Как менялся рынок заправок

Как отмечают в «СКБ Контур», ликвидации бизнеса в АЗС-отрасли за три года превысили регистрации: 3136 закрытий против 2845 открытий. Пик ликвидаций пришелся на 2022-й, когда с рынка ушли 1174 компании, а регистраций — на 2024-й, тогда свой бизнес зарегистрировали 960 новых участников. Лидером по числу ликвидаций стал Дагестан, там с начала 2022 года до февраля 2025-го закрылась 201 компания из сферы АЗС. Второе место заняла Москва, где ушли 135 игроков. Далее идет Самарская область, потерявшая 134 участника, затем Челябинская область, где рынок АЗС сократился на 122 компании, и, наконец, Новосибирская область — минус 109 организаций.

В то же время в нише электрозаправок отмечен «заметный рост» новых регистраций компаний год к году. Так, в 2022-м на рынок пришли 17 игроков, в 2023 году — 24, в 2024-м — 43, а в начале 2025 года — один. Потери же в этом направлении оказались «единичными», говорят эксперты. Больше всего компаний в сфере ЭЗС закрылось в Москве. В Московской области ликвидировались две организации, а в Республике Тыва и Приморском крае рынок потерял по одному игроку.

В целом, по данным на начало февраля 2025 года, самый «большой» заправочный бизнес развернулся в Республике Дагестан — 560 организаций, подсчитали в «СКБ Контур». На втором месте Москва — 387 игроков, затем Московская область — 378, Ростовская область — 357 и Самарская область с 345 компаниями, занятыми в отрасли АЗС.

В сфере электрозаправок первое место у Москвы, где, по данным на начало февраля 2025 года, работали 42 профильные компании, тогда как в январе 2022-го их было только 11. На втором месте Ивановская область, на рынке электрозаправок которой сейчас 22 организации (в начале 2022 года их не было). Третье место закрепилось за Санкт-Петербургом, где число игроков в сфере ЭЗС выросло с одного в 2022-м до 15 на текущий момент. На четвертом месте — Республика Татарстан, там сейчас девять компаний против всего двух в 2022-м. Замыкает топ-5 Московская область, в которой в настоящий момент работают семь компаний, а в 2022-м их не было вообще, следует из данных исследования.

Что стоит за динамикой

Появление в России с традиционно нефтегазовой экономикой электротранспорта долгое время подвигалось серьезному скепсису, говорит Антон Яковлев, эксперт проекта «Контур.Фокус» по экономической безопасности бизнеса. «Как итог, электротранспорт довольно долго был уделом энтузиастов», — отмечает он.

Тем не менее с 2022 года число зарегистрированных в России электромобилей выросло в 3,6 раза, с 16,6 тыс. до 59,6 тыс. на 1 января 2025 года, следует из данных агентства «Автостат». Кроме того, в 2022-м в стране начался выпуск электромобилей, совокупный объем которого к концу прошлого года составил 9,3 тыс. электрокаров — преимущественно марок «Москвич», Evolute и «Амберавто». Сегодня

на электрокары приходится 0,12% от всех легковых машин на российском рынке. Порядка 60% образуют автомобили трех брендов: Nissan (16,7 тыс.), Zeekr (11,2 тыс.) и Tesla (6,7 тыс.). Но услугами ЭЗС пользуются также владельцы подключаемых гибридов, с учетом которых на 1 июля 2024 года в России числилось 90 тыс. автомобилей (43,8% из них — подключаемые гибриды).

Вторую сложность использования электротранспорта в России создавало отсутствие сети электрозаправочных станций, добавляет Яковлев. «Даже на сегодняшний день электротранспорт рассматривается исключительно как городской транспорт из-за невозможности обеспечить быструю зарядку по пути из одного населенного пункта в другой», — замечает эксперт. Однако проведенный анализ подтверждает, что ситуация меняется и быстрый рост рынка электромобилей и гибридного транспорта в определенной степени подталкивает спрос, считает он.

Активное развитие электрозаправочных станций в России отражает общий тренд на электрификацию транспорта, считают в «Контур.Фокус». Тем не менее остаются регионы, где продолжается рост в сегменте топливных заправочных станций и отсутствует покрытие электрозаправочными, замечают там. Вместе с тем в ряде субъектов складываются «объективные» предпосылки к активному развитию ЭЗС, полагает Владислав Онищенко, гендиректор Агентства трансформации и развития экономики (АТРЭ). Он уверен, что спрос на электротранспорт продолжит расти, что в том числе связано с анонсированным выпуском уже полностью российских электроавтомобилей. «Это приведет к тому, что и в Самарской области, и в целом в Поволжье будет расти спрос на электрозаправки. В Нижегородской области также стоит ожидать роста спроса. Кроме того, по мере обновления парка такси стоит рассчитывать на то, что соответствующим образом будет расти и спрос на зарядную инфраструктуру для электротакси. Стоит присмотреться к Калининградской области, крупным агломерациям Урала и Сибири», — предполагает эксперт.

Кроме того, с 2022 года в России реализуется субсидиарная инициатива социально-экономического развития «Электроавтомобиль и водородный автомобиль», рассказали РБК в пресс-службе Минэнерго. По итогам 2024 года в ней приняли участие 65 субъектов. Как итог, за последние три года произошел существенный рост числа введенных в эксплуатацию «быстрых» электрозарядных станций: сегодня их более 2,7 тыс., «что соответствует спросу», считают в ведомстве. В 2025 году меры поддержки, направленные на развитие электрозаправок, сохраняются, включая субсидии на технологическое присоединение к электросетям и закупку необходимого

оборудования. Также идет работа по увеличению числа ЭЗС на международных трассах. «Действующие меры реализуются комплексно, что полностью соответствует спросу на рынке и на данный момент не требует внедрения дополнительных инструментов», — уверены в Министерстве энергетики.

Анализ структуры рынка топливных заправок в России подтверждает информацию о ликвидации юридических лиц в отрасли, прокомментировали РБК в аналитической компании «ОМТ Консалт». «Однако, несмотря на это, общее количество АЗС и АГЗС (автогазозаправочные станции. — РБК) в России без учета новых регионов с 2021 по 2025 год выросло на 2,8%, — отмечают аналитики. В частности, количество АЗС, входящих в сети ВИНК (вертикально интегрированные нефтяные компании), выросло на 315 штук, до 8972 объектов. Число АЗС крупных сетей (более 20 АЗС) увеличилось на 547, до 5192 единиц, средних (от шести до 20 АЗС) — на 558, до 4263, а мелких (до пяти АЗС) — напротив, сократилось на 661, до 9340 единиц.

Выводы экспертов указывают на сокращение числа мелких участников при росте доли крупных и средних сетей. Так, на рынке АЗС и АГЗС сегодня действует около 6,3 тыс. разных юридических лиц, подсчитали в «ОМТ Консалт». И если в 2021 году в среднем на одну компанию приходилось шесть топливных заправок, то к началу 2025 года этот показатель увеличился до 6,5. «Это свидетельствует о консолидации рынка: более эффективные сети АЗС поглощают малоэффективные объекты, принадлежащие небольшим компаниям», — приходят к выводу эксперты.

Рынок ЭЗС при этом активно растет, превысив 7 тыс. объектов, согласны в «ОМТ Консалт». «Но важно учитывать, что рост инфраструктуры опережает темпы увеличения парка электротранспорта», — замечают аналитики. Для сравнения: в начале 2024 года на одну топливную АЗС приходилось более 2150 легковых автомобилей, а на одну ЭЗС — всего 67, включая гибридные. Таким образом, традиционные заправки обслуживают в 32 раза больше автомобилей, чем электрические. «С учетом более длительного времени зарядки электромобилей разница в загруженности между традиционными и электро-АЗС становится еще более очевидной. При этом парк чистых электромобилей в России составляет всего 0,2% от общего числа автомобилей, что пока ограничивает экономическую эффективность ЭЗС», — заключают эксперты.

rbc.ru

ОПЕК сохранила прогноз по росту спроса на нефть в мире в 2025 и 2026 гг.

В 2026 г., согласно прогнозу ОПЕК, ожидается рост мирового спроса на нефть на 1,43 млн барр./сутки, до 106,63 млн барр./сутки.



Спрос на нефть

ОПЕК сохранила прогноз роста мирового спроса на нефть в 2025 г. на 1,45 млн барр./сутки, до 105,20 млн барр./сутки. Такой же показатель был отражен и в предыдущем докладе. В 2026 г., согласно прогнозу ОПЕК, ожидается рост мирового спроса на нефть на 1,43 млн барр./сутки, до 106,63 млн барр./сутки.

Ожидается, что в 2025 г. спрос на нефть будут поддерживать высокий спрос на авиаперевозки и высокая мобильность на дорогах, включая грузоперевозки. Также ожидается, что поддержка поступит от промышленного, строительного и сельскохозяйственного секторов в странах, не входящих в ОЭСР. Кроме того, увеличение производственных мощностей и рентабельность нефтехимической отрасли продолжат способствовать росту спроса на нефть. Что касается нефтепродуктов, то спрос на нефть, по прогнозам ОПЕК, будет определяться потребностями в транспортном топливе, в первую очередь в авиакеросине, за которым последуют бензин, сжиженный углеводородный газ (СУГ), дизельное топливо и нефтя.

ОЭСР

ОПЕК также оставила без пересмотра свою оценку на 2025 г. по спросу на нефть в странах Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР). Спрос на нефть в странах ОЭСР в 2025 г. вырастет на 110 тыс. барр./сутки, до 45,91 млн барр./сутки. В предыдущем докладе ОПЕК прогнозировала, что спрос на нефть в странах ОЭСР в 2025 г. повысится на 110 тыс. барр./сутки и составит 45,88 млн барр./сутки. Ожидается, что в 2026 г. в странах ОЭСР спрос на нефть вырастет на 120 тыс. барр./сутки и составит 46,03 млн барр./сутки.

В США спрос на нефть в 2025 г. может вырасти на 40 тыс. барр./сутки, до 20,51 млн барр./сутки, в странах Европы, входящих в ОЭСР, - на 20 тыс. барр./сутки, до 13,56 млн барр./сутки. В 2026 г. в США спрос вырастет на 60 тыс. барр./сутки, до 20,56 млн барр./сутки, в европейских странах ОЭСР - на 20 тыс. барр./сутки, до 13,59 млн барр./сутки.

Ожидается, что в ближайшей перспективе устойчивая экономическая динамика в США 4м квартале 2024 г., поддерживаемая потребительскими расходами и инвестициями, сохранится и в 2025 г. ОПЕК также прогнозирует, что основными факторами роста спроса на нефтепродукты станут авиакеросин и СУГ. Ожидается, что использование СУГ будет обусловлено потребностями в отоплении в связи с природным явлением Ла-Нинья. Однако спрос на дизельное

топливо и нефть останется низким, поскольку производственная активность в США пока не восстановилась. В дальнейшем ожидается, что общие перспективы экономического роста в США в 2025 г. останутся стабильными, при некоторой неопределенности в отношении торговой политики США.

Что касается нефтепродуктов, то в 2025 г. ожидается, что спрос на бензин увеличится на 30 тыс. т/сутки в годовом исчислении. Спрос на дизельное топливо и авиакеросин, по прогнозам, увеличится примерно на 20 тыс. т/сутки в годовом исчислении.

Ожидается, что устойчивая динамика роста ВВП США в 2025 г. сохранится и в 2026 г.

Не-ОЭСР

Оценка по росту спроса на нефть в 2025 и 2026 гг. в странах вне ОЭСР также сохранена. Спрос на нефть в странах вне ОЭСР в 2025 г. вырастет на 1,34 млн барр./сутки, до 59,29 млн барр./сутки, в 2026 г. - на 1,31 млн барр./сутки, до 60,60 млн барр./сутки.

Китай в 2025 г. увеличит спрос на нефть на 310 тыс. барр./сутки, до 16,98 млн барр./сутки, Индия - на 240 тыс. барр./сутки, до 5,79 млн барр./сутки. В 2026 г. Китай увеличит спрос на 270 тыс. барр./сутки, до 17,25 млн барр./сутки, Индия - также на 270 тыс. барр./сутки, до 6,06 млн барр./сутки.

В ближайшей перспективе ожидается, что в Китае положительное влияние государственных мер бюджетного стимулирования в 4м квартале 2024 г. сохранится и в 1м квартале 2025 г. Сохраняющиеся высокие потребности в нефтехимическом сырье и спрос на транспортное топливо будут поддерживаться ожидаемым ростом числа поездок во время празднования Нового года. ОПЕК прогнозирует, что 1м квартале 2025 г. спрос на нефть вырастет на 328 тыс. барр./сутки по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Ожидается, что в 2026 г. экономическая активность в Китае продолжит улучшаться, транспортная активность в стране останется на высоком уровне.

Запасы нефти

Предварительные данные за декабрь 2024 г. показывают, что коммерческие запасы нефти и нефтепродуктов в странах ОЭСР составили 2,754 млрд барр. Это на 4,3 млн барр. выше по сравнению с ноябрем 2024 г., и на 172,1 млн барр. ниже среднего показателя за 2015-2019 гг. (показатель используется для оценки эффективности балансировки рынка

в рамках соглашения ОПЕК+). Запасы нефти упали на 800 тыс. барр., до 1,307 млрд барр., нефтепродуктов – выросли на 5,1 млн барр., до 1,447 млрд барр. Запасы нефти в странах ОЭСР были на 120,7 млн барр. меньше среднего показателя за 2015–2019 гг., нефтепродуктов – на 51,4 млн барр. меньше.

В пересчете на дни форвардного покрытия, коммерческие запасы стран ОЭСР в декабре 2024 г. выросли на 0,9 суток по сравнению с ноябрем и составили 61,3 суток. Это на 1,1 суток меньше, чем в среднем за 2015–2019 гг.

Предложение

Прогнозируется, что в 2025 г. добыча жидких углеводородов (ЖУВ) в странах, не входящих ОПЕК+, вырастет на 1,01 млн барр./сутки и составит в среднем 54,21 млн барр./сутки. Основными драйверами роста предложения в 2025 г. станут США, Бразилия, Канада и Норвегия, основное снижение добычи ожидается в Анголе. В 2026 г. добыча нефти странами вне ОПЕК+, как прогнозируется, вырастет на 1,00 млн барр./сутки, до 55,21 млн барр./сутки. Прогнозируется, что в 2026 г. рост будет в основном обусловлен США, Бразилией, Канадой, основное снижение добычи ожидается в Норвегии. Так, США увеличат добычу ЖУВ в 2025 г. на 450 тыс. барр./сутки, до 22,21 млн барр./сутки, в 2026 г. – на 460 тыс. барр./сутки, до 22,67 млн барр./сутки.

Россия в январе 2025 г. сократила добычу нефти на 27 тыс. барр./сутки, до 8,977 млн барр./сутки. Страна при этом перевыполнила план ОПЕК+ с учетом добровольных сокращений и компенсаций на 1 тыс. барр./сутки, в то время как в декабре 2024 г. страна, наоборот, превысила свою квоту на 6 тыс. барр./сутки. Россия в январе 2025 г. должна была добывать 8,978 млн барр./сутки нефти с учетом всех добровольных сокращений.

В ноябре 2024 г., согласно данным ОПЕК, добыча нефти в РФ составляла 9,01 млн барр./сутки., в декабре – 9,004 млн барр./сутки. Средний уровень добычи 2-го квартала 2024 г. – 9,250 млн барр./сутки, 3-го квартала – 9,058 млн барр./сутки., 4-го – 9,015 млн барр./сутки.

Сейчас добыча нефти в России ограничена сделкой ОПЕК+. С учетом добровольных сокращений и компенсаций в последние месяцы этого года показатель составляет 8,978 млн барр./сутки.

В 2025 г. Россия по плану должна приступить к увеличению добычи с апреля 2025 г., этот показатель будет постепенно повышаться в течение каждого из месяцев, к концу года достигнет 9,24 млн

барр./сутки. К сентябрю 2026 г. добыча вырастет до 9,449 млн барр./сутки, этот уровень страна сохранит до конца декабря 2026 г.

Добыча ОПЕК и ОПЕК+

Согласно данным вторичных источников, страны – участницы соглашения ОПЕК+ без учета Ливии, Ирана и Венесуэлы, освобожденных от исполнения сделки, в январе 2025 г. нарастили добычу нефти с учетом всех добровольных сокращений добычи на 13 тыс. барр./сутки, до 35,176 млн барр./сутки. С учетом всех добровольных ограничений и графиков компенсаций, предусмотренных январь 2025 г., страны ОПЕК+ должны были добывать 35,427 млн барр./сутки. Таким образом, альянс добывал ниже плана на 251 тыс. барр./сутки.

Объем компенсаций добычи нефти должниками ОПЕК+ в январе 2025 г., согласно последнему опубликованному графику, должен был составить 120 тыс. барр./сутки от Ирака и 65 тыс. барр./сутки от Казахстана. Графики компенсаций должны были быть обновлены, однако новые данные пока не публиковались. Ирак в январе 2025 г. снизил добычу на 5 тыс. барр./сутки, до 3,999 млн барр./сутки, но при этом добывал выше плана по сделке ОПЕК+ на 119 тыс. барр./сутки. Казахстан повысил добычу на 73 тыс. барр./сутки, до 1,538 млн барр./сутки, добывая на 135 тыс. барр./сутки выше плана.

При этом ниже договоренностей, предусмотренных ОПЕК+, вновь оказалась добыча у ряда африканских стран:

- у Южного Судана – ниже на 65 тыс. барр./сутки;
- Судана – на 40 тыс., барр./сутки);
- Конго – на 17 тыс. барр./сутки);
- Экваториальной Гвинеи – на 9 тыс. барр./сутки;
- Нигерии – на 5 тыс. барр./сутки.

Среди стран ОПЕК, которые не участвуют в сделке ОПЕК+, в Ливии добыча увеличилась на 17 тыс. барр./сутки, до 1,277 млн барр./сутки, в Иране добыча упала на 14 тыс. барр./сутки, до 3,28 млн барр./сутки, а в Венесуэле добыча снизилась на 17 тыс. барр./сутки, до 892 тыс. барр./сутки.

neftegaz.ru

Бренд «Роснефти» признали самым дорогим среди нефтяных компаний РФ

Стоимость бренда по итогам 2024 года оценили в 1,37 трлн рублей.

Бренд «Роснефти» признан самым дорогим среди российских нефтяных компаний. Об этом свидетельствует рейтинг брендов России, составленный консалтинговым агентством Brandlab.

«Стоимость бренда «Роснефти» по итогам 2024 года оценена в 1,37 трлн рублей», — говорится в материалах Brandlab. Это третий показатель в топ-100 среди компаний российского рынка.

Согласно методологии Brandlab, оценка стоимости брендов состояла из нескольких этапов, среди которых: определение ставки роялти, анализ силы бренда и дисконтирование денежных потоков. Кроме того, проводилось прогнозирование будущих денежных потоков бренда и их приведение к текущей стоимости с использованием ставки дисконтирования.

Высокая оценка «Роснефти» связана в том числе с широкой сетью автозаправок и высоким показателем выручки, уточнили в Brandlab. «АЗС обеспечивает доступ к массовому потребителю, позволяет выстраивать программы лояльности и получать дополнительный доход, предлагая сопутствующие услуги», — отметили в агентстве.

«Роснефть» располагает крупнейшей сетью розничных продаж на территории России, включающей около 3 тыс. АЗС/ АЗК. География розничного бизнеса компании охватывает 61 регион России. Бренд АЗС «Роснефть» — один из лидеров в России по узнаваемости и качеству топлива. Компания предлагает своим клиентам широкий ассортимент товаров и услуг — от магазинов и кафе до придорожного сервиса. В «Роснефти» действует накопительная бонусная программа «Семейная команда».

Рейтинг «Топ-100 самых дорогих брендов России» — это независимое исследование, которое проводит бренд-консалтинговая компания Brandlab, начиная с 2024 года. Все данные собираются из открытых источников, а также с помощью социологических опросов.

Совокупная стоимость всех брендов, входящих в топ-100 в России, составила 18 трлн рублей. Почти 80 % этого объема пришлось на 6 отраслей: нефть и газ — 25 %, банки — 20 %, розничная торговля — 16 %, онлайн-сервисы — 9 % и телеком — 6 %.

tass.ru

Saudi Aramco продолжает скупать АЗС по всему миру

Saudi Aramco купила 25%
в сбытовой сети Филиппин
Unioil Petroleum.

Saudi Aramco подписала соглашение о приобретении 25 % акций Unioil Petroleum из Филиппинов, финансовые детали сделки не раскрываются.

Aramco заявила, что приобретение доли Unioil представляет собой дальнейший прогресс в ее стратегическом расширении нефтепереработки и росте глобальной розничной сети.

Aramco добавила, что сделка направлена на то, чтобы извлечь выгоду из ожидаемого роста рынка дорогостоящих топлив на Филиппинах, и планирует расширить свой бренд и розничные предложения, такие как смазочные материалы под брендом Valvoline, на отдельные розничные станции в стране.

Unioil, основанная в 1966 году, является оператором топливной отрасли с сетью из 165 розничных станций и четырех складских терминалов на Филиппинах. Эта сделка следует за предыдущими розничными приобретениями Aramco в Чили и Пакистане, отмечает Reuters.

nangs.org

«Circle K» запрашивает разрешение на покупку АЗС «Astarte-Nafta»

Топливные компании «Circle K» и «Astarte-Nafta» подали в Совет по конкуренции заявление о продаже 26 автозаправочных станций «Astarte-Nafta» латвийскому предприятию «Circle K».



«Circle K» запрашивает у Совета по конкуренции разрешение на покупку заправочных станций «Astarte-Nafta», сообщила во вторник BNS пресс-служба предприятия.

Топливные компании «Circle K» и «Astarte-Nafta» подали в Совет по конкуренции заявление о продаже 26 автозаправочных станций «Astarte-Nafta» латвийскому предприятию «Circle K». Для завершения сделки требуется предварительное одобрение Совета по конкуренции.

«Одна из целей «Circle K» — быть ближе к людям, чтобы сделать их повседневную жизнь комфортнее. Расширяя сеть заправочных станций, мы оказываемся ближе к домам наших клиентов. Кроме того, это дает новым клиентам возможность пользоваться предложениями «Circle K» в регионах Латвии, где мы пока не работали. Также мы сможем предложить бизнес-клиентам, государственным и муниципальным учреждениям страны более широкий и качественный охват сети автозаправочных станций», — сказал председатель правления «Circle K» в Латвии Скимантас Мачюкас.

«На протяжении более 30 лет мы создавали в регионе Земгале сильную и эффективно работающую сеть автозаправочных станций. Однако конкуренция среди продавцов топлива в Латвии очень высока, а региональная реформа уменьшила значение сельских территорий, больше внимания уделяя городам, и особенно крупным. Рост требует постоянных инвестиций и инноваций. Поэтому, думая о дальнейшем развитии компании, мы хотим передать ее в хорошие и заботливые руки. Мы уверены, что сотрудники и клиенты выиграют от приверженности «Circle K» своему делу», — прокомментировал председатель правления «Astarte-Nafta» Оярс Карчевскис.

baltija.eu

Почему сетям АЗС необходимо срочно внедрять зарядку для электромобилей

Темпы распространения электромобилей (EV) стремительно растут, трансформируя рынок топлива и энергии.



Глобальная автомобильная индустрия находится на переломном этапе. Темпы распространения электромобилей (EV) стремительно растут, трансформируя рынок топлива и энергии. Этот сдвиг представляет собой как вызов, так и уникальную возможность для сетей АЗС.

По мере снижения продаж традиционного топлива дальновидные владельцы автозаправочных станций должны оперативно интегрировать зарядную инфраструктуру для электромобилей в свою бизнес-модель — или рискуют остаться не у дел.

**Переход на электромобили:
рыночная реальность**

С 2018 года число электромобилей выросло в десять раз, а к 2030 году ожидается, что более 50 % новых автомобилей будут электрическими. Во многих странах постепенно отказываются от двигателей внутреннего сгорания. Европейский Союз требует сократить выбросы парниковых газов на 55 % к 2030 году.

Норвегия остается мировым лидером по электрификации транспорта. В 2024 году 88,9 % проданных новых автомобилей в стране были полностью электрическими, что свидетельствует о стремительном сокращении доли машин с традиционными двигателями внутреннего сгорания. Рыночные тенденции и государственная политика фактически вытесняют бензиновые и дизельные автомобили из сегмента новых продаж.

Этот процесс обусловлен не только государственным регулированием, но и изменением предпочтений потребителей. Улучшенные аккумуляторные технологии и ускоренные темпы зарядки делают электромобили все более удобным и востребованным выбором. Операторам АЗС необходимо адаптироваться к этим изменениям, чтобы сохранить свою конкурентоспособность.

**Возможности: трансформация АЗС
в энергетические хабы**

АЗС могут эволюционировать в полноценные центры зарядки электромобилей, открывая новые источники дохода. Инвестируя в интеллектуальные зарядные решения, операторы могут:

— Увеличить загрузку станций. Продвинутые системы управления нагрузкой повышают эффектив-

ность энергопотребления, позволяя подключить больше зарядных устройств без значительных затрат на модернизацию инфраструктуры.

— Максимизировать прибыль. Подписные модели оплаты зарядки, программы лояльности и торговля энергией открывают новые возможности для увеличения выручки.

— Повысить уровень клиентского сервиса. Интеграция цифровых сервисов, таких как мобильные приложения для мониторинга доступности зарядных устройств и бесконтактной оплаты, улучшает удобство и лояльность клиентов.

— Использовать возобновляемые источники энергии. Интеграция солнечных панелей и аккумуляторов снижает операционные расходы и повышает устойчивость бизнеса.

**Решение проблем: умные технологии
для плавного перехода**

Электрификация АЗС сопряжена с рядом вызовов, но современные технологии помогают справляться с ними.

— Ограничения энергосистемы и затраты на инфраструктуру

Стоимость модернизации электросетей может быть высокой, однако динамическое управление нагрузкой (DLM) предлагает доступное решение. DLM оптимизирует распределение мощности в режиме реального времени, позволяя станциям работать в рамках существующей сетевой емкости.

Пример: компания Team Energie столкнулась с необходимостью модернизации электросети на сумму €200000. Внедрив систему динамического управления нагрузкой FLEXECHARGE, компания избежала этих затрат и смогла эффективно эксплуатировать 16 зарядных устройств без дополнительных инвестиций.

— Управление пиковыми нагрузками и ценовыми рисками

Внезапные скачки спроса могут привести к высоким тарифам на электроэнергию. Технология Smart Peak Shaving помогает операторам управлять энергопотреблением, регулируя скорость зарядки в часы пик.

Пример: сеть Q8 снизила затраты на потребление электроэнергии на 35% благодаря интеллектуальному управлению нагрузкой, обеспечивая стабильность энергоснабжения.

— Избегание зависимости от одного поставщика и защита инвестиций

Многие операторы АЗС сталкиваются с ограничениями из-за проприетарных зарядных систем. Решение — использовать открытые платформы, совместимые с различными брендами зарядных станций. Это обеспечивает гибкость и возможность масштабирования в будущем.

Пример: Tamoil, управляющая 230 АЗС в Нидерландах, успешно интегрировала зарядные станции разных производителей, сохраняя централизованный контроль через открытую систему управления.

**Конкурентное преимущество:
опыт лидеров рынка**

Крупнейшие игроки отрасли уже активно переходят на электромобилизацию, доказывая, что это не только необходимо, но и выгодно.

— BP Pulse: крупнейший зарядный хаб Великобритании в NEC, оснащенный ультрабыстрыми зарядными устройствами мощностью 150 кВт и подписной моделью оплаты.
— ORLEN: крупнейший энергетический оператор Восточной Европы планирует открыть 434 зарядные станции в Германии к 2026 году.
— Uno-X: развивает инфраструктуру зарядки для тяжелого коммерческого транспорта в Норвегии и Дании, отвечая на рост спроса на электрические грузовики.

Стратегические шаги для операторов АЗС
Для успешного внедрения зарядных станций операторам АЗС следует придерживаться четкого плана:

1. Разработать стратегию электрификации

— Провести анализ рынка и выбрать оптимальные локации для зарядных станций.
— Оценить финансовые модели: оплата за пользование vs. подписка.
— Обеспечить соответствие требованиям законодательства и пропускной способности сети.

2. Инвестировать в масштабируемую инфраструктуру

— Выбирать модульные зарядные устройства с возможностью модернизации.
— Внедрять интеллектуальные энергосистемы для эффективного распределения нагрузки.
— Использовать возобновляемые источники энергии для снижения затрат.

3. Улучшить взаимодействие с клиентами

— Разработать мобильное приложение для бронирования и оплаты зарядки.
— Внедрить программы лояльности для привлечения постоянных клиентов.
— Развивать сопутствующие услуги (кафе, зоны отдыха) для монетизации времени ожидания.

4. Оптимизировать операционную деятельность и расширяться стратегически

— Использовать мониторинг в реальном времени для оценки эффективности станций.
— Внедрять программы профилактического обслуживания для обеспечения надежности зарядных устройств.
— Масштабировать сеть в соответствии с ростом популярности электромобилей, фокусируясь на высоконагруженных локациях.

**Будущее мобильности: почему действовать
нужно уже сейчас**

Переход на зарядку электромобилей — это не просто необходимость, а возможность стать лидером в новой энергетической эпохе. Операторы АЗС, которые оперативно адаптируются и грамотно реализуют стратегию электрификации, смогут занять ключевые позиции на рынке будущего.

superstation.pro

В Казахстане построят национальную сеть гостиниц вдоль дорог

Объем инвестиций в проект составит 120 млрд тенге.



В Казахстане на сегодня работают 1 446 сервисных объектов вдоль дорог, 1 299 или 90 % из них соответствуют национальным стандартам. В 2025 году показатель планируют довести до 100 %. Об этом на заседании правительства сообщил министр транспорта Марат Карабаев, передает корреспондент центра деловой информации Kapital.kz.

В 2024 году вдоль республиканской сети дорог за счет частных инвесторов было построено и введено в эксплуатацию 85 сервисных объектов: АЗС – 18, кафе, кемпинг, гостиницы – 20, а также установлено 47 систем газозащиты.

«Для создания современных сервисных объектов вдоль дорог крупные инвесторы, такие как QazaqOil, Royal Petrol и Compass, планируют построить и модернизировать более 400 объектов. Компания Petro Retail разрабатывает систему сервисных объектов вдоль дорог. До 2029 года планируется строительство 60 комплексных объектов, из которых 10 будут реализованы в этом году. Объем инвестиций составит 120 млрд тенге. В этих объектах будут предусмотрены места для отдыха, стоянки для TIR и автозаправочные станции. На основе развития сервисных объектов вдоль дорог в стране будет сформирована первая национальная сеть гостиниц и их франшиза», – сообщил Марат Карабаев.

Он подчеркнул, проект реализуется благодаря своевременно принятым решениям Инвестиционного совета.

«На местных дорогах общей протяженностью 70 тыс. километров также проводятся масштабные работы. При этом стоит отметить положительное влияние финансирования дорожных ремонтов в рамках общих трансфертов, начатых в 2023 году. В результате этого доля дорог в нормативном состоянии увеличилась на 4 %», – добавил министр.

Кроме того, наблюдается рост объема паритетного финансирования со стороны местных органов власти.

«Конкретно в этом году местные органы выделяют 191 млрд тенге на дорожные работы, в 2023 году показатель составлял 178 млрд тенге. В этом году ремонтные работы охватят 4 тыс. 200 километров дорог», – сообщил глава Минтранса.

Марат Карабаев подчеркнул, на всех платных участках дорог работает система оплаты проезда KazToll. В 2024 году завершена ее интеграция с системой ЕРАП Генеральной прокуратуры, и запущен проект «Средняя скорость».

«Также внедрена система Smart Road Diagnostic System (SRDS), которая с использованием технологий искусственного интеллекта позволяет сократить время оценки состояния дорог до 4 часов с точностью более 95 %. В этом году завершится интеграция системы Автоматизированных измерительных станций (АСИ) с ЕРАП, что создаст условия для оптимизации административных процедур в отношении тяжелых транспортных средств», – сообщил Марат Карабаев.

На базе существующих цифровых систем в дорожной отрасли будет создана единая цифровая платформа E-Joldar. Она будет включать в себя систему сбора и учета информации об автомобильных дорогах и обеспечит прозрачность процессов развития дорожной отрасли, а также надежный контроль и эффективное управление дорожными активами. «На базе платформы будет автоматизирована связь между пользователями автодорог, активными гражданами, местными исполнительными органами и специалистами, ответственными за управление дорожными активами. Внедрение платформы запланировано на первую половину 2026 года», – заключил министр транспорта.

Ранее стало известно, что в 2025 году в Казахстане введут 4 тыс. километров платных дорог и планируют охватить ремонтными работами протяженностью 13 тыс. километров.

kapital.kz

Связанная с «Газпром нефтью» компания сменила название на фоне ребрендинга заправок

«Алатау Премиум
Мунай» – новое название
АЗС «Газпром нефти».



Связанная с казахстанской структурой российской «Газпром нефти» компания провела перерегистрацию, вследствие чего сменила название на «Алатау Премиум Мунай», следует из данных Kompra. Ранее на АЗС «Газпром нефти» начали менять вывески.

Речь идет о фирме, которая работает в Казахстане с 2021 года и ранее называлась «Газпромнефть-Казахстан операционная компания». Параллельно с ней в стране также работает попавшая под санкции США в декабре 2024 года «Газпром нефть-Казахстан». Последняя через российскую «ГПН-Управление Зарубежными Активами» принадлежит «Газпром нефти», которая также находится под санкциями.

При этом «Алатау Премиум Мунай» через российскую «ГПН-Операционное управление» принадлежит акционерному обществу «Алмада», которое контролируется Кириллом Поповым.

Несмотря на отсутствие общих бенефициаров, ранее обе фирмы были зарегистрированы по одному адресу и имели одного и того же руководителя – Марата Малатаева. Однако в конце января 2025 года «Газпромнефть-Казахстан» сместила Малатаева с поста директора, а «Алатау Премиум Мунай»

5 февраля 2025 года, помимо названия, поменяла и адрес регистрации – компания переехала из Алматы в Илийский район Алматинской области. На данный момент ничто не сигнализирует о том, что компании утратили связь между собой.

Кроме того, почти за год до попадания в санкционные списки «Газпром нефть-Казахстан» сменила вид своей деятельности с «розничной торговли моторным топливом» на «аренду и управление собственной или арендованной жилой недвижимостью». При этом «Алатау Премиум Мунай» занимается розничной торговлей моторным топливом с даты своего основания в апреле 2021 года.

Ранее «Курсив» писал о том, что «Газпром нефть» скрыла свое название на вывесках заправочных станций своей сети. Корреспондент «Курсив Авто» объехал несколько заправок в Алматы и узнал у работников, что название планируется поменять.

Контролирующим акционером «Газпром нефти» является российский «Газпром» (доля участия – 95,68%). Остальные бумаги принадлежат миноритариям (доля участия – 4,32%).

kz.kursiv.media

Первая станция AVIA в зоне обслуживания путешественников (MOP) в Польше

Группа Unimot, владелец сети АЗС AVIA в Польше и Украине, открыла первую станцию на территории MOP (Зона Обслуживания Путешественников).



Группа Unimot, владелец сети АЗС AVIA в Польше и Украине, открыла первую станцию на территории MOP (Зона Обслуживания Путешественников). Это ещё один шаг в развитии бренда, который уже насчитывает более 140 станций в Польше. Новый объект, работающий по франчайзинговой модели, расположен в населённом пункте Мочидло на скоростной трассе S7. Помимо автозаправочной станции, ориентированной на частных клиентов, здесь также действует AVIA Truck – формат автоматических станций, предназначенных для грузового транспорта.

Новая АЗС AVIA в Мочидло, находящаяся в Малопольском воеводстве, расположена на трассе S7, соединяющей Краков и Кельце. Благодаря стратегически удобному местоположению станция становится важной остановкой для путешественников. Клиентам предлагается широкий ассортимент топлива, включая ON, ON Gold, Pb95, Pb98, LPG и AdBlue. Также доступны нефтепродукты и сервисные услуги, в том числе авторская гастрономическая концепция Eat&Go, магазин SPAR Express и ресторан.

В дополнение к стандартным ТРК станция предлагает решения в формате автоматических АЗС AVIA Truck. Здесь оборудованы две заправочные позиции для грузовиков, просторные парковки, широкие въезды и современная санитарная зона, что обеспечивает комфортные условия для отдыха и восстановления водителей после длительных поездок.

«Открытие нашей первой станции на MOP – это важный этап в развитии сети, которая уже насчитывает более 140 объектов в Польше. Этот объект также функционирует в формате AVIA Truck, предлагая водителям грузового транспорта удобную инфраструктуру во время дальних рейсов. Мы уделяем большое внимание развитию этого сегмента, адаптируя станции под потребности транспортной отрасли. Наша цель – создавать multifunctional объекты с круглосуточным обслуживанием, конкурентными ценами на топливо и современным техническим оснащением, обеспечивающим удобство для всех клиентов», – отметил Михал Хойовский, вице-президент правления Unimot.

С начала 2025 года группа Unimot активно открывает новые объекты, в том числе АЗС в Стешовице на трассе A18, которая также работает в формате AVIA Truck.

Группа Unimot является членом AVIA International и первой в Польше получила право на строительство и развитие сети AVIA в стране и на украинском рынке. В Европе функционирует более 3200 станций AVIA, что делает её седьмой крупнейшей сетью АЗС на континенте.

Стратегия Unimot на 2024–2028 годы в сегменте АЗС включает увеличение объёмов продаж топлива и нефтяных сервисов, повышение операционной эффективности станций, сохранение высоких стандартов работы и дальнейшее развитие приложения AVIA GO, которым уже пользуются более 100 000 клиентов.

Unimot также сосредоточена на расширении числа станций AVIA с биотопливом HVO100. В настоящее время экологичное низкоэмиссионное топливо (основанное на переработанных растительных маслах) доступно на станциях в Пётркув-Трыбунальски (Подляское воеводство), Мышенцине (Любушское воеводство) и Бржезнике (Нижнесилезское воеводство).

Компания первой в Польше вывела HVO100 на рынок АЗС и остаётся единственным дистрибьютором этого вида топлива на автозаправочных станциях в стране.

Unimot – мультиэнергетическая группа и лидер среди независимых импортёров жидких и газообразных топлив в Польше. В декабре 2016 года компания вступила в AVIA International, получив право на развитие сети AVIA в Польше и Украине. Обладает 30-летним опытом на топливном рынке и специализируется на оптовой торговле дизельным топливом, а также дистрибуции прочих видов жидкого топлива внутри страны и за её пределами. В апреле 2023 года завершила покупку активов Lotos Terminale (ныне UNIMOT Terminale), включая 9 топливных терминалов и 2 асфальтовых завода. Развивает сектор солнечной энергетики под брендом AVIA Solar и инвестирует в другие направления возобновляемых источников энергии (ВИЭ), таких как ветровая и гидроэнергия, а также биотопливо. Акции компании котируются на Варшавской фондовой бирже.

superstation.pro

Зеркальный трассовый комплекс ТАТНЕФТЬ на новом участке М-7 «Волга»

В декабре 2024 года на новом участке трассы М-7 «Волга» в обход Нижнекамска и Набережных Челнов состоялось открытие нового зеркального трассового комплекса АЗС ТАТНЕФТЬ.



Генеральным проектировщиком, генеральным подрядчиком и поставщиком рекламного оборудования для проекта выступила Компания VDS.

Обе зеркальные АЗС ТАТНЕФТЬ №700 и №701 включают здание площадью 354 м², многотопливную АЗС на 4 ТРК для легкового транспорта и 3 ТРК для большегрузных автомобилей. Отличительной чертой трассового комплекса стала 20-метровая мультимедийная стена.

Для удобства водителей на каждой станции предусмотрены 39 парковочных мест для легковых автомобилей и 16 мест для грузового транспорта. Кроме того, на территории расположены несколько беседок, детские игровые площадки, воркаут-площадка, молельный дом и зарядные станции для электромобилей.

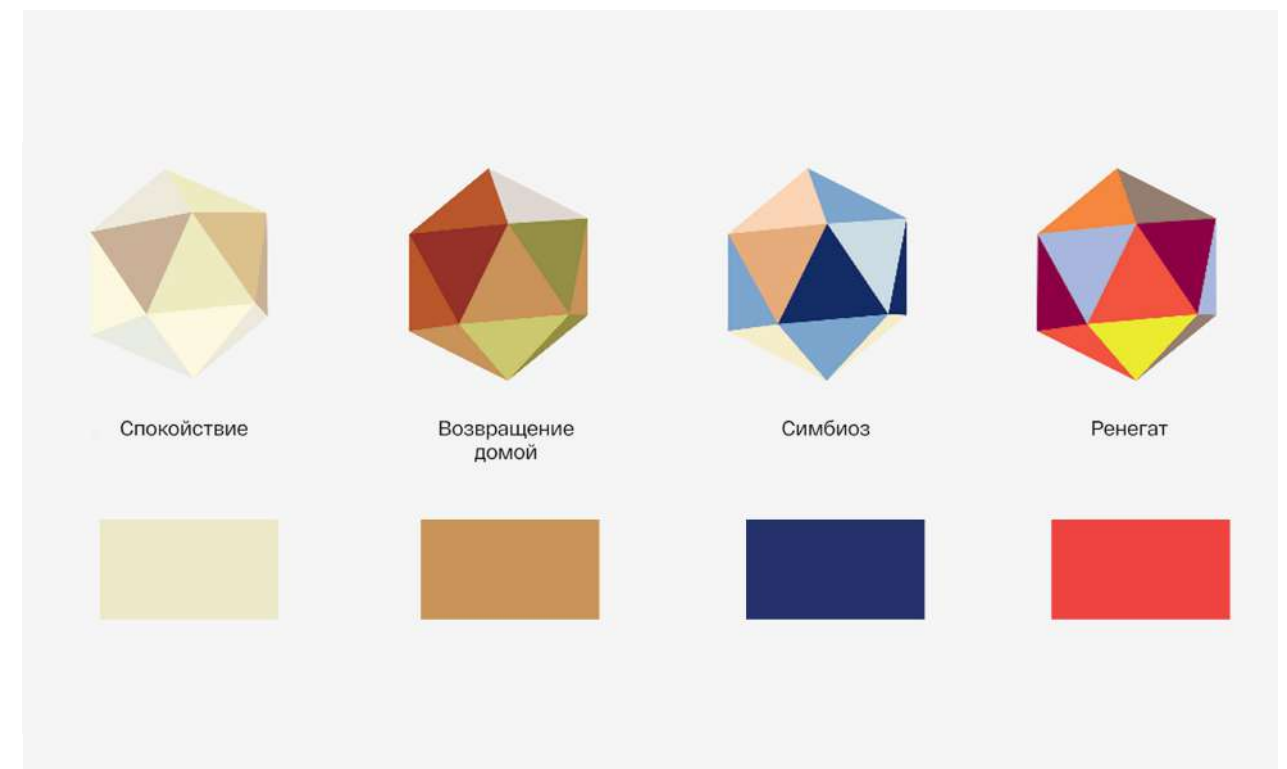
Просторный торговый зал предлагает большое количество посадочных мест, удобную зону раздачи, широкий ассортимент национальной выпечки, первых и вторых блюд, богатую кофейную и чайную карту, необходимые товары в дорогу для автомобилистов.

Раис Татарстана Рустам Нургалиевич Минниханов стал одним из первых, кто оценил качество обслуживания на этих объектах, отметив высокий уровень сервиса и выразив благодарность за своевременный ввод комплекса в эксплуатацию!

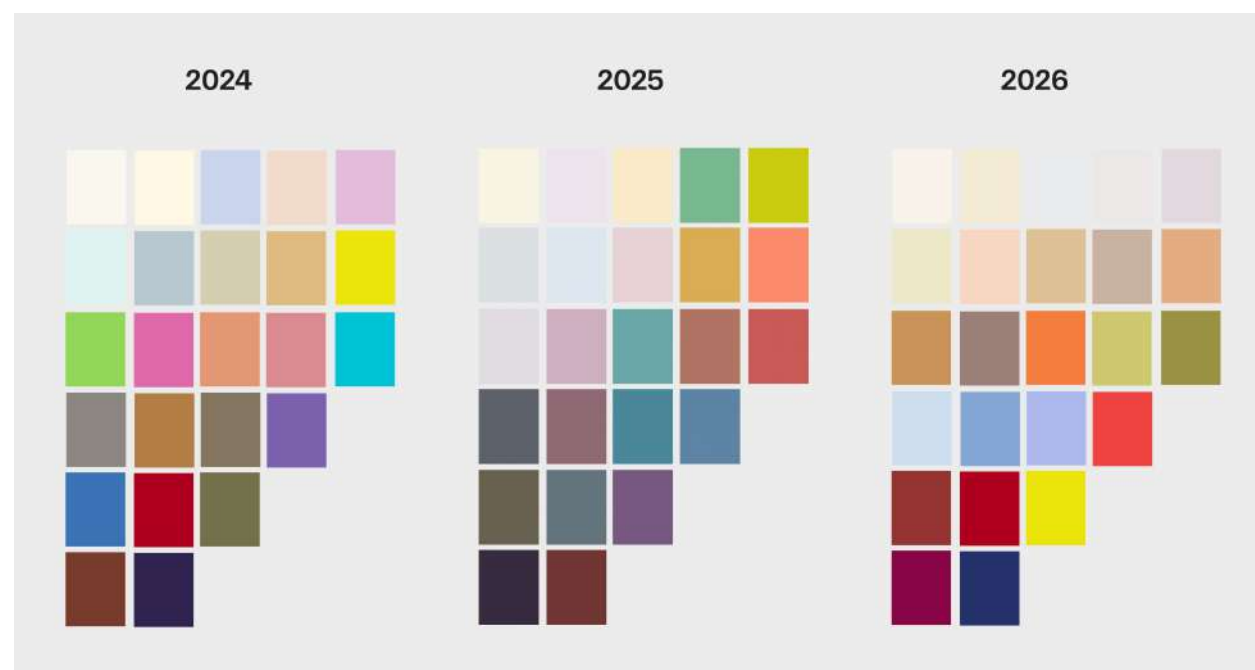
t.me/vds_group_rvi

Цветовые тренды на ближайшие годы – NCS Colours Beyond 2026+

Рассказываем,
как изменятся цветовые
предпочтения на 2026 год
и последующий период.



Четыре цветовых направления Colours Beyond 2026+



После многих лет преобладания нейтральных тонов мир готов к использованию более широкого спектра насыщенных оттенков.

Компания NCS Colour презентовала коллекцию Colors Beyond 2026+, демонстрируя возрастающее значение ярких цветов в современном дизайне, при этом сохраняющую высокий уровень внимания к точности подбора оттенков.

Четыре ключевых цвета задают вектор развития мировых тенденций на 2026 год и дальнейшие сезоны. Каждому из них сопутствует пять дополнительных оттенков, образуя целостную и сбалансированную палитру.

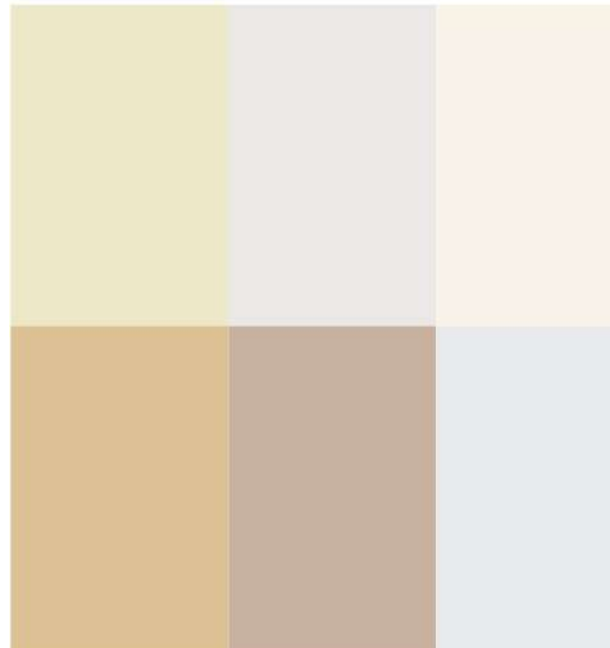
Больше о направлениях трендов:

Quietude

Спокойствие

1. Спокойствие

Сочетание неидеальных белых и благородных нейтральных оттенков, выходящих за рамки условностей, погружает нас в атмосферу элегантности, неподвластной времени, которая бросает вызов нормам и успокаивает душу.

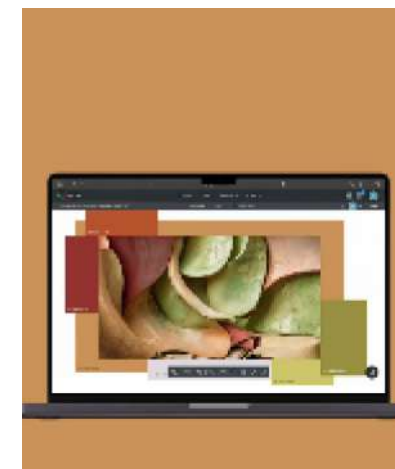


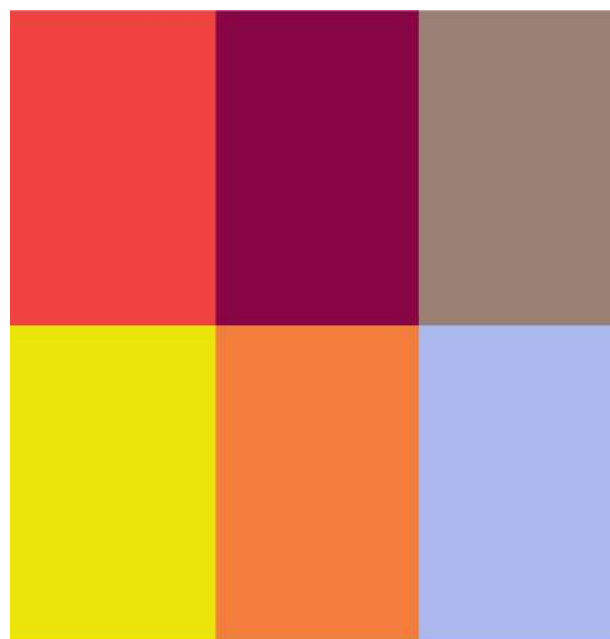
2. Возвращение домой

Теплые, приглушённые оттенки напоминают о новом понимании роскоши, основанной на человеческих связях. Тенденция к ностальгии и стремление отойти от привычного белого и безликого минимализма к чему-то более значимому формирует основу этой цветовой гаммы.

Homecoming

Возвращение домой

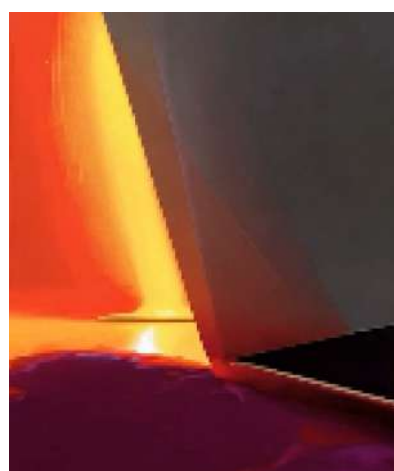




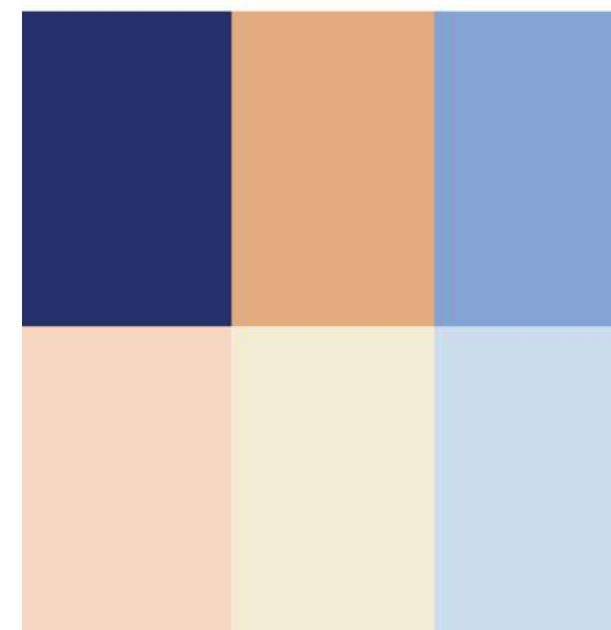
Renegade
Ренегат

3. Ренегат

Этот тренд представляет собой творческий бунт, выраженный через яркие, насыщенные цвета и глубокие тени. Смелые и вызывающие оттенки бросают вызов повседневности, формируют свободу самовыражения и призывают к изменениям в обществе.



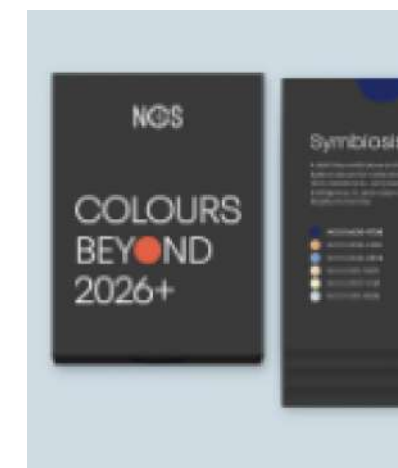
Symbiosis
Симбиоз



4. Симбиоз

Здесь тёмно-синий оттенок служит ядром, окружённым более светлыми тонами, символизируя гармонию и взаимодействие между человеческим разумом, искусственным интеллектом и природой. Эта палитра олицетворяет надежду на светлое будущее.

t.me/vds_group_rvi



Сотрудничество Компании VDS с сетью автозаправочных станций GASENERGY

Сотрудничество
стартовало в 2015 году.

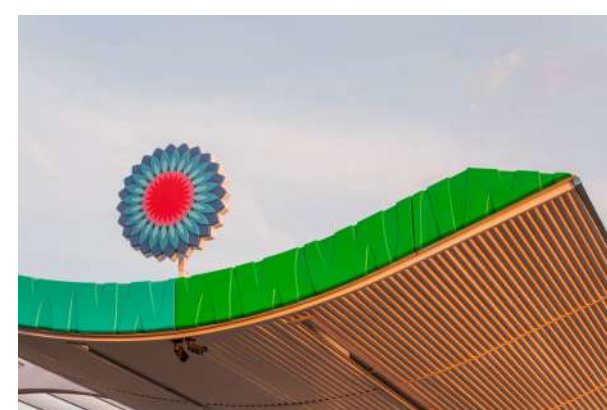


Сотрудничество Компании VDS с сетью автозаправочных станций GASENERGY стартовало в 2015 году.

Компания VDS осуществила разработку фирменного стиля, произвела и смонтировала конструкции и элементы брендового оформления в экстерьере и интерьере автозаправочных комплексов GASENERGY.

Итогом совместной работы стал выразительный фирменный стиль, который обеспечил эффектный ночной и дневной вид АЗС. Логотип был преобразован в запоминающийся символ – птицу, вдохновленную казахской декоративной орнаментикой. Архитектурно выверенные решения сделали образ автозаправочных станций пропорционально верным, объединив навес, стелу и здание в единый комплекс.





Сформированный визуальный образ стал основой для укрепления позиций бренда на рынке, выделив его среди конкурентов. Сегодня бренд GASENERGY воспринимается как символ динамичности и национальной идентичности благодаря гармоничному сочетанию современных трендов и традиционных мотивов.

В период с 2016 по 2018 год нами было успешно реализовано более 20 АЗС, среди них два комплекса выполнены во флагманском стиле.

t.me/vds_group_rvi

По каким факторам россияне выбирают АЗС

Эксперты агентства «АВТОСТАТ» решили исследовать предпочтения российских автовладельцев, чтобы выяснить частоту заправок автомобилей, предпочитаемые марки топлива, выбор автозаправочных станций и критерии, которыми водители руководствуются при этом.

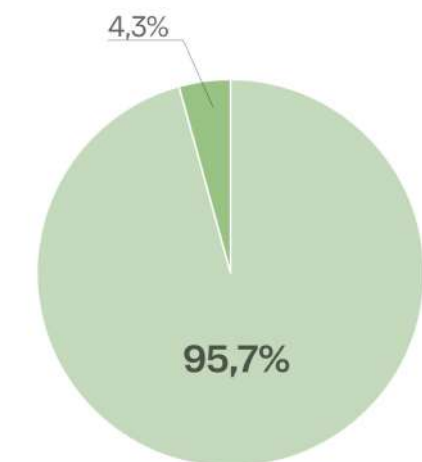


Эксперты агентства «АВТОСТАТ» решили исследовать предпочтения российских автовладельцев, чтобы выяснить частоту заправок автомобилей, предпочитаемые марки топлива, выбор автозаправочных станций и критерии, которыми водители руководствуются при этом.

Главными факторами при выборе сети АЗС остаются качество и стоимость топлива, это неизменный тренд на протяжении десятилетий.

Однако, несмотря на распространённое мнение, что водители не обращают внимания на бренд заправки, опрос показал: всего 4,3% автовладельцев заявили, что им совершенно неважно, на какой автозаправочной станции пополнять запас топлива. Это свидетельствует о значимости бренда АЗС для большинства водителей.

Мы определили ключевые особенности, которые выделяют одни бренды АЗС по сравнению с другими.



Бренд АЗС имеет значение для 97,5% респондентов



1. Узнаваемость бренда

Компании обеспечивают взаимодействие с клиентской базой через свой бренд — узнаваемое имя и облик, который ассоциируется с определенным и, желательно, наивысшим уровнем качества. Брендинг охватывает не только продукты и услуги, но и общее восприятие компании, придавая уникальность бизнесу и выделяя его среди конкурентов.



2. Единообразие сети АЗС

— Своевременный ребрендинг: смена идентичности позволяет управлять репутацией компании, вывести ее на новый уровень, обновить восприятие бренда среди потребителей и стимулировать рост продаж. Визуальные атрибуты ребрендинга выводят все изменения в позиционировании бренда на видимый и понятный для потребителя уровень.

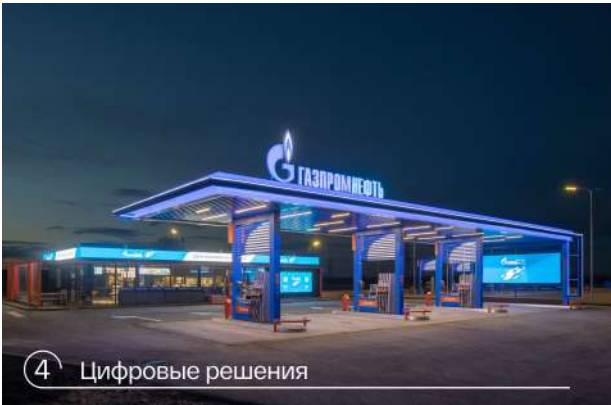
— Качество стилизирующей продукции, своевременный сервис: эстетические аспекты внешнего вида АЗС помогают создать положительное впечатление от автозаправочной станции, уровня предоставляемых услуг и качества предлагаемой продукции.

– Поддержание «лица» бренда: клиенты чаще отдадут предпочтение АЗС, где, помимо заправки, им предоставляется комфортный и качественный сервис. Чистота зала операторной и уборных, высокий уровень обслуживания и качество предлагаемых товаров и услуг играют ключевую роль в их выборе и формируют положительный клиентский опыт.



3. Доп.опции и сервисы

Размещение дополнительных сервисов на АЗС, от почтоматов до сервисов доставки свежих продуктов, делают их не просто местом для заправки автомобиля, а целым комфортным пространством, где клиенты могут решить множество задач.



4. Цифровые решения

Цифровые технологии позволяют существенно увеличить эффективность бизнеса, привлечь новых клиентов, увеличить объем продаж и опередить конкурентов. Мультимедийные стелы, медиаэкраны в магазине, кафе, а также на колонках с топливом способствуют продвижению предложений бренда.

t.me/vds_group_rvi

Galp начнёт превращать уличные фонари в зарядные станции для электромобилей

Этот проект направлен на расширение сети зарядных станций в городах, делая их более удобными и доступными, сообщили представители компании в официальном заявлении.



Компания Galp анонсировала новый проект по установке системы зарядки электромобилей на уличных фонарях. Этот проект направлен на расширение сети зарядных станций в городах, делая их более удобными и доступными, сообщили представители компании в официальном заявлении.

Использование инфраструктуры городского освещения позволит сократить время и стоимость установки новых точек медленной зарядки. Это решение также минимизирует нагрузку на энергосистему и исключает необходимость занимать дополнительное пространство на тротуарах.

«Это насущная необходимость для крупных городов. Например, в столичных районах Лиссабона и Порту более половины домохозяйств не имеют парковки или гаража, а это значит, что зарядные станции должны быть обеспечены за счет общественной сети с помощью подобных решений, — говорит Жуан Диогу Маркес да Силва, исполнительный вице-президент по коммерческому направлению Galp.

В октябре Galp достигла отметки в 1 миллион зарядных сессий в своей сети электромобильности, превысив всего за десять месяцев показатели 2023 года.

Помимо уже работающих зарядных станций в Лиссабоне и на территории бывшего НПЗ Матозиньюш в Порту, компания Galp разрабатывает проект установки зарядных точек на основе этой технологии и в других регионах Португалии.

Развитие сети электромобильности Galp основано на инновационных проектах как в Португалии, так и в Испании. В частности, компания реализует проект Second Life Batteries на автозаправочной

станции Galp в Алькала-де-Энарес. Эта инициатива направлена на повторное использование батарей электромобилей по завершении их жизненного цикла для питания сети ультрабыстрых зарядных устройств. Такая технология позволяет заряжать до девяти автомобилей подряд при минимальном энергопотреблении от сети.

Оба проекта соответствуют стратегической цели Galp по увеличению числа зарядных станций. Сегодня их количество в Иберии превышает 5 500, что делает сеть крупнейшей в регионе.

superstation.pro

Основные тренды 2025 года в индустрии гостеприимства и технологиях Food Tech

По прогнозам аналитиков WGSN, ключевые изменения в поведении потребителей заметны в индустриях красоты, моды, продуктов питания и напитков, а также технологий.



Потребительские тенденции в 2025 году продолжают стремительно развиваться. По прогнозам аналитиков WGSN (ведущего международного агентства по исследованию трендов и потребительского поведения), ключевые изменения в поведении потребителей заметны в индустриях красоты, моды, продуктов питания и напитков, а также технологий.

Среди них выделяется ряд трендов, которые напрямую влияют на сферу гостеприимства и Food Tech (технологии, направленные на автоматизацию и инновации в индустрии питания). Именно эти тенденции определяют, как компании смогут адаптироваться к новым запросам клиентов в транспортных хабах, отелях и офисах.

«Глобальное гастрономическое разнообразие»: расширение кулинарных горизонтов

Согласно прогнозу WGSN, одной из ключевых тенденций 2025 года станет стремление потребителей к более широкому выбору блюд и продуктов мировых кухонь. Растёт спрос на международные вкусы, поскольку всё больше людей ищут новый кулинарный опыт и хотят расширять гастрономические горизонты.

Что это значит для сферы гостеприимства:

- Предложение аутентичных и качественных блюд различных кухонь мира, чтобы удовлетворить широкий спектр вкусовых предпочтений гостей.
- Интеграция решений Grab & Go, позволяющих гостям в любое время суток приобретать свежие блюда, вдохновлённые мировой гастрономией.
- Добавление в ассортимент лобби-пространств популярных продуктов и напитков из разных стран.

AI-компаньон и «умное» гостеприимство

С расширением применения персональных ассистентов на базе искусственного интеллекта (AI) и «умных» технологий отели и другие предприятия сферы гостеприимства должны адаптироваться к новым ожиданиям гостей. Интеграция таких решений в области Food Tech, а также безналичных и основанных на анализе данных технологий, обеспечивает бесшовный и интуитивно понятный пользовательский опыт.

Что это значит для бизнеса:

- Внедрение «умных» и цифровых решений в Food Tech, которые анализируют предпочтения гостей и адаптируют предложения под их запросы.

– Расширение автоматизированного самообслуживания для быстрой, удобной и персонализированной подачи блюд и напитков.

– Использование анализа данных для оптимизации товарных запасов, сокращения потерь и уменьшения пищевых отходов.

«Терапевтическая лень»: новый взгляд на отдых и заботу о себе в гостеприимстве

Тренд «Терапевтическая лень» (Therapeutic Laziness) отражает трансформацию подхода к wellness-направлению, в котором отдых и расслабление становятся неотъемлемой частью образа жизни. Современные потребители всё чаще отдают предпочтение форматам, способствующим максимальному комфорту, качественному сну и восстановлению. Этот подход предполагает превращение гостиничного номера в пространство для полного релакса, где всё ориентировано на снижение стресса и улучшение самочувствия.

Что это значит для отелей:

- Обеспечение круглосуточного доступа к комфортной еде и напиткам, способствующим расслаблению и восстановлению.
- Внедрение самосервисных «умных» технологий для гостей, которые ценят удобство и минимальное взаимодействие с персоналом.
- Расширение ассортимента напитков, улучшающих качество сна и способствующих снижению стресса.

«Лёгкие приключения» (Soft Adventure): новый вектор в путешествиях и гостеприимстве

Тренд Soft Adventure отражает растущую популярность доступного активного отдыха на свежем воздухе, что влияет на запросы потребителей во всех сферах – от питания и путешествий до гостеприимства. Гости всё чаще ищут удобные сервисные решения, ориентированные на здоровый образ жизни, а также качественные и быстрые форматы обслуживания в пути.

Что это значит для компаний сферы гостеприимства:

- Предложение здоровых и свежих продуктовых решений, соответствующих потребностям активных путешественников.
- Внедрение полноформатного ассортимента grab-and-go в отелях и транспортных узлах, обеспечивающего удобное питание «на ходу».

– Использование экологичной упаковки и продуктов, соответствующих ценностям гостей, ведущих активный образ жизни.

Будущее гостеприимства: фокус на устойчивом развитии и удобстве

Устойчивое развитие и удобство остаются ключевыми направлениями, объединяющими все тренды. Гости ожидают беспрепятственный сервис, высокое качество F&B-предложений и экологичные инициативы, соответствующие их ценностям.

Минимизация негативного воздействия:

- Энергоэффективные технологии – использование торговых автоматов класса A+ с существенно сниженным энергопотреблением.
- Система телеметрии и анализ данных – оптимизация товарных запасов и логистики, сокращение лишних поставок и предотвращение пищевых отходов.
- Выбор экологичных продуктов – CO₂-компенсированный кофе, растительные альтернативы и сертифицированные ингредиенты.

Компенсация неизбежных выбросов:

- Сертифицированные программы по офсетам – инвестиции в Gold Standard-проекты по восстановлению лесов, развитию возобновляемой энергетики и сохранению биоразнообразия.
- CO₂-нейтральная деятельность – поддержка бизнеса в достижении климатической нейтральности или даже климат-позитивного статуса за счёт проверенных офсетов.
- Компании не просто достигают целей в области устойчивого развития, но и внедряют системный подход к снижению, оптимизации и компенсации воздействия на окружающую среду, соответствуя растущим требованиям законодательства и ожиданиям потребителей.

Адаптация к трансформирующемуся будущему

Тенденции, выделенные экспертами WGSN, задают вектор развития для сферы гостеприимства, Food Tech и самообслуживаемой розницы. По мере того как потребности потребителей всё больше смещаются в сторону комфорта, устойчивого развития, удобства и цифровых решений, компании должны адаптироваться к этим изменениям, предлагая современные и эффективные сервисы.

Один из ведущих поставщиков решений в области Food Tech и автоматизированного ритейла – Selecta, международная компания, специализирующаяся на вендинговых технологиях, самообслуживаемых F&B-решениях и интеллектуальных розничных системах. Её разработки помогают бизнесу повышать эффективность, улучшать клиентский опыт и соответствовать новым требованиям рынка.

В числе таких решений:

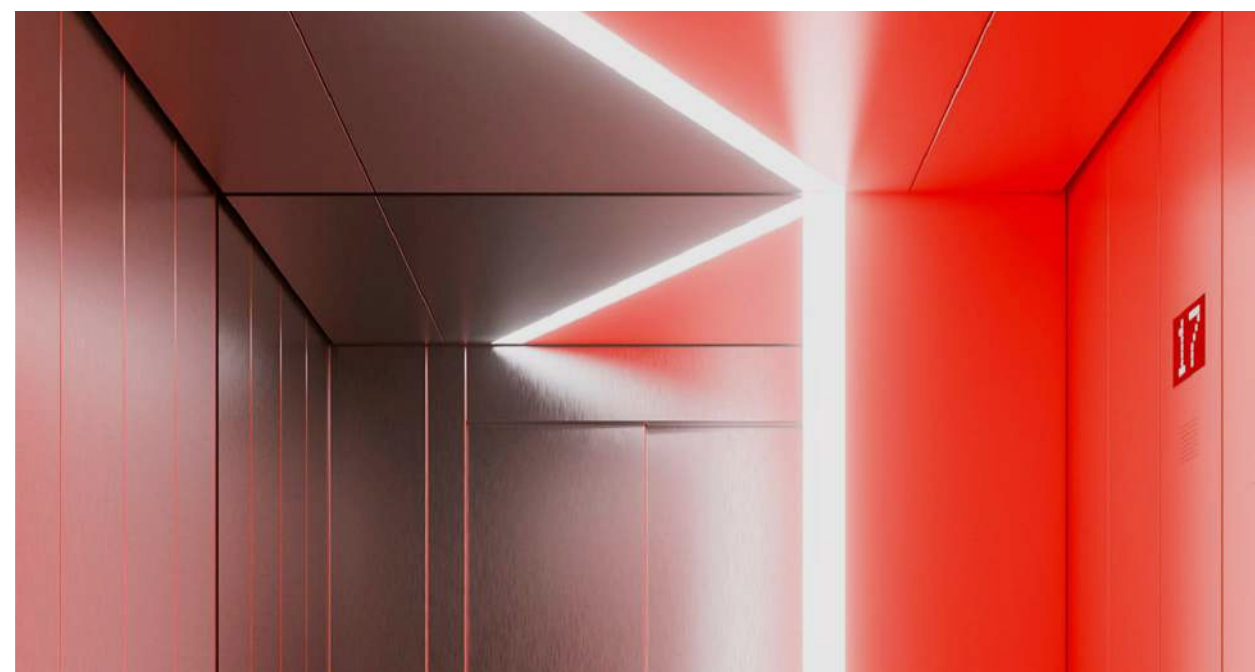
- Форматы HotelLife 24/7 и Grab, Scan & Go Food Market – автоматизированные точки питания, расширяющие гастрономический выбор без дополнительных затрат на персонал.
- Экологичные инициативы – энергоэффективные автоматы и сертифицированные офсетные проекты, позволяющие предприятиям сокращать углеродный след и соответствовать требованиям устойчивого развития.
- «Умный» вендинг и системы сбора данных – технологии, помогающие ритейлерам и операторам АЗС оптимизировать запасы и минимизировать расходы.
- Инновационные решения для питания в пути – умные холодильники Smart Fridges, энергоэффективные автоматы и растительные продукты, которые привлекают аудиторию, ориентированную на здоровый образ жизни.

Благодаря таким технологиям бизнес не только соответствует новым требованиям рынка, но и получает конкурентное преимущество в динамично меняющейся индустрии.

superstation.pro

Звук, персонализация и ясность идеи: как будет развиваться промышленный дизайн в 2025 году

Промышленный дизайн не перестает эволюционировать, отражая текущие изменения в обществе и предпочтениях потребителей.



Промышленный дизайн не перестает эволюционировать, отражая текущие изменения в обществе и предпочтениях потребителей. Устойчивость, индивидуальность и технологичность – по мнению советника генерального директора Национального центра промышленного дизайна 2050.ЛАБ Евгении Ежиковой, именно эти ключевые слова определяют вектор развития отрасли на несколько лет вперед. О том, что еще будет характерно для сферы промышленного дизайна в 2025 году, она рассказала в колонке для Design Mate.

Устойчивый дизайн

Одной из главных тенденций 2025 года (и нескольких следующих лет в перспективе) останется стремление к устойчивому дизайну. Все больше компаний начали внедрять в свои процессы экологически чистые материалы и технологии, что позволяет не только сокращать углеродный след, но и привлекать внимание потребителей, для которых эта тема важна.

Например, в России набирает обороты интерес к AppleSkin – экологичному нетканому материалу, который является альтернативой коже животных. Он производится из отходов яблочного сырья, а его применение помогает сократить потребление воды и энергии.

Подобные инновационные биоматериалы на основе растительного сырья уже активно используют ведущие мировые компании из разных сфер, среди которых Mercedes, Adidas, Hublot и BMW.



AppleSkin



AppleSkin



BMW

Современные технологии

Технологические инновации тоже играют важную роль в развитии промышленного дизайна. Искусственный интеллект, 3D-печать и виртуальная реальность стали неотъемлемой частью процесса разработки, позволяя дизайнерам экспериментировать с формами и материалами, а также предлагать клиентам оригинальные решения. Например, благодаря искусственному интеллекту дизайнеры могут создать запрос на генерацию концепт-артов или разработать идеи визуального облика продукта на начальных этапах. Это помогает расширить количество вариантов, из которых в дальнейшем дизайнер будет собирать продукт и продумывать его реализацию.

Использование умных технологий не только ускоряет процесс создания, но и открывает новые возможности для проектирования. Интеграция IoT (Интернета вещей) в повседневные предметы стала нормой. Умные устройства, от бытовой техники до офисной мебели, обеспечивают пользователям удобство и функциональность, что особенно отвечает запросам молодой аудитории, более гибкой и готовой к использованию инновационных продуктов.



Умные лампочки Яндекса

Фокус на звук

Предыдущий тренд подстегивает следующий. Нельзя игнорировать усиление значимости звука в цифровой среде и в физическом мире. Мы замечаем бум голосовых помощников: они играют важную роль в упрощении бытовых вопросов, управлении банковскими приложениями, развитии сервисов для пользователей с ограничениями возможностей здоровья. Даже входы в общественные пространства стали оснащать звуковыми сигналами, что критически важно для людей с особенностями зрения. Таким образом, работа со звуком и звуковой дизайн имеют все шансы усилить мультидисциплинарность команд, создающих городские продукты и сервисы, а также повысить конкурентоспособность участников креативной индустрии.

Универсальный дизайн

Сейчас набирает обороты тренд на «инклюзивный дизайн» (или универсальный дизайн), когда проекты разрабатываются абсолютно для всех. В России, где проживает около 11 миллионов человек с инвалидностью, эта тенденция становится особенно актуальной. Государство, бизнес и творческие круги стали более осознанно внедрять принципы универсального дизайна при разработке интерфейсов, товаров, сервисов и объектов массового пользования – особенно это касается лифтов и общественного транспорта.

Персонализация

Пользователи все больше стали ценить индивидуальность и возможность кастомизации продуктов. Растет интерес к персонализированным решениям, которые позволяют клиентам адаптировать товары под свои нужды и предпочтения. Это касается как мебели, так и электроники, где возможность выбора цвета, материала и функционала стала важным фактором при принятии решения о покупке.

В области потребительской техники кастомизация стала доступнее за счет огромного количества вариаций готовых дизайнерских устройств – как, например, в каталоге компании Kitfort, где отличие разных моделей друг от друга может заключаться лишь в одной функции.

Другой яркий пример в смежной с промышленным дизайном области – IKEA, которая предлагает клиентам возможность создавать уникальные комбинации из различных модулей, выбирая не только размеры, но и цвета, материалы и отделку.

Кастомизация становится не просто модным трендом, а важным фактором, влияющим на решение о покупке. Потребители все больше ценят возможность адаптировать продукцию под свои нужды, что делает их опыт более личным и значимым. В результате, компании, предлагающие такие решения, получают конкурентное преимущество на рынке, привлекая внимание и лояльность клиентов.



IKEA Planning studio



Kitfort

«Третье место»

Существует старая, но до сих пор не утратившая своей актуальности теория «третьего места» в урбанистике. Когда дом – это первое место, где человек проводит большую часть своей жизни, второе место – это рабочее пространство, а «третьим» называют место, которое играет важную роль в жизни общества и способствует творческому взаимодействию людей. От того, как устроены и оформлены «третьи места», зависит благополучие целых территорий и даже самочувствие людей. Поэтому в ближайшее десятилетие можно ожидать стремительного развития дизайн-кодов и стандартов для таких пространств и их инфраструктуры.

Примером этой тенденции может служить серия лифтов MEL, которые не только выполняют свою основную функцию, но и создают пространство для взаимодействия. Запоминающийся дизайн вызывает интерес, превращая лифт из исключительно средства передвижения в настоящий арт-объект и часть общественной среды. Еще один пример – поезд «Иволга», запущенный на МЦД. Его интерьер стал результатом стремления создать дружелюбную атмосферу, где люди могут не просто перемещаться из точки А в точку Б, а комфортно работать и отдыхать.



Поезд «Иволга»



MEL Байкал

Меньше значит больше

Минимализм тоже не теряет своих позиций. Простые, лаконичные формы и нейтральные цвета находят отклик у потребителей. Дизайнеры все чаще обращаются к принципу «меньше значит больше», создавая продукты и смыслы, которые не перегружают пространство и коммуникацию, а, наоборот, подчеркивают их, сохраняя ясность идеи и содержание.

Вероятно, это тот самый случай, когда тренды из массовых сегментов потребления стали перетекать даже в «суровые» сектора промышленности. Сначала пластиковые тары стали приятнее – вполне возможно, что и сами предприятия, которые их производят, вскоре решат сменить свой облик.



Лейка Disko для Spin&Clean

На обложке: серия лифтов MEL, проект Национального центра промышленного дизайна 2050.ЛАБ
Изображения предоставлены Национальным центром промышленного дизайна 2050.ЛАБ.

design-mate.ru

Wendy's расширила использование голосового помощника в своих drive-thru

Технология уже используется в более чем 100 ресторанах.

Wendy's расширила использование голосового помощника в своих drive-thru, повысив средний чек и улучшить эффективность работы

Сеть быстрого питания Wendy's планирует расширить использование голосового помощника с искусственным интеллектом для заказов в drive-thru. Технология уже используется в более чем 100 ресторанах, а к концу 2025 года ее планируют внедрить в 500–600 заведениях.

— Голосовой помощник с искусственным интеллектом предлагает клиентам дополнительные позиции в заказе, что увеличивает средний чек. Компания начала тестирование в 2023 году в рамках программы Wendy's FreshAI. Зафиксировав рост продаж и улучшение эффективности работы, руководители Wendy's решили расширить ее использование.

— В компании уверены, что дальнейшее развитие технологии улучшит точность заказов. Генеральный директор Wendy's Кирк Таннер поделился личным опытом, отметив, что тестирует систему почти каждый день и получает от нее исключительно положительные впечатления. По его мнению, с каждой новой версией искусственного интеллекта заказы делать все проще, а качество обслуживания повышается.

— Wendy's не единственная компания, которая внедряет голосового помощника. Сети, такие как Hardee's, Carl's Jr., Krystal, Checkers, Rally's и Bojangles, уже используют подобные технологии. Крупные бренды, включая McDonald's и Burger King, также изучают возможность внедрения ИИ, но пока не начали массовое тестирование.

hf.ru/blog



Автомойка с зарядкой для электромобилей: пылесос и энергия за 15 минут

Нидерландская сеть автомоек Loogman делает ставку на инновации и устойчивое развитие, постоянно улучшая сервис для клиентов.



Нидерландская сеть автомоек Loogman делает ставку на инновации и устойчивое развитие, постоянно улучшая сервис для клиентов. Теперь на ее объектах в Амстердаме установлены скоростные зарядные станции для электромобилей, ставшие первыми в стране в таком формате.

Клиенты могут заряжать электромобиль с мощностью до 200 кВт, одновременно приводя в порядок салон – используя пылесосы, аппараты для очистки ковров и другие услуги самообслуживания. На все про все – максимум 15 минут: зарядка и уборка в одном месте, быстро и удобно.

Loogman активно тестирует различные модели зарядки электромобилей, включая быстрые зарядные станции в Аалсмере и зарядные устройства на гольф-площадках. Установка скоростных зарядных станций в Амстердаме – еще один шаг в их стратегии поиска новых решений, позволяющих сделать процесс обслуживания автомобилей максимально эффективным.

Среднее время, которое клиенты проводят за уборкой салона с помощью пылесосов, составляет около 12 минут. Это совпадает с форматом новой зарядной станции, которая работает в течение 15 минут, после чего автоматически отключается. Такой алгоритм исключает длительное ожидание и даёт возможность следующему клиенту воспользоваться услугой без задержек.

Система очереди организована так, чтобы каждый клиент имел равный доступ к зарядной станции. После завершения рабочего цикла устройство выключается, тем самым освобождая место для следующего электромобиля. Это позволяет избежать перегруженности и сделать процесс использования удобным для всех.

Loogman – семейный бизнес, который постоянно совершенствует свои сервисы, внедряя передовые технологии и тестируя новые концепции. Благодаря такому подходу компания остается в числе лидеров рынка и продолжает предлагать инновационные решения для удобства клиентов.

superstation.pro





vds.group



[telegram](#)