

vds

НОВОСТИ ТОПЛИВНОГО РИТЕЙЛА

Итоги июля 2025



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

В этом выпуске мы расскажем, как автозаправочные станции становятся новой точкой притяжения.

В современном мире проблема нехватки времени у среднестатистического покупателя часто решается за счет ускорения и автоматизации операций. Клиенты ищут более быстрые и удобные способы пополнения запасов и совершения покупок. С другой стороны, появилась и новая тенденция – заправочные станции превращаются в места для встреч, где важны качественные предложения питания, а также посадочные места и приятные зоны отдыха.

Этот тренд поддерживает усилия отрасли топливного ритейла по улучшению качества обслуживания клиентов за счет расширения ассортимента продуктов питания и создания комфортных пространств. Такие изменения позволяют людям задерживаться на автозаправочной станции дольше, чем обычно, повышая шансы покупки дополнительных товаров и услуг.

Одним из ключевых факторов успеха является дизайн интерьера и экстерьера станций. Архитекторы подчеркивают важность гармоничного сочетания эстетики и функциональности, которое создает атмосферу, привлекательную для клиентов. Например, в прошлом году компания Pilot объявила о своей инициативе «Новые горизонты» стоимостью 1 миллиард долларов, направленной на оснащение и реконструкцию более 400 магазинов на АЗС. Будут обновлены как внешние, так и внутренние удобства: улучшены места для сидения и лаунж-зоны, добавлены душевые и услуги прачечной.

Продуманное меню также продлевает время пребывания клиента. Помимо полноценного питания,

ритейлеры осваивают другие категории и новые потребительские привычки, чтобы лучше соответствовать стилю жизни своих клиентов. Некоторые бренды делают акцент на экологичности продуктов, предлагая товары с устойчивыми методами производства и упаковки. Так сеть АЗС ARAL в Германии сотрудничает с брендом Oatly, предлагая экологически чистые продукты питания, что отражает растущую тенденцию заботы потребителей о здоровье и окружающей среде. Другие компании активно инвестируют в технологии устойчивого развития, отказываясь от одноразовых пластиковых изделий и вводя многоразовые стаканчики.

Переход на альтернативные виды топлива также играет важную роль в формировании новых точек притяжения. Установленные зарядные станции для электромобилей способствуют увеличению продолжительности пребывания клиента на территории комплекса. Многие комплексы оснащаются специальными зонами отдыха, площадками для детей, спортивными уголками и зелеными зонами. Эти удобства предоставляют клиентам возможность пообщаться и отдохнуть, а также пропагандируют здоровый образ жизни.

Автозаправочные комплексы постепенно превращаются в настоящие общественные центры, удовлетворяя потребности современного потребителя в комфорте, качестве обслуживания и заботе о природе. Уже сегодня водители выбирают заправку не только по качеству топлива, но и по возможностям качественного сервиса, комфортного отдыха и приятной атмосферы.

Содержание

01 Аналитика топливно-энергетического комплекса

- 06 Кто больше всего в мире покупает и продает нефти
- 09 На рынке автомобильного газового топлива нет ни игроков, ни правил
- 12 Правительство РФ установило требования для зарядных станций на АЗС
- 14 Экспорт бензина из РФ полностью запретили
- 16 Новые санкции ЕС могут привести к росту цен на АЗС в Европе

02 Развитие и переформатирование розничной сети АЗС

- 18 bp South Africa реализует масштабную инициативу по модернизации своей сервисной сети
- 20 Казахстанская розница – 2025: вперед вырываются магазины на автозаправках
- 23 Цифровая навигация в магазине Circle K в Швеции
- 25 У всемирно известного Shell – новый адрес в Армении
- 28 Repsol представила эволюцию своего фирменного стиля

03 Инновации через дизайн

- 32 Флагманы VDS
- 36 Придорожный сервис
- 40 Сотрудничество с сетью АЗС «Белоруснефть»
- 43 Открытие АЗС сети «Татнефть» в Дагестане
- 45 Флагманы как отражение ДНК бренда

04 Инновации топливно-энергетического комплекса

- 48 Tesla создает новые форматы мобильности через развлечения и сервис прямо из электромобиля
- 51 В Германии строят придорожные гостиницы за счёт частных инвесторов
- 54 По Башкирии и Хакасии проложили новые уникальные автомаршруты
- 57 ЛУКОЙЛ запустил бесконтактную оплату топлива через мобильное приложение
- 59 McDonald's внедряет солнечные карпорты в Великобритании и Ирландии

Кто больше всего в мире покупает и продает нефти

Куда движется нефтяной рынок.

В мире растет, пусть и незначительно, потребление черного золота. Однако ведущие производители в силу ряда причин, включая санкции Запада, либо замедляют добычу, либо вовсе ее снижают.

В Институте энергетики (Energy Institute, EI – исследовательская организация со штаб-квартирой в Лондоне) проанализировали ситуацию на нефтяном рынке, выявив объемы потребления и добычи крупнейших покупателей и продавцов черного золота в мире.

В итоге самым крупным потребителем нефти по итогам 2024-го оказались США, после которых идет Китай, а затем Индия. Среди ТОП-3 производителей нефти Соединенные Штаты тоже оказались на первом месте, после которого следуют Россия и Саудовская Аравия.

Что интересно, по запасам нефти Россия (80 млрд баррелей) и США (74 млрд баррелей) находятся далеко не в ТОП-3. На первом месте Венесуэла (303 млрд барр.), после которой следуют Саудовская Аравия (267 млрд барр.) и Иран (209 млрд барр.).

В целом, итоги 2024 года показали тренд на рост потребления нефти среди крупнейших покупателей. А вот с производством все сложнее. Только один из ТОП-3 добытчиков черного золота (США) показал годовой рост, причем весьма слабый, а двух других наблюдалось даже снижение.

В этом ключе действия ОПЕК+ по аккуратному увеличению добычи нефти за счет постепенной отмены добровольных ограничений восьмью участниками сделки выглядят вполне органично. Растущий спрос и падающее предложение ведущих экспортеров позволяет это делать без риска нарушения баланса спроса-предложения.

Нефтяная прожорливость все сильнее

Крупнейший потребитель нефти в 2024 году – это США. Страна использовала, по данным EI, в среднем 18,9 млн б/с. Это почти такой же показатель как и в 2023-м (меньше всего на 0,1%). Если же учитывать еще и нефтепродукты, то, по данным Минэнерго Соединенных Штатов, наблюдался рост. В ведомстве сообщили, что в 2024 году США потребляли

23,5 млн баррелей нефти и нефтепродуктов в сутки. Для сравнения: в 2023-м – 23,3 млн б/с, в 2022-м – 22,8 млн б/с.

Китай – второй по величине потребитель нефти в прошлом году. Он использовал примерно 16,7 млн б/с. Это уменьшение на 1,2% в годовом исчислении. Однако есть данные, которые несколько отличаются от отчетов Института энергетики. К примеру, аналитики Argus оценили потребление нефти в КНР в 2024-м в 16,8 млн б/с, что уже является не снижением в годовом исчислении, а даже ростом, пусть и чисто символическим. Кстати, примерно такой же оценки придерживается и Международное энергетическое агентство (МЭА), говоря, что потребление в Поднебесной увеличилось по итогам 2024-го на 0,18 млн б/с.

Спрос Индии, занявшей третье место в мире по потреблению черного золота, составил 5,6 млн б/с, что на 3,1% больше показателей 2023-го. Различные международные организации и даже государственные ведомства других стран показывают примерно те же цифры. В ОПЕК сообщили, что спрос нефти в Индии в 2024-м составил 5,55 млн б/с, Минэнерго США – 5,52 млн б/с, МЭА – 5,64 млн б/с. В итоге все указали на рост потребления со стороны Нью-Дели.

Нефтяная «прожорливость» фиксировалась не только у крупнейших мировых потребителей, но и у всего рынка. Общий мировой спрос на черное золото в 2024 году составил 101,418 млн б/с, что на 0,7% больше, чем в 2023 году.

На этом фоне регулярные прогнозы о падающем спросе на углеводороды со стороны МЭА и других международных организаций, выступающих за энергопереход, кажутся все более наивными.

По спросу на продукты нефтепереработки картина примерно такая же. В ТОП-3 потребителей за 2024 год оказались США, Китай и Индия. В целом, весь мир нарастил, пусть и совсем незначительно, объем потребления жидких нефтепродуктов – на 0,8% (до 104,71 млн б/с) в годовом исчислении.

Добыча нефти не успевает за спросом

Все страны, у которых самые высокие показатели по объему извлечения нефти, в 2024 году показали небольшой спад производства. Первый из трех гигантов по добыче черного золота – США – смог кое-как увеличить добычу. В ЕІ говорят о 13,19 млн б/с нефти и конденсата в 2024 году, что на 2% больше в годовом выражении. В Минэнерго США примерно та же цифра – 13,21 млн б/с. В последние несколько лет США демонстрируют ощутимое замедление прироста добычи, причем в Управлении энергетической информации (ЕІА) Министерства энергетики США уверяют, что в 2025 году добыча черного золота снизится до 13,37 млн б/с, останется на том же уровне в 2026 году.

На втором месте Россия с 10,222 млн б/с в 2024 году. Причем это не только данные ЕІ, похожие сообщения звучали и от Минэнерго РФ. Это на 3% ниже, чем в 2023 году. В ОПЕК, кстати, этот показатель оценили еще ниже – 9,167 млн б/с.

Снижение показала и Саудовская Аравия с ее 9,203 млн б/с в 2024 году, что на 4,2% меньше, чем в 2023-м. Тут важно отметить, что в ближневосточной стране такой процесс длится довольно долго (причем без всяких санкций, как в случае с Россией после 2022-го). С 2014 по 2024 год в добыче сырой нефти и конденсата Саудовская Аравия демонстрирует среднегодовое падение примерно на 0,8%. Выходит, пока в мире растет спрос на нефть, причем это касается и ТОП-3 потребителей черного золота, два из трех ведущих добытчика производят ее все меньше.

Стоит отметить, что снижение добычи в РФ и КСА контролируемое, идет в рамках сделки ОПЕК+. Вопрос в резервных мощностях: у саудитов они есть, у российской стороны – вряд ли.

Ирония в том, что если посмотреть на три страны, где больше всего запасов нефти под землей (Венесуэла, Саудовская Аравия, Иран), то видим, что на двоих наложены весьма серьезные санкции, которые не позволяют нефтяной отрасли ощутимо наращивать темпы добычи и экспорта. Иран, впрочем, приспособился вывозить свою санкционную нефть. Венесуэла пока не организовала процесс после ухода ведущих нефтяных мейджоров с отзывом у них разрешений из Штатов. Третий производитель Саудовская Аравия соблюдает баланс спроса-предложения, хотя, по некоторым данным, именно саудиты выступают за ускоренное возвращение на рынок баррелей, сокращенных в рамках добровольных ограничений сделки ОПЕК+.

В целом же, практически 14% мировой добычи нефти (около 15 млн б/с) находится в данный момент под санкциями Запада, причем под рестрикциями – преимущественно страны, которые входят в ОПЕК+. США и их партнеры не торопятся снимать ограничительные с России, Ирана, Венесуэлы (к ней, наоборот, наблюдается усиление давления со стороны Вашингтона). В перспективе это будет сдерживать рост добычи в этих государствах, следовательно, ждать переизбытка предложения перед спросом на мировом рынке не стоит. Как и снижения цен на нефть.

oilcapital.ru

На рынке автомобильного газового топлива нет ни игроков, ни правил

Дело о баллонах.



Серийное производство битопливных автомобилей практически отсутствует, пропан топливом официально не считается, а надзор за переоборудованием машин с бензина на газ продолжает оставаться одним большим фейком. Эксперты считают, что необходимы изменения в законодательстве.

Рука руку моет

Вице-президент Национального автомобильного союза (НАС) Антон Шапарин провел любопытный эксперимент, пишет 16 июля телеграм-канал «Ав-топоток». Приобрел старенькие «Жигули», положил в багажник несколько баллонов с гелием и подал заявку на переоборудование, которая тут же была одобрена: мол, в машине установлено газобаллонное оборудование (ГБО), и оно полностью безопасно.

То, что оборудования как такового не было, а в качестве газа выступал не метан и не пропан-бутан, а гелий для воздушных шариков, сотрудников лаборатории не смутило. «Эксперт без всякого осмотра, хотя он предписан законодательством, легализовал установку по фотографиям, – рассказывает Шапарин. – За все удовольствием 2200 рублей. Проведено это было через систему, которая принадлежит людям, близким к бывшему руководству Росаккредитации».

Шапарин утверждает, что в год продаются сотни тысяч документов. «Соответственно, мы понимаем, что если система работает без правовых оснований и фиксирует миллиардные прибыли, она может быть аффилирована с определенными чиновниками, иначе такого бардака никто бы не допустил – в результате, на дороге сотни тысяч автомобилей, представляющих угрозу для окружающих». Необходимы массовые проверки в этой сфере, уверен собеседник Mashnews.

С ним согласен и технолог опытного производства химических источников тока компании АО «АВЭКС» Андрей Корчун: «Тема использования газа в качестве топлива довольно спорная. Это проблема с сер-

тификацией такого транспорта, так как переделки могут делать где угодно, и можно без проблем получить разрешение на использование такого транспорта даже без проверки компетентными органами. Такой подход существенно увеличивает риски использования газобаллонного оборудования, при этом такой риск распространяется еще и на соседних участников дорожного движения, так как взорваться можно где угодно».

Почему автопроизводители остаются в стороне

При этом тема куда сложнее, чем кажется на первый взгляд. Казалось бы, можно было бы просто взять и запретить установку газобаллонного оборудования в принципе. Однако если копнуть чуть глубже, выяснится, что ГБО стоит на огромном количестве автомобилей в стране – по грубым оценкам, до трети. Причем это касается не только легкового, но и грузового, коммерческого транспорта, который, в свою очередь, зачастую сходит с конвейера уже с предустановленным газовым оборудованием – и никакой кустарщины здесь нет.

Рынок (потенциально) огромный, задействованы практически все крупные производители, от «КамАЗа» до «АвтоВАЗа».

«У «Лады» была Lada Vesta Cng. Cng – это синтетический, или компримированный природный газ (КПГ). Также выпускаются метановые автомобили на Горьковском автозаводе. Конечно, речь идет просто о создании двухтопливного автомобиля на базе уже выпущенной машины. Но тем не менее – это завод. «КамАЗ» делает грузовики, работающие как на КПГ, так и на сжиженном природном газе – в частности,

перевозят жидкий гелий с Амурского газоперерабатывающего завода», – рассказывает заместитель генерального директора Института национальной энергетики Александр Фролов.

Другой вопрос, что та же Vesta Cng выпускалась мелкими партиями всего несколько лет, а потом снова возникла из небытия на выставке «Комтранс» лишь в конце 2024-го. О массовом производстве речи не идет. Почему?

«Это региональная вещь, – уверен Андрей Корчун. – Например, не везде есть газовые заправки. На юге нашей страны газ почему-то более распространен, там даже в жилых домах почти 100% газификация, когда в центре и на севере газификация не так повсеместна. В виду этого, мне кажется, производителям не выгодно оснащать автомобили газобаллонным оборудованием, так как это будет удорожать производство, потребуются дополнительные проверки и внесение изменений в технологию производства, сертификации и так далее».

Не говоря уже о технической составляющей: одно дело – привычная и понятная операция в виде установки бензобака с бензонасосом, и совсем другое – установка редуктора, заправочных клапанов и арматуры для подачи газа.

Пропан против метана

Впрочем, есть еще один – важнейший – нюанс, и заключается он в давнем метано-пропановом противостоянии. Автолюбители ценят именно пропан. А он в России официально даже не считается моторным топливом, напоминает Антон Шапарин. Парадоксальная ситуация, ведь машин, едущих в нашей стране на пропане, насчитывается более 3 млн, более того по пропановому автопарку Россия занимает второе место в мире, говорит Александр Фролов.

«Пропан-бутан – топливо легковых автомобилей, а также микроавтобусов и легких грузовиков до 3,5 тонн. А метан – в большей степени топливо большегрузного транспорта, различного рода автобусов, сельхозтехники и так далее, – поясняет эксперт. – Для метана в сжатом виде требуются довольно тяжелые баллоны и недешевая их установка. Вес диктует некоторые ограничения. А берется он из-за высокого давления, равного 200 атм». Отсюда и ответ на вопрос, почему на улицах не встречаются метановые «Весты». С пропаном – а именно на него приходится большинство кустарных переделок по принципу «с бензина на ГБО, и давайте подешевле» – другая проблема.

«Это тот вид топлива, на котором ездит полстраны, – утверждает вице-президент НАС. – На М4 за Воронежем число пропановых и бензиновых заправок почти сравнивается, ближе к Краснодару или Ставрополю ситуация становится еще более очевидной. Но законодательно топливом он не является, и поэтому крайне подвержен колебаниям цен. Если посмотреть на график их изменения, он будет напоминать старую пилу».

По мнению эксперта, необходимо признать пропан моторным видом топлива и ввести жесткое регулирование цен на него. Далее – следить за тем, чтобы переоборудование проводилось нормальными специалистами в нормальных спеццентрах, а дальнейшая сертификация не была просто бумажкой ради бумажки.

mashnews.ru

Правительство РФ установило требования для зарядных станций на АЗС

При этом уже
существующие АЗС
с зарядными станциями
не придется
перестраивать.



С 1 марта 2026 года на АЗС в полосах отвода автодорог должна быть обеспечена возможность использования зарядных станций постоянного тока мощностью не менее 44 кВт для электромобилей. Соответствующее постановление правительство РФ опубликовало 29 июля.

Зарядные станции с такой мощностью вносятся в перечень минимально необходимых услуг, оказываемых на объектах дорожного сервиса. Он был утвержден в 2020 году и до сих пор не регламентировал минимально необходимые требования к мощности зарядок для электромобилей.

При этом уже существующие АЗС с зарядными станциями не придется перестраивать. В документе говорится, что новые требования не применяются в отношении объектов капитального строительства, проектная документация которых подготовлена на основании градостроительного плана земельного участка или документации по планировке территории, выданных или утвержденных до вступления этого постановления в силу.

«Требования, предусмотренные изменением, внесенным настоящим постановлением, применяются при наличии технологического присоединения автомобильной заправочной станции к электрическим сетям», – также отмечается в постановлении.

Ранее, 23 июля, все зарядные станции проекта «Энергия Москвы» стали платными. На них ввели среднерыночный тариф. Пилотный проект на городских станциях действовал почти пять лет, за это время пользователи совершили более 1 млн бесплатных зарядных сессий. На станциях постоянного тока (от 50 кВт) начал действовать тариф в 20 рублей за 1 кВт·ч, а на станциях переменного тока (22–44 кВт) – 15 рублей за 1 кВт·ч.

iz.ru

Экспорт бензина из РФ полностью запретили

Как это повлияет на цены на АЗС.



Правительство ввело до 31 августа полный запрет на экспорт бензина, то есть ограничило его для производителей – нефтеперерабатывающих заводов (НПЗ). Ранее поставки за границу были запрещены только непроизводителям (нефтебазы, трейдеры). НПЗ, которые большей частью принадлежат крупным нефтяным компаниям, экспортировать бензин имели право.

Как сказано в сообщении правительства, решение принято для сохранения стабильной ситуации на внутреннем топливном рынке в период высокого сезонного спроса и сельскохозяйственных полевых работ.

Дело в том, что биржевые котировки с начала лета выросли на 14,8% для бензина АИ-92 и на 23% – для бензина АИ-95. А с начала года рост составил 27,2 и 40,8% соответственно. На АЗС рост цен ускорился с конца июня. Весьма показательно, что на прошлой неделе в России впервые в году была зафиксирована дефляция – 0,05%, но при этом бензин за неделю, с 15 по 21 июля, подорожал на 0,3%, а неделей раньше рост составил 0,4%.

Поэтому и введен запрет на экспорт. Как отмечает зампред наблюдательного совета ассоциации «Надежный партнер», член экспертного совета конкурса «АЗС России» Дмитрий Гусев, правительство почти месяц занималось увещеваниями нефтяников, чтобы они продавали больше бензина на бирже, сбивали цены. Призывы не помогли, хотя объемы биржевых торгов действительно увеличились, но котировки все равно росли, в итоге, экспорт запрещен теперь всем.

Гусев считает, что все запреты экспорта товаров в нашей стране на производителей пока действуют максимально эффективно. Запрет снизит котировки на бирже и увеличит маржинальность АЗС. Розничные цены вниз не пойдут, но рост замедлится, а возможно, и остановится, уточняет он.

Здесь стоит отметить, что ключевым в комментарии эксперта можно назвать слово «пока». Дело в том, что бензина, в отличие от дизельного топлива (ДТ), по которому пока проблем нет, Россия экспортирует совсем немного – приблизительно 15% от объемов производства. Причем, значительная часть поставок за границу идет по межправительственным соглашениям (к примеру, в страны ЕАЭС), а на них запрет экспорта как не распространялся, так и не распространяется. Кроме того, запрет хоть и может увеличить улучшить маржинальность работы АЗС, но снизит рентабельность работы НПЗ, поскольку лишит их валютной выручки. Впрочем, здесь решался вопрос с ростом котировок и цен, а не маржой НПЗ или АЗС.

Как замечает эксперт по энергетике Кирилл Родионов, на российском топливном рынке уже сложился так называемый административный цикл. В ответ на ускорение темпов роста розничных цен регуляторы вводят запрет на экспорт топлива, после которого на розничном рынке наступает стабилизация. И вслед за этим регуляторы отменяют запрет на экспорт. А затем, под влиянием тех или иных факторов, происходит новое ускорение темпов розничных цен. И цикл как бы повторяется вновь. Летом, под влиянием сезонного роста спроса, на рынке формируется ожидание ускорения темпов роста розничных цен на бензин. В сегменте дизеля эта сезонность проявляется на стыке осени и зимы. Поэтому в целом это решение было ожидаемым, и регуляторы обсуждали его возможность несколько недель назад.

Второй нюанс связан с оптовым рынком, продолжает Родионов. С середины июля биржевые цены близки к границе, после которой выплачивается демпфер (компенсация нефтяникам из бюджета за поставки топлива на внутренний рынок по ценам ниже экспортных).

По правилам котировки бензина на бирже не должны превышать на 10%, а ДТ – 20% индикативные цены (устанавливаются на год государством). При их превышении демпфер обнуляется. Предельно допустимая цена на бирже бензина марки АИ-92 (демпфер считается по котировкам этой марки) – 66 495 рублей за тонну.

По мнению Родионова, рост цен на бирже связан со снижением выплат по демпферу нефтяникам в этом году, произошедшему из-за падения цен на нефть и нефтепродукты в мире. За первую половину прошлого года нефтяники получили по демпферу 821 млрд рублей, а в этом – 544 млрд. Компаниям просто ничего не остается, как повышать цены, чтобы компенсировать потери. По данным Росстата, экономика нефтеперерабатывающих предприятий ухудшилась по сравнению с прошлым годом в два раза. Но бюджет сейчас страдает от дефицита, лишних денег для поддержки нефтяников нет. Значит, сбить рост цен возможно, запретив экспорт, таким образом увеличив предложение на внутреннем рынке и сделав его безальтернативным. Родионов считает, что в результате в рознице цены стабилизируются, а на бирже котировки немного снизятся. Но запрет на экспорт обеспечит лишь небольшую передышку рынку. В 2026 году, на фоне рисков долговременного снижения цен на нефть, регуляторам придется искать новую модель регулирования топливного рынка, уверен эксперт.

rg.ru

Новые санкции ЕС могут привести к росту цен на АЗС в Европе

От нового перераспределения потоков дизтоплива выигрывают страны Персидского залива.

Новые санкции Евросоюза, направленные против нефтяной промышленности России, во второй раз с 2022 года перераспределят мировые потоки дизельного топлива, усилив давление на и без того перегретый рынок, пишет обозреватель Reuters Рон Буссо.

По его наблюдениям, цены на дизель в этом году оказались на удивление устойчивыми. Рынок дизтоплива рассматривается как индикатор глобальной экономической активности, поскольку это топливо в основном используется в грузовиках, судах и электрогенераторах, а также в сельскохозяйственной и промышленной технике. В Европе около четверти легкового автопарка работает на дизельном топливе, что значительно выше, чем в других регионах. Обозреватель замечает, что спрос на дизтопливо растет в США, Индии, Китае.

При этом запасы находятся на низком уровне. Одной из причин низких запасов – незапланированные остановки на НПЗ в Хайфе, пострадавшем после конфликта Ирана с Израилем, и закрытие НПЗ Lindsey в Великобритании после банкротства его владельца.

Глобальный дефицит тяжёлых и средних сортов нефти, характеризующихся более высоким выходом дизтоплива, ещё больше ограничивает объёмы нефтепереработки. Этот дефицит обусловлен санкциями США против экспорта венесуэльской нефти, падением добычи в Канаде из-за лесных пожаров и сокращением экспорта этих сортов странами ОПЕК.

Перспективы дизтоплива еще больше осложнились после того, как ЕС принял 18-й пакет санкций против РФ, заметил Буссо.

Меры, направленные на ограничение доходов Москвы от экспорта нефти, включали запрет на импорт нефтепродуктов, произведенных из российской сырой нефти. В 2021 году на долю России пришлось 40 % импорта дизеля в Европу (почти четверть потребления).

Чтобы компенсировать дефицит, возникший после введения запрета в 2022 году, Европа увеличила импорт дизеля из Китая, Индии и Турции. Одновременно эти три страны резко увеличили импорт дешёвой российской нефти, что фактически означало, что Европа покупала продукцию, произведенную из российского сырья.

По данным Kpler, индийские нефтеперерабатывающие заводы, на долю которых в прошлом году пришлось 16 % импорта дизельного и авиационного топлива в Европу, особенно сильно пострадают от последнего запрета, поскольку в 2024 году 38 % импорта нефти в Индию приходилось на Россию.

Запрет, вероятно, в меньшей степени повлияет на импорт в Турцию, где российская нефть, как правило, используется НПЗ, поставляющими топливо на внутренний рынок. Заводы, экспортирующие топливо в Европу, как правило, перерабатывают нефть нероссийского происхождения.

Главными выгодоприобретателями в этой ситуации, вероятно, станут страны Персидского залива. Новый запрет ЕС не распространяется на страны, являющиеся нетто-экспортерами сырой нефти, даже если они импортируют российскую. Это позволит НПЗ в Саудовской Аравии, ОАЭ и Кувейте увеличить экспорт в Европу, отвоевав долю рынка у индийских конкурентов.

Наиболее вероятным результатом этих новых санкций, детали которых пока не уточняются, станет реорганизация мировых потоков поставок дизтоплива.

Индийским НПЗ придется искать новые рынки сбыта для своего ДТ. Скорее всего, это будут рынки Африки, где индийские операторы будут конкурировать за долю рынка с недавно построенным нигерийским НПЗ Dangote.

В то же время ближневосточные НПЗ будут направлять больше дизеля в ЕС и меньше – на более близкие азиатские рынки. Это, в свою очередь, вероятно, приведёт к росту транспортных расходов и, в конечном итоге, может привести к росту цен на АЗС в Европе.

Ситуация еще больше осложнится, если президент Трампа выполнит свою угрозу ввести 100-процентные пошлины в отношении стран, покупающих российскую нефть, если Москва не согласится прекратить боевые действия на Украине к сентябрю.

Все это означает, что даже если спрос на нефть начнет падать в цене, сочетание низких мировых запасов дизельного топлива и ужесточения санкций в отношении России, скорее всего, поддержит цены на дизельное топливо и маржу нефтепереработки в ближайшие месяцы.

oilcapital.ru

bp South Africa реализует масштабную инициативу по модернизации своей сервисной сети

А также по улучшению
распределения топлива
по всей стране.



bp South Africa реализует масштабную инициативу по модернизации своей сервисной сети и улучшению распределения топлива по всей стране. В рамках общенациональной модернизации, начатой в мае 2025 года, компания проводит капитальный ремонт существующих АЗС и планирует построить 40 новых АЗС, сообщает African Energy Week.

Это будет включать в себя инфраструктуру для зарядки электромобилей (ЭМ) и услугу аренды аккумуляторов, направленную на поддержку низкоуглеродной мобильности, что отражает стремление bp South Africa к решению проблемы энергетической бедности и декарбонизации.

Для укрепления своих возможностей по логистике топлива bp South Africa заключила партнерские соглашения с глобальным поставщиком услуг цепочки поставок DP World и местной компанией Makwande Supply & Distribution. Соглашения, подписанные

в 2024 году, позволяют bp передавать специализированные логистические функции на аутсорсинг, повышая эффективность и устойчивость поставок на городских и сельских рынках.

t.me/vds_group_rvi

Казахстанская розница – 2025: вперед вырываются магазины на автозаправках

Впервые наибольший рост показала не электронная коммерция.



Рынок FMCG (товаров повседневного спроса) в Казахстане сталкивается с существенными изменениями, констатируют аналитики. Темпы роста и структура каналов продаж меняются. Если ранее доминировали гипермаркеты и супермаркеты, сегодня наибольшую динамику показывают новые каналы – электронная коммерция, автозаправочные станции и аптечные сети.

Как выяснили эксперты, за 2024–2025 годы наибольший прирост в стоимостном выражении зафиксирован в автозаправках (+33%), e-commerce (+27%) и больших магазинах (+15%). Нельзя теперь игнорировать и «выстреливший» канал аптек (+5%).

Смена потребительских привычек

Современный покупатель становится «омнишопером» – более 54% казахстанцев регулярно совершают покупки как онлайн, так и офлайн, выбирая оптимальное сочетание цены, ассортимента и удобства. За последние 5 лет число «омнишоперов» выросло на 12 процентных пунктов: в 2020-м году такое поведение было у 42%.

Давление на маржинальность и рост частных марок

В условиях высокой инфляции и снижения покупательной способности растет спрос на товары собственных торговых марок (СТМ). Глобально доля СТМ стабилизировалась на уровне 22,9%, а в Европе превышает 37%. В РК эта категория товаров пока занимает только 1% – для казахстанских ритейлеров это одновременно и возможность, и вызов.

Барьеры для развития онлайн-торговли

Несмотря на быстрый рост e-commerce, ее доля в общем объеме FMCG-продаж в Казахстане пока не превышает 1% – это ниже, чем в Турции (9%) или Чехии (5%). Основные барьеры – опасения по поводу качества товаров, невозможность «потрогать» продукт, дополнительные расходы на доставку и желание получить товар немедленно. Эти факторы ограничивают потенциал онлайн-канала и требуют новых решений от игроков рынка.

Трансформация форматов: кто выигрывает?

1. Супермаркеты – лидер по посещаемости
Супермаркеты остаются наиболее посещаемым форматом: 92% жителей Алматы и 95% жителей Астаны совершают покупки чаще всего в супермаркетах, при этом наблюдается снижение посещаемости гипермаркетов и магазинов косметики, что связано с сокращением времени на шопинг и стремлением к удобству.

2. E-commerce – канал будущего
Доля онлайн-покупок продолжает расти, особенно среди молодых потребителей. В топ-10 онлайн-категорий по объему продаж входят табачные изделия, корма для животных, алкогольные напитки, замороженные продукты и детское питание. В сегменте pop-food наиболее динамично растут категории «товары для дома», «игрушки», «электроника» и «персональный уход» (+89% к 2024 году).

3. Автозаправки и аптеки – новые точки роста
Аптечные сети демонстрируют стабильный рост, расширяя ассортимент не только за счет лекарств, но и товаров для здоровья, красоты и ухода. Автозаправочные станции становятся полноценными торговыми точками: здесь активно продаются напитки, закуски, товары для автомобиля и даже косметика. Драйверы роста в канале АЗС – скоропортящиеся продукты (готовая еда и молочка), сигареты и безалкогольные напитки.

4. Минимаркеты и традиционная розница
Традиционные магазины и минимаркеты сохраняют долю 30% благодаря близости к дому и быстрой покупке, однако не растут: за год этот формат потерял 1 п. п., по данным исследования.

Борьба за покупателя: стратегии и инструменты

1. Ассортимент и удобство
Покупатели столичных городов все чаще выбирают магазины, где можно купить все необходимое в одном месте («one-stop shop»), и где всегда есть нужный товар в наличии. В 2025 году этот критерий вышел на первое место как в Алматы, так и в Астане. Также важны программы лояльности, хорошие акции и промо, широкий ассортимент и удобное расположение магазина.

2. Цена и ценность

В условиях экономической неопределенности цена становится ключевым фактором выбора. Однако покупатели готовы переплачивать за свежие продукты, здоровье и товары для красоты. Категории «свежие продукты», «мясо», «здоровье» и «красота» входят в топ-5, на которые потребители готовы тратить больше даже при ограниченном бюджете.

3. Развитие собственных торговых марок

СТМ становятся важнейшим инструментом удержания покупателя и повышения маржинальности. Для успеха необходимо инвестировать в качество, узнаваемость и продвижение СТМ, а также использовать гибкую ценовую политику.

4. Инновации в сервисе

Покупатели ценят магазины с удобной навигацией, быстрым поиском товаров и современным сервисом. Важную роль играют мобильные приложения, бесконтактная оплата, доставка и клик-энд-коллект.

Рекламные инструменты для FMCG-брендов: что будет работать?

1. Персонализированные промо и акции

Покупатели ждут выгодных предложений, но устали от массовых скидок. На первый план выходят персонализированные промо, основанные на анализе покупательских данных и истории покупок. Использование программ лояльности и мобильных приложений позволяет FMCG-брендам делать точечные предложения и стимулировать повторные покупки.

2. Интеграция офлайн и онлайн-коммуникаций

В условиях омниканальности важно строить единую коммуникацию с потребителем на всех этапах пути: от цифровой рекламы до in-store промо и POS-материалов. Важно поддерживать узнаваемость бренда и стимулировать переход между каналами (например, с помощью QR-кодов, digital-купонов, push-уведомлений).

3. Инфлюенсеры и социальные сети

Роль digital-маркетинга и работы с инфлюенсерами растет: потребители все чаще ищут информацию о новых продуктах и акциях в социальных сетях и блогах. Для FMCG-брендов это возможность быстро запускать кампании, тестировать гипотезы и получать обратную связь.

4. Инвестиции в контент и образование

Покупатели ценят экспертную информацию о продуктах, рецептах, здоровье и уходе. Бренды, которые инвестируют в создание полезного контента (видео, статьи, стримы), получают дополнительное доверие и лояльность аудитории.

5. Развитие e-som-маркетинга

С ростом онлайн-продаж FMCG-брендам важно инвестировать в продвижение на маркетплейсах, SEO, таргетированную рекламу и работу с отзывами. Эффективные инструменты – брендированные витрины, спецпроекты с маркетплейсами, digital-купоны и коллаборации с онлайн-ритейлерами.

forbes.kz

Цифровая навигация в магазине Circle K в Швеции

Пример того, как меняются подходы к организации верхней навигации торгового пространства.



На примере магазина на АЗС Circle K в Швеции мы видим отличный пример того, как меняются подходы к организации верхней навигации торгового пространства. Сегодня всё уже не ограничивается пиктограммами или обозначениями категорий товаров – это полноценный маркетинговый инструмент, который решает сразу несколько задач, в том числе управление вниманием и потоком покупателей.

Здесь над холодильными витринами используется цифровое меню из пяти экранов, визуально объединённых в единую конструкцию над зоной охлаждённых напитков.

– Во-первых, оно моментально выделяет категорию в пространстве торгового зала.

– Во-вторых, за счёт динамичного, грамотно продуманного контента – акций, рекламы напитков, визуального ритма – автоматически притягивает взгляд.

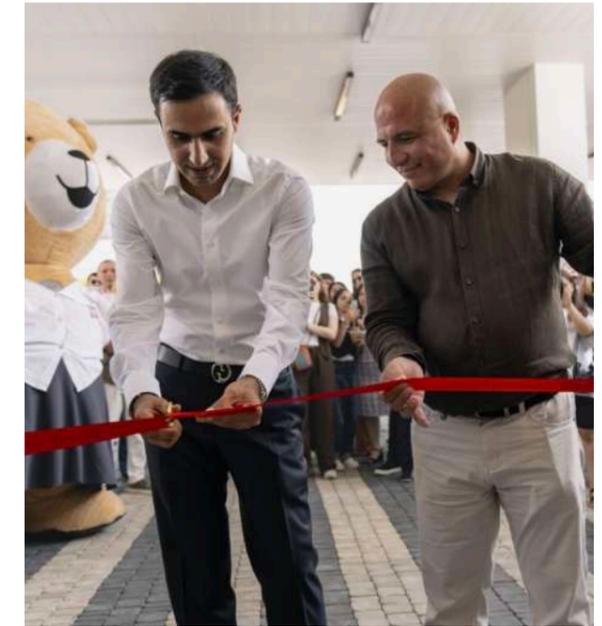
– В-третьих, это уже не «декорация» и не «модный дизайнерский приём», где каждый экран транслирует повторяющиеся картинки, а решение, которое способствует импульсным покупкам и увеличению среднего чека.

Всё это поддерживает не только навигационную, но прежде всего коммерческую задачу. Благодаря использованию соответствующего программного обеспечения и правильного контента, покупатель не может не заметить эту зону – результатом становится рост продаж торговой точки.

superstation.pro

У всемирно известного Shell – новый адрес в Армении

Shell – глобальная энергетическая и нефтехимическая группа компаний, представленная в более чем 70 странах мира.



Всемирно известный бренд Shell, имеющий самую большую сеть АЗС в мире, представлен в Армении по новому адресу, прямо рядом с международным аэропортом Звартноц, по адресу ул. И. Гаспаряна, 43.

Торжественное открытие новой АЗС Shell состоялось 14 июня. Мероприятие сопровождалось впечатляющей шоу-программой, презентацией ряда ведущих брендов автомобильной отрасли, а также мотоциклетного бренда Ducati, собрав более 300 участников, среди которых были партнеры, инфлюенсеры и специальные гости. Для гостей были запланированы интерактивные зоны, детская развлекательная зона, Coffee Rave, а также Shell Art Zone.

Shell – глобальная энергетическая и нефтехимическая группа компаний, представленная в более чем 70 странах мира. Первая автозаправочная станция Shell в Армении открылась в 2023 году, лицензированным представителем бренда является Royal Oil. Миссия компании – познакомить армянского потребителя с культурой и ценностями бренда посредством качественного топлива, высококачественного сервиса и инновационных решений.

Согласно международному опыту, наличие АЗС на территориях, прилегающих к аэропортам, является общепринятой и широко распространенной практикой. Именно этот успешный опыт Shell и Royal Oil привезли в Армению.

«С открытием нашей новой АЗС возле аэропорта Звартноц мы не только расширяем спектр услуг, предлагаемых компанией, но и укрепляем свои позиции в Армении как ведущего поставщика инновационных решений и высококачественного сервиса.



Наш новый, полностью оборудованный филиал охватывает более широкий спектр направлений, рассчитан на обслуживание всех типов автомобилей, включая электромобили. Shell – это больше, чем АЗС. Это одно из уникальных мест, где заправка автомобиля, техническое обслуживание, а также кафе, магазина и другие необходимые услуги доступны на одной платформе. Мы гордимся тем, что выход Shell на армянский рынок способствовал формированию инновационной культуры и установил новый стандарт в секторе АЗС, что оказывает влияние на устойчивое развитие сектора», – сказал Геворг Арутюнян, председатель совета директоров Royal Oil Company.

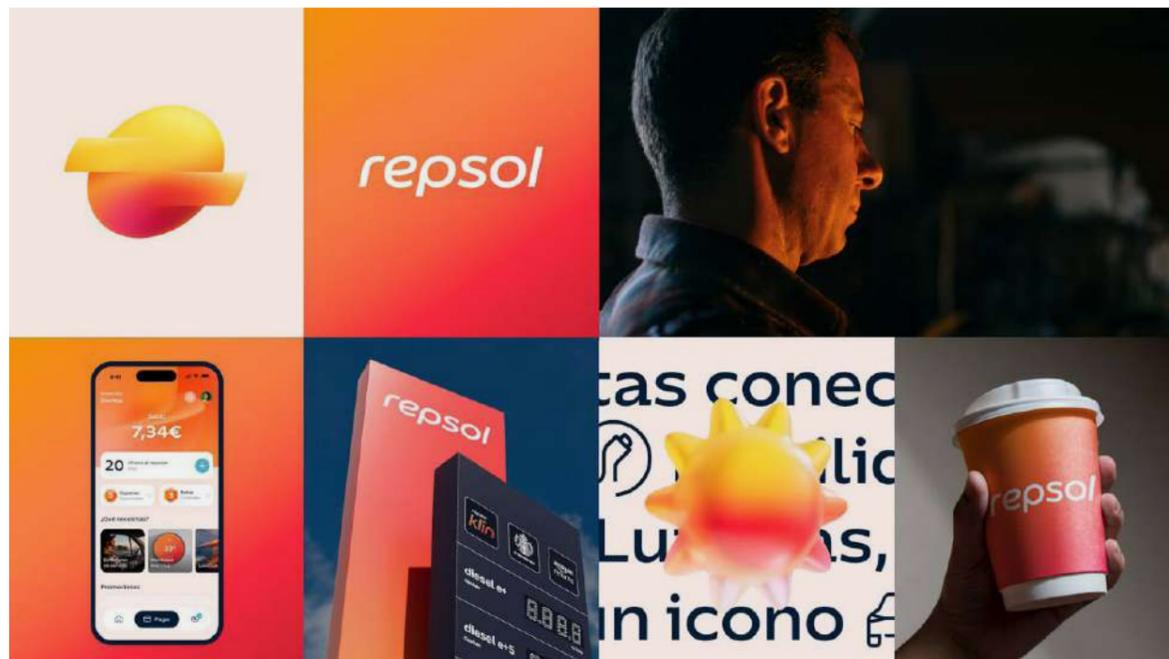
Автозаправочная станция нового поколения – один из важных этапов пятилетней стратегии компании Royal Oil, в рамках которой планируется расширение не только количества станций, но и предоставляемых услуг.

Топливо класса V-Power, созданное на основе передовых технологий и инновационных подходов Shell, доступно на каждой АЗС Shell. Топливо Shell V-Power присутствует на мировом рынке более 20 лет и является единственным топливом, используемым и рекомендуемым Scuderia Ferrari. Топливо импортируется исключительно с европейского рынка и благодаря своей особой формуле очищает двигатель от 100% проблемных частиц, обеспечивая безопасную и долгосрочную эксплуатацию автомобиля.

armenpress.am

Repsol представила эволюцию своего фирменного стиля

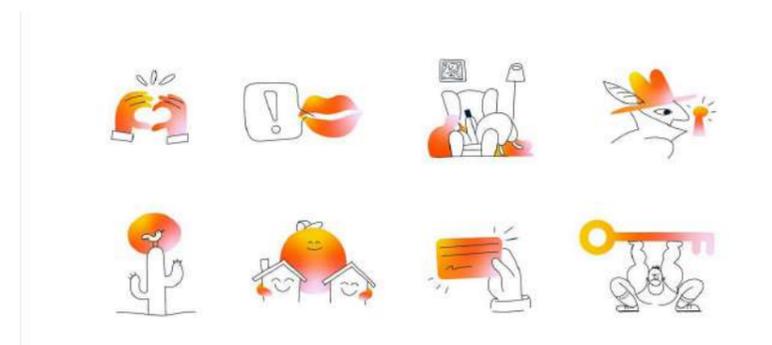
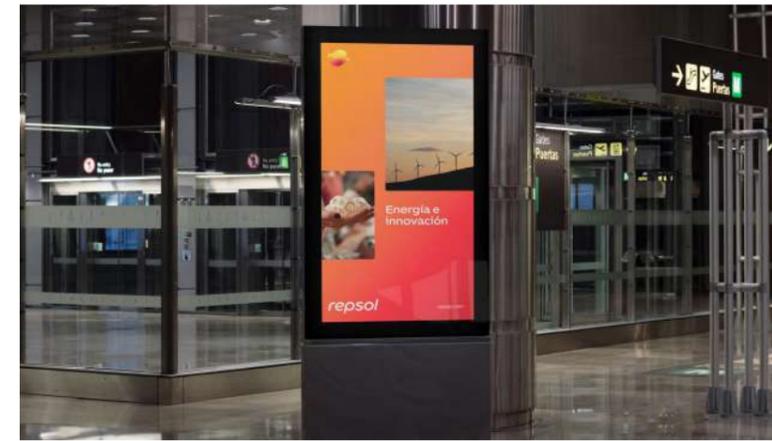
Цель состоит в том, чтобы реагировать на различные потребности в мобильности и энергоснабжении в доме, интегрируя различные источники энергии.



Repsol представила эволюцию своего фирменного стиля. Цель состоит в том, чтобы реагировать на различные потребности в мобильности и энергоснабжении в доме, интегрируя различные источники энергии.

Характерный силуэт символа Repsol сохраняется, но вводятся объем и движение. Типографика обновляется с использованием строчных букв, чтобы передать близость, а синий и оранжевый цвета включают градиент, который достигает пурпурного цвета. Также была разработана эксклюзивная типографика под названием «Sole Repsol» и звуковая идентичность.





«Трансформируемся, чтобы всегда быть на стороне клиента, удовлетворять его потребности сегодня и превосходить потребности будущего. То, чем мы делимся сегодня в Repsol, – это не что иное, как подтверждение этой стратегии, которая позволила нам превосходить решения в области мобильности и новые услуги для более чем миллиона человек, которые ежедневно проходят через наши станции», – прокомментировал в Хосе Перес-Пардо, исполнительный директор по мобильности.

t.me/vds_group_rvi

Флагманы VDS

Кейс Татнефть ЭКО-АЗС №112.

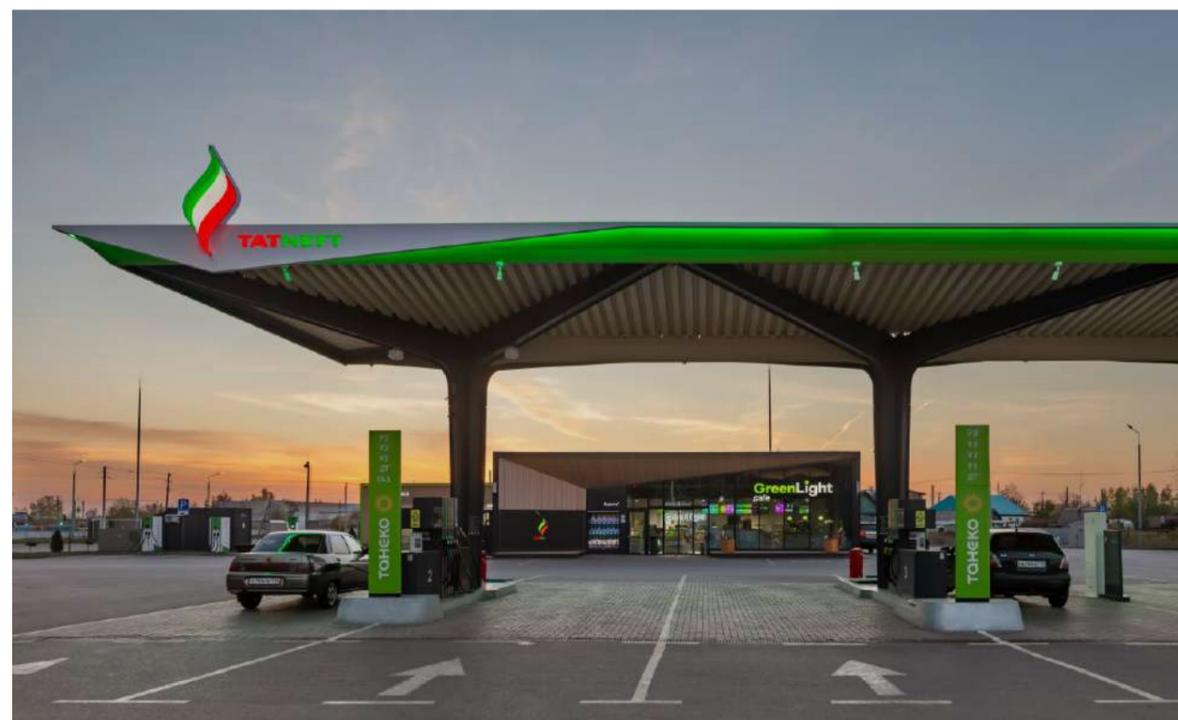


В 2019 г. Компания VDS и Компания Татнефть начали совместный проект по разработке и строительству флагманских АЗС. Одной из них стала ЭКО-АЗС №112, реализованная в рамках программы «Разработки комплекса технологий для создания энергоэффективного, экологически устойчивого поселения на базе п.г.т. Актюбинский» в 2022 году.

Архитектура станции подчеркивает приверженность Компании Татнефть принципам устойчивого развития ESG: применение экологичных материалов, подлежащих вторичной переработке, использование альтернативных источников энергии, эффективный десятилетний срок эксплуатации.

Для выработки электрической и тепловой энергии на кровлях зданий операторной и автомойки установлены 138 солнечных панелей, а на территории АЗС запущены ветрогенераторные установки. Кроме того, на АЗС установлена система «Умный дом», оптимизирующая расход энергии путем автоматического регулирования температуры и освещения в зависимости от присутствия клиентов как внутри здания, так и в зоне ТРК.

Реализация флагманских проектов служит эффективным средством внедрения инновационных

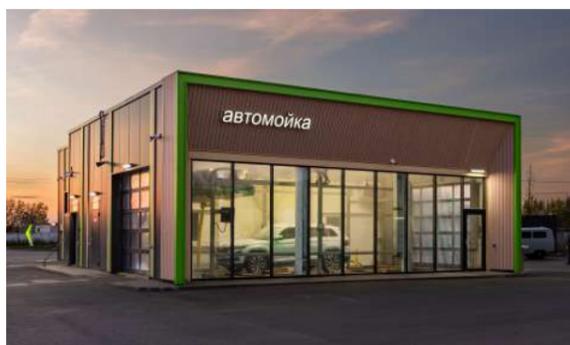




решений и устойчивых технологий, повышающим конкурентоспособность бренда и приближающим компанию к достижению стратегических целей.

В 2023 году Компания Татнефть вошла в тройку лидеров ESG-рейтинга авторитетного агентства RAEX. Эксперты присудили Татнефти самую высокую на данный момент оценку ESG-рейтинга – AA. ESG-рэнкинг учитывает несколько показателей деятельности, в том числе эффективное управление, социальные инвестиции, заботу о природе и меры по защите климата.

t.me/vds_group_rvi



Придорожный сервис

Опыт Японии.



Придорожные комплексы Европы и Америки – это оборудованные зоны вдоль дорог, оснащённые автостоянкой, санитарными удобствами, автозаправочными станциями, торговыми точками и кафе. Их взаимодействие с близлежащими территориями минимально, ведь изначально они проектировались только для обслуживания проезжающих автомобилистов. В Японии придорожные станции («мичи-но-эки») – это нечто гораздо большее.

Созданные как эксперимент в 1991 году, в настоящее время они составляют общенациональную сеть из 1134 пунктов. «Ми́чи-но-э́ки» обслуживают не только дороги, но и местное сообщество, объединяя круглосуточное предоставление комфортных условий для остановки и информационных сведений для туристов с продажей местных продуктов, организацией встреч, мастер-классов и образовательных курсов.

Придорожная станция Mashiko – яркий тому пример. Она расположена в городе Масико, известном как город гончаров, с населением 25 000 человек.





Станция представляет собой отдельно стоящее здание, гармонично интегрированное в окружающий горный пейзаж и передающее дух региона. Она совмещает ресторан, информационный центр и обширную общественную зону, где проводятся мероприятия и мастер-классы.

Центральным элементом сооружения выступает зигзагообразная крыша, вдохновленная формами горных хребтов. Максимальный пролет кровли составляет 35 метров, а древесина для всей конструкции изготовлена из местного кедра Ямизо. Подобно горам, возвышающимся над равнинами, крышу дополняют трапециевидные стены, визуально расширяющие внутреннее пространство здания.

«Городу был нанесен экономический ущерб из-за закрытия крупного гончарного завода, а также стихийных бедствий. Нам хотелось развивать промышленность и туризм, используя собственные ресурсы. Дорожная станция способствовала этому благодаря созданию новых рабочих мест», – поделился мэр Масико Томоюки Оцуки.

t.me/vds_group_rvi

Сотрудничество с сетью АЗС «Белоруснефть»

С 1996 года Компания VDS сотрудничает с ведущей государственной ВИНК Беларуси «Белоруснефть».



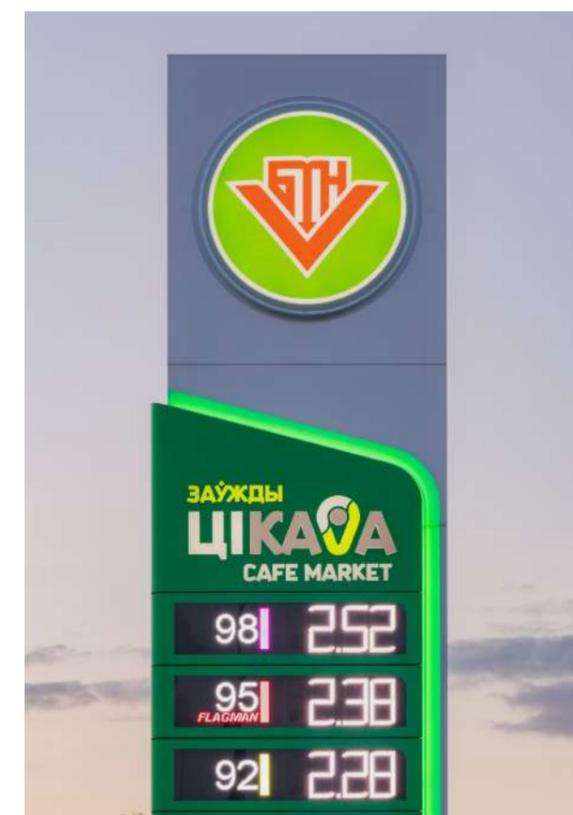
С 1996 года Компания VDS сотрудничает с ведущей государственной ВИНК Беларуси «Белоруснефть».

В 1995 году «Белоруснефть» активно завоевывала рынок топливного ритейла в масштабах Республики Беларусь. Компания VDS предложила дизайнерские и конструкторские решения, максимально нацеленные на достижение этой амбициозной задачи.

Мы выработали индивидуальную концепцию АЗС «Белоруснефть», предложив использовать цветовое сочетание белорусского флага – зеленый, красный и белый. Позднее эта цветовая стилистика трансформировалась в «зеленое поле с цветком льна» – узнаваемые атрибуты Беларуси. Так сформировался тренд визуального оформления, который сохраняется и сегодня.

Для сети АЗС Компания VDS создала фирменный стиль, позднее его обновила (2005 и 2014 гг.), разработала два брендбука, создала более 10 индивидуальных стилей АЗС. С 1998 года на Заводе VDS производится брендированное оборудование АЗС и автоматических мини-АЗС «Белоруснефть».

В 2021 году для сети АЗС мы реализовали 3 павильона площадью 25 м², а в 2023 году павильон 50 м².



Открытие АЗС сети «Татнефть» в Дагестане

Ожидаем открытие станций в первой половине августа 2025 года!



При небольшой на первый взгляд площади в нем комфортно размещается одновременно большое количество посетителей, при этом павильон укомплектован всем необходимым оборудованием.

На сегодняшний день сеть АЗС «Белоруснефти» – это 575 АЗС во всех регионах страны. С начала нашего сотрудничества Компания VDS реализовала более 400 RVI-комплектов.

t.me/vds_group_rvi



В Дагестане планируется открытие автозаправочных станций под брендом «Татнефть» на условиях франчайзинга. Компания VDS произвела и поставила рекламно-информационное оборудование для шести новых станций.

Данный шаг является частью стратегии Компании «Татнефть», направленной на расширение сети автозаправочных станций по всей стране. Появление «Татнефти» в регионе позволит обеспечить владельцев автотранспорта высококачественным топливом и первоклассным обслуживанием.

Все новые АЗС будут отвечать современным требованиям экологической безопасности, а также предложат водителям комфортные условия, включая просторные парковки, магазины формата «мини-маркет» и зоны для отдыха.

Ожидаем открытие станций в первой половине августа 2025 года!

t.me/vds_group_rvi



Флагманы как отражение ДНК бренда

Это особое место, выделяющееся на фоне остальных точек ритейлера.



Флагман – лицо бренда, отражение его ДНК.

Он помогает бизнесу решать стратегические задачи: менять восприятие торговой марки, привлечь новые сегменты аудитории и укреплять имидж. Это особое место, выделяющееся на фоне остальных точек ритейлера.

3 правила флагманского формата

1. Локация

Чтобы флагманский объект выполнял свои функции, он должен располагаться в знаковой локации и в удобном доступе для своего клиента, зачастую это места с высоким трафиком.

2. Пространство

Флагман должен привлекать внимание своим внешним видом и размером. Это яркое архитектурное сооружение, которое выделяется необычным дизайном и смелыми решениями. Флагман становится объектом, визуально отражающим дух бренда.

3. Наполнение

Ассортимент флагмана расширяется эксклюзивными товарами и услугами, новинками и ограниченными сериями продукции, привлекающими дополнительное внимание покупателей.

Цель флагмана – «зацепить» посетителя, создать неповторимый контакт с брендом и повысить его узнаваемость. Эта стратегия направлена на долгосрочную перспективу: впоследствии посещаемость лояльными клиентами повышается не только во флагманских точках бренда, но и в обычных. Так, флагман и «рядовые» объекты выполняют разные функции, но дополняют друг друга и ведут бренд к одному результату – получению прибыли.

t.me/vds_group_rvi

Tesla создает новые форматы мобильности через развлечения и сервис прямо из электромобиля

Новый проект совмещает в себе ресторан, автокинотеатр и зарядную станцию для электромобилей.



Tesla открывает новый придорожный объект, который даёт представление о том, как физическая и цифровая инфраструктуры будут продолжать сливаться, создавая новые форматы мобильности.

Илон Маск подтвердил, что в новом Hollywood Diner от Tesla можно будет заказывать еду прямо с экрана внутри электромобиля. Звук фильмов и видеороликов, транслируемых на двух огромных LED-экранах, будет синхронизироваться и воспроизводиться через аудиосистему машины.

Hollywood Diner – это новый проект компании Tesla, который совмещает в себе ресторан, автокинотеатр и зарядную станцию для электромобилей.

Идея в том, чтобы создать инновационное пространство, где владельцы Tesla могут:

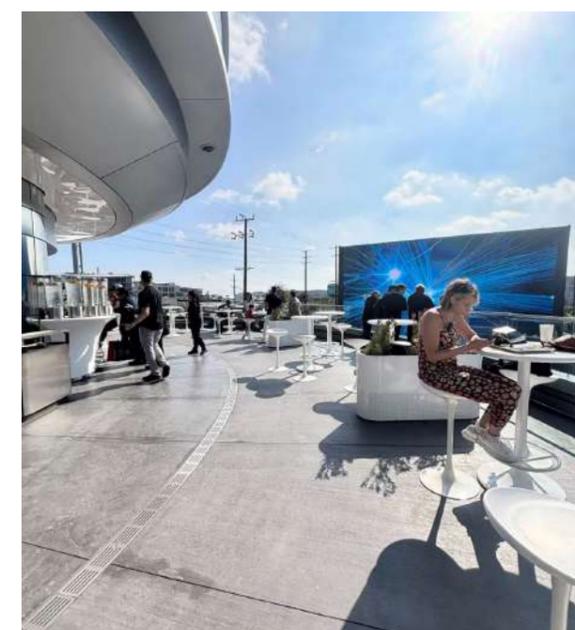
- зарядить свой автомобиль;
- посмотреть кино на больших экранах;
- заказать еду – прямо с экрана внутри своей машины.

Идея концепции принадлежит Илону Маску, и еще несколько лет назад он упоминал о планах построить ретро-дайнер – стильный ресторан, оформленный в духе Америки 1950-60-х годов с кинотеатром на зарядной станции Supercharger. Теперь эти планы реализовываются в Лос-Анджелесе, в районе Голливуд, Tesla строит первый такой Hollywood Diner + Drive-In.

Строительство Hollywood Diner началось осенью 2023 года и в настоящее время находится на завершающем этапе. Локация будет иметь двухэтажное здание с панорамной крышей-террасой, 30–34 зарядные станции (включая Superchargers) и два экрана размером около 14 на 7 метров. Всё это оформлено в ретро-стиле 50-х годов.

За гастрономическую концепцию отвечает Эрик Гринспен – шеф-повар из Лос-Анджелеса, известный своими ghost-кухнями и ресторанными проектами. В меню – классический американский фастфуд: бургеры, молочные коктейли, куриные крылышки, хот-доги и многое другое.

Это пример того, как Tesla не просто производит электромобили, а развивает целую экосистему мобильности и досуга, объединяя физическую инфра-





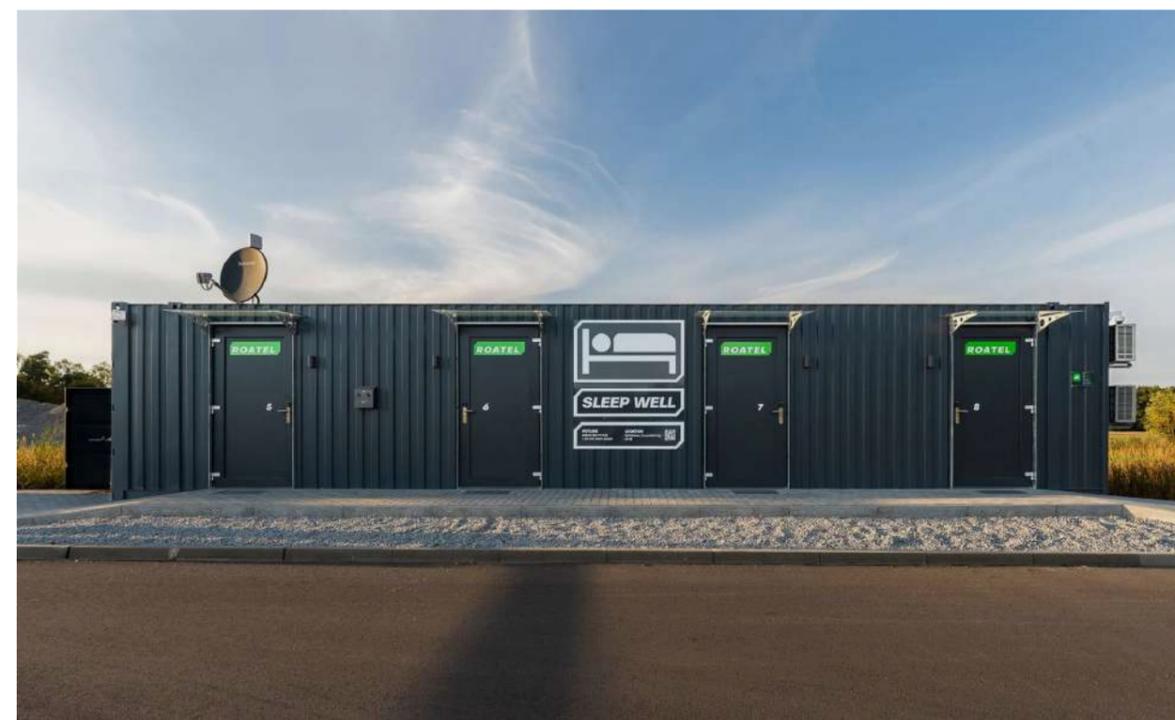
структуру (рестораны, кинотеатры, зарядки) с цифровыми возможностями автомобилей.

Это расширяет понятие «мобильной платформы» и показывает, как будущее транспорта может включать в себя не только передвижение, но и новые формы развлечений и сервиса прямо из автомобиля.

superstation.pro

В Германии строят придорожные гостиницы за счёт частных инвесторов

Речь идёт о сети компактных модульных гостиниц Roatel.



Изначально запущенный как решение для ночлега водителей-дальнобойщиков, проект за несколько лет расширился до бизнес-аудитории, самостоятельных путешественников и рабочих бригад. Всё автоматизировано, без персонала, вход – по коду.

Но главное – модель масштабирования. Компания продаёт акции через платформу CONDA Capital. Любой желающий может приобрести долю – от 10 евро за акцию; кто хочет – вкладывает больше. Это не краудфандинг в классическом смысле, а полноценное акционерное участие. В первом квартале 2025 года через платформу было привлечено около 726 тысяч евро от частных инвесторов. Дополнительно действующие акционеры внесли 3,5 млн евро напрямую. Сейчас продолжается сбор средств на открытие 12 новых локаций в 2025 году.

По плану, компания выйдет на самоокупаемость в 2027 году, когда сеть вырастет до 50 работающих объектов (сейчас – 29). То есть к этому моменту должна пойти чистая прибыль. Убыток за 2024 год составил 1,88 млн евро, но он связан не с операционной деятельностью, а с разовыми расходами на юридическую и структурную перестройку компании под формат холдинга. Загруженность объектов растёт: за первые месяцы 2025 года +17% к прошлому году.

Что получает инвестор? Долю в растущем бизнесе. Выходов два: либо продать на следующем этапе финансирования, либо дождаться выхода на биржу (если они доведут до IPO). Доходов в форме дивидендов пока не заявлено, это венчурная история – заработать можно будет только при росте стоимости доли.

Привилегии при инвестировании: 5000 € – 20% скидка на 10 ночей; при 10000 € – 20% скидка на 20 ночей. При инвестировании 20000 € – приглашение на экскурсию по заводу в Лённингене со встречей с руководством компании и другими инвесторами.

Отдельно стоит отметить, что сами отели построены на принципах устойчивости – вторично используемые контейнеры, солнечные панели, энергосистема, управляемая ИИ.

Планируется, что внедрение второй производственной линии должно сократить себестоимость одного блока на 30%. Также прорабатывается возможность расширения уже действующих точек за счёт установки вторых контейнеров.



Учитывая, что в Германии по-прежнему острый дефицит мест для полноценного отдыха на автобанах – особенно для тех, кто не может ехать вглубь городов – ниша выглядит жизнеспособной. И, возможно, это гораздо более универсальный формат, чем может показаться на первый взгляд.

superstation.pro

По Башкирии и Хакасии проложили новые уникальные автомаршруты

«Роснефть» представила туристам еще несколько возможностей лучше узнать достопримечательности республик.

Представители компании «Роснефть» совместно с властями Башкирии и Хакасии накануне представили два новых автомаршрута, проехав по которым, путешественники смогут увидеть знаковые и наиболее живописные достопримечательности двух регионов. Крупнейшая нефтяная компания РФ, у которой есть заправки в 62 субъектах Федерации, в сотрудничестве с российскими регионами уже разработала множество маршрутов специально для автотуристов. Они проложены с опорой на заправочную сеть «Роснефти» и ее дочерних компаний – это позволяет автопутешественникам изучать страну безопасно и с комфортом.

Кольцевой автомобильный маршрут «Павловская кругосветка», представленный в Уфе, проложен по наиболее живописным местам Башкирии в предгорьях Южного Урала. Его протяженность 350 км – путешественники могут как посетить исторические и культурные достопримечательности республики, так и получить удовольствие от созерцания ее живописных природных ландшафтов.

Например, двигаясь по этому маршруту, автотуристы посетят Успенский Свято-Георгиевский мужской монастырь. Он основан на месте женской обители, заложенной в 1901 году. В стенах монастыря размещаются кельи послушников, рядом расположены святой источник и купель, работает собственная пекарня, есть пасека. Главный собор монастыря – Успенский – построен в византийском стиле.

Также во время этой поездки можно увидеть природный памятник – Красные скалы. Этот каменный массив красной окраски формирует один из берегов крупнейшего в республике Павловского водохранилища. Туристы также увидят Красный ключ – самый большой природный родник в России и один из самых крупных в мире. Источник бьет с глубины 40 м в карстовом озере. Вода ярко-бирюзового цвета не замерзает даже зимой.

Также путешественники смогут посетить живописное озеро Сарва, которое в 1965 году было включено в охранный список геологических памятников природы Башкирии. В его воде содержится много минералов, и она насыщена ионами серебра, при этом очень прозрачная – озеро просматривается до 12-метровой глубины.

На маршруте «Павловская кругосветка» расположены более 20 автозаправочных станций (АЗС) «Башнефти», входящих в розничную сеть «Роснефти». Там автотуристы могут залить в бак своей машины топливо гарантированного качества, вкусно поесть и отдохнуть в кафе, а также купить нужные в пути товары.



Как ранее сообщала «Независимая газета» (см. «НГ» от 30.09.24), «Роснефть» уже представляла свои туристические проекты в Башкирии. Первый маршрут «Сила природы» соединил республику с Оренбургской областью. За несколько дней поездки по нему автотуристы смогут увидеть соленые и минеральные источники, медеплавильный завод, остатки рифов древнего океана – шиханы, природные красоты заповедника и рисунки первобытных людей. А к годовщине Великой Победы был представлен специальный проект «Маршруты Победы», объединивший памятные места республики, связанные с Великой Отечественной войной. На автозаправках «Башнефти», находящиеся рядом с памятниками, музеями и другими объектами, связанными с войной 1941–1945 годов, были размещены информационные стенды и плакаты. Для того чтобы доехать до заинтересовавшего его памятного места, туристу достаточно было навести камеру смартфона на имеющийся на плакате QR-код, и навигатор строил маршрут от заправочной станции до достопримечательности.

Дороги времени проведут по Хакасии

А накануне «Роснефть» и Туристский информационный центр Хакасии презентовали публике совместный проект «Дорогами времени». Он объединяет три маршрута для автомобильных путешественников по наиболее живописным местам региона. Проект был представлен на АЗС «Роснефти» в Абакане, где волонтеры и представители Туристского информационного центра организовали тематическую викторину, участники которой смогли получить памятные призы.

Три хакасских маршрута начинаются в Абакане. Проехав по ним, путешественники могут посетить главные достопримечательности республики, при этом при необходимости останавливаясь на заправках «Роснефти». Для всех маршрутов созданы подробные аудиогиды, которые выложены на сайте Туристского информационного центра Хакасии.

Первый маршрут – летний, он называется «Ширинский край – озерный рай». Следуя по нему, путешественники увидят множество живописных озер, которыми знаменита Хакасия. В их теплой воде можно купаться летом. Маршрут пролегает рядом с большим числом достопримечательностей, среди которых горы Сундуки, маршрут «Тропа предков», Тумский провал, памятник природы «Каменный лес».

Протяженность первого маршрута от Абакана составляет 200 км в одну сторону, проехать этот путь можно как за 8 часов, так и за 3 дня – если останавливаться у многих достопримечательностей. Аудиогид расскажет слушателям об истории древних кочевых государств Хакасии, о золоте курганов и затопленных деревнях, о заповедных территориях и подземных дворцах-пещерах, об академиках-первопроходцах, а также о том, где можно отдохнуть на берегах Красноярского водохранилища.

Поездка по маршруту «Степное сердце Хакасии» позволит путешественникам посетить Аскизский район, погрузившись в национальный колорит республики. Маршрут проложен через разные природные зоны Хакасии: туристы посетят речные долины Абакана и степи, увидят множество памятников истории и культуры Хакасии и музеев. Трасса пролегает через луговые предгорья Саян и по горным серпантинам приводит в город Абаза, объединяющий три культуры: хакасскую, казачью и русско-сибирскую.

Протяженность этого маршрута от Абакана составляет 250 км в одну сторону. Поездка может занять от 10 часов до 3 дней.

Третий маршрут – всесезонный. Он называется «К могучей ГЭС на Енисее». Проехав по нему, туристы смогут узнать о том, как строился Абакан, услышат хакасские легенды, получат сведения о природных богатствах Енисея и Саянских гор, а затем посетят грандиозную Саяно-Шушенскую гидроэлектростанцию. Это, напомним, самая высокая и мощная ГЭС в России. Часть маршрута пролегает по Кобальской степи, часть – по долине Енисея. По дороге можно будет попробовать блюда сибирской кухни, например, отведать енисейскую форель, заняться активным отдыхом и переночевать в современных гостиницах. Протяженность маршрута – 135 км в одну сторону. Путешественники могут проехать его как за 6 часов, так и за 2 дня.

Напомним, «Роснефть» подписала меморандумы соглашения о сотрудничестве в области развития внутреннего туризма более чем с 15 регионами РФ. Компания в течение года планирует разработать и представить автотуристам новые проекты в Урало-Поволжье, которые помогут развитию внутреннего туризма и позволят популяризировать истори-



ческие, культурные и природные памятники в регионах России. Ранее «Роснефть» также презентовала интересные туристические маршруты, проложенные через инфраструктуру своих автозаправочных станций в Тульской, Воронежской, Архангельской, Ульяновской и Смоленской областях.

А в 2023 году «Роснефть» запустила специальную информационно-сервисную платформу «Горизонты России: Поехали с нами!». Она помогает путешественникам самостоятельно спланировать путешествие по интересным местам, используя инфраструктуру придорожных сервисов и автозаправок «Роснефти». Сейчас туристы могут пользоваться 14 разработанными маршрутами регионального и федерального масштабов. Например, недавно на масштабном музыкальном фестивале «Баржа Live», состоявшемся в Ульяновском речном порту, гостям были представлены туристические маршруты по Ульяновской области. Они называются «Берег историй», «Горы и степи», «Долина Волжского моря» и «Живописный край» и размещены на платформе «Горизонты России». Проехав по этим маршрутам, туристы смогут посетить геопарк «Ундория» и национальный парк «Сенгилеевские горы», увидеть просторы Волги, побывать на малой родине живописца Аркадия Пластова и совершить восхождение на Никольскую гору, а также побывать в музее знаменитого художника ювелирной фирмы Фаберже Василия Зуева.

ng.ru

ЛУКОЙЛ запустил бесконтактную оплату топлива через мобильное приложение

Для оплаты достаточно отсканировать QR-код из мобильного приложения или Apple Watch.



ЛУКОЙЛ запустил новый сервис LUKPAY, позволяющий оплачивать топливо и товары на АЗС без использования карт или наличных. Для оплаты достаточно отсканировать QR-код из мобильного приложения или Apple Watch. Сервис доступен для пользователей iOS, Android и HarmonyOS.

Оплата на АЗС с помощью QR-кода и смартфона ЛУКОЙЛ представил инновационный сервис LUKPAY, предназначенный для быстрой и удобной оплаты топлива и товаров на АЗС без необходимости использования банковских карт или наличных средств. Автомобилистам достаточно предъявить QR-код из мобильного приложения или Apple Watch на кассе.

Сервис обеспечивает высокий уровень удобства: пользователи могут привязать банковскую карту к приложению, после чего физическое наличие карты не требуется. Оплата, начисление и списание баллов происходит мгновенно после сканирования QR-кода. Безопасность транзакций гарантируется тем, что данные карты хранятся только на устройстве пользователя, а для использования на другом смартфоне потребуется повторная привязка.

LUKPAY поддерживается на смартфонах с iOS, Android и HarmonyOS (Huawei), а также на часах Apple Watch. В настоящее время сервис доступен на кассах АЗС, а в ближайшее время его планируется внедрить на автоматических заправках и терминалах самообслуживания.

Для подключения сервиса пользователю необходимо сохранить данные банковской карты в мобильном приложении в разделе «Настройки» – «Способы оплаты». После добавления карты, можно активировать функцию «Быстрая оплата по QR-коду». Управление функцией осуществляется в настройках или через экран QR-кода карты лояльности, где её можно временно отключить, если требуется оплата обычным способом.

Для владельцев Apple Watch предусмотрена возможность оплаты через приложение «АЗС ЛУКОЙЛ» на часах. После подключения LUKPAY на смартфоне пользователь может сканировать QR-код непосредственно с часов, что делает процесс ещё более удобным.

LUKNEWS – промокод на 300 баллов для новых клиентов. Как получить:

1. Нужно установить мобильное приложение «АЗС ЛУКОЙЛ» и создать виртуальную карту программы лояльности.
2. До 31 августа 2025 года активировать промокод LUKNEWS в разделе «Промокоды» мобильного приложения.
3. До 30 сентября 2025 года заправиться или совершить покупку в магазине или кафе на АЗС «ЛУКОЙЛ» на сумму от 1 500 рублей с картой лояльности.
4. 300 баллов будут начислены в течение 14 дней после совершения заправки/совершения покупки.

snews.ru

McDonald's внедряет солнечные карпорты в Великобритании и Ирландии

Они также ставят перед собой и своими партнёрами задачу – развиваться более устойчиво.





По мере того, как McDonald's планирует расширение сети в течение следующих четырёх лет в Великобритании и Республике Ирландия, они также ставят перед собой и своими партнёрами задачу – развиваться более устойчиво.

Их ресторан в Чирке предоставил уникальную возможность: большая, уже существующая парковка на 60 машиномест с хорошей инсоляцией. Её решили превратить в пилотный проект, чтобы изучить, как использование солнечной энергии может повлиять на работу объекта.



Для этого парковку оборудовали карпортами, вмещающими более 200 солнечных панелей. Ожидается, что это снизит потребление энергии примерно на 20%.

Этот тест покажет целесообразность внедрения такой системы по всей стране и за её пределами.

Помимо очевидного снижения затрат на электроэнергию, это ещё и важный шаг к устойчивому развитию и формированию более «зелёного» имиджа. Среди дополнительных плюсов: рациональное использование пространства участка, а также комфорт для клиентов – теперь их машины меньше нагреваются на солнце и защищены от дождя, что значительно улучшает клиентский опыт.

superstation.pro



vds.group



telegram