

vds

Новости топливного ритейла

Итоги августа – сентября 2025



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

В этом выпуске мы расскажем о форматах автозаправочных станций завтрашнего дня – многофункциональных трассовых комплексах и компактных мини-АЗС.

Индустрия топливного ритейла стремительно развивается, адаптируясь к современным требованиям потребителей и меняющимся условиям рынка. Уже скоро привычные нам заправочные станции станут частью обширных зон комфортного обслуживания водителей и пассажиров.

Многофункциональные зоны дорожного сервиса (МФЗ)

Современные комплексы, расположенные вдоль крупных магистралей и федеральных трасс, объединяют заправочную инфраструктуру с зонами отдыха, торговли и досуга. Для гостей доступен полный спектр услуг, начиная от качественного топлива и заканчивая удобствами, позволяющими комфортно провести время вне дома. Здесь можно насладиться вкусной едой, воспользоваться услугами автомойки и шиномонтажа, зарядить электромобиль и даже отдохнуть в уютном отеле. МФЗ становятся настоящим центром притяжения автомобилистов, предлагая высокий уровень комфорта и удобства.

Компактные городские мини-АЗС

Условия мегаполисов ограничивают пространство и повышают требования экологичности. Эффективное решение – формат небольших, удобных и энергоэффективных городских мини-АЗС. Такие автозаправочные станции удивляют

своей способностью сочетать функциональность и комфорт в рамках ограниченного пространства. Несмотря на параметры, современные мини-АЗС оснащены необходимым набором опций и сервисов, что обеспечивает быстрый и удобный доступ к качественным услугам. Всё продуманно до мелочей: автоматизированные системы оплаты, высокотехнологичные колонки с различными видами топлива, возможности быстрой зарядки электромобилей и места для краткосрочного отдыха водителей. Выверенные архитектурные решения делают подобные объекты гармоничной частью городского ландшафта, подчёркивая важность эффективного использования каждого квадратного метра.

Автозаправочная отрасль вступает в новую эру, где ключевым фактором успеха становится способность операторов соблюдать баланс между двумя подходами: большие придорожные комплексы останутся востребованными на магистральных направлениях, удовлетворяя потребности туристов и перевозчиков, а компактные, автоматизированные и экологичные мини-АЗС займут прочные позиции в жилой застройке. Стратегия, основанная на сочетании активной адаптации к изменениям, технологического прогресса и соблюдения высоких стандартов экологической ответственности, позволит сформировать надёжную основу для уверенного продвижения и завоевания доверия целевой аудитории.

Содержание

01 Аналитика топливно-энергетического комплекса

- 06 Сергей Цивилев: Россия будет готова к экспорту нефтегазовых технологий
- 09 Почему буксует программа перевода транспорта на газомоторное топливо
- 12 Аналитики прогнозируют рост нетопливного бизнеса на АЗС
- 14 Главу Еврокомиссии попросили отменить план запрета на продажи авто с ДВС
- 16 Минэнерго поручено следить за балансом цен на АЗС

02 Развитие и переформатирование розничной сети АЗС

- 18 Лукойл расширяет сеть флагманских АЗС на трассе «Дон»
- 20 «Вкусно – и точка» открыла первый после ребрендинга ресторан на АЗС ВТК в Воронеже: репортаж «Абирега» с места событий
- 22 Почтоматы увеличат посещаемость британских АЗС
- 24 «Газпром нефть» планирует расширить сеть АЗС до 1 650 станций к концу 2027 года
- 26 Уралцы облюбовали новую сеть АЗС в Екатеринбурге и рядом с ним

03 Инновации через дизайн

- 28 Открытие первого мотеля Keruen Inn в Казахстане
- 30 Деловая поездка по успешному развитию АЗС
- 32 Как меняется визуальная идентичность брендов в 2025 году
- 36 Shanghai Roastery
- 38 Qazaq Oil открыл свой первый придорожный мотель

04 Инновации топливно-энергетического комплекса

- 40 Как ORLEN превращает кассы на АЗС в зону максимальных продаж
- 42 В Германии строят придорожные гостиницы за счёт частных инвесторов
- 45 ORLEN открывает свой первый автономный магазин Smart Container в Берлине
- 47 Вертикальное озеленение как приём в архитектуре трассового комплекса Welcome Break
- 49 Влияние открытых зон отдыха на продажи трассовых комплексов

Сергей Цивилев: Россия будет готова к экспорту нефтегазовых технологий

Министр энергетики РФ
в интервью ИнфоТЭК
рассказал о национальных
целях на пути
к технологическому
суверенитету.

Технологический суверенитет – национальная цель, приоритетная не только для энергетики, но и для российской экономики в целом. Российская промышленность, несмотря на санкционные вызовы и макроэкономическую ситуацию в России, расширяет производственные мощности, осваивает новые технологии и выпуск критически важного оборудования. Для ускорения этого процесса разрабатываются новые национальные проекты, ставятся амбициозные цели. Например, доля отечественного оборудования в российском ТЭК к 2030 году должна вырасти до 90 %, а в долгосрочной перспективе Россия может начать экспорт нефтегазовых технологий. О работе Минэнерго по достижению этих целей и «болевых» точках на пути к технологическому суверенитету в интервью отраслевому portalу ИнфоТЭК рассказал министр энергетики РФ Сергей Цивилев.

В России недавно приняты два национальных проекта, которые тесно связаны с энергетикой. Какие задачи и проблемные вопросы они решают? Какие системные решения готово Минэнерго предложить и какие направления станут приоритетными?

Задачи импортозамещения легли в основу национального проекта "Новые атомные и энергетические технологии", поскольку его главной целью является обеспечение мирового лидерства России в атомной сфере и технологического суверенитета в новых энергетических отраслях.

В части новых атомных технологий проект предполагает развитие технологий замкнутого цикла, строительство ядерных энергоблоков нового поколения большой и средней мощности, тиражирование линейки наземных АЭС малой мощности, создание экспериментально-стендовой базы для технологий двухкомпонентной атомной энергетики, разработки в области термоядерного синтеза и т.д.

В результате, к 2030 году степень технологической независимости России в области новейших ядерных разработок должна достигнуть не менее 67 %. Это, в свою очередь, позволит расширить присутствие России на международном рынке атомных и смежных технологий с 62 стран в 2024 г до 75 стран к 2030 году.

Одновременно на внутреннем рынке будет проводиться работа по расширению использования ядерной энергетики и обеспечению доли АЭС в энергобалансе страны в размере не менее 25 % к 2045 году.

В части «новых энергетических технологий» целью нацпроекта является повышение доли отечественного оборудования в российском ТЭК до 90 % и увеличение оборота его производства до 2,719 трлн рублей к 2030 году.

Основными направлениями здесь станут разработка оборудования для производства систем накопления энергии, в том числе литийионных и постлитиевых, строительство парогазовых турбин большой и средней мощности, а также ремонтных комплектов для иностранных турбин, внедрение технологий постоянного тока, включая сети высокого напряжения, производство оборудования для ветровой и солнечной генерации; разработка технологий СПГ, бурового, нефтегазохимического и нефтеперерабатывающего оборудования.

С началом широкомасштабного импортозамещения среди наиболее серьезных проблем назывались отсутствие российских катализаторов в нефтехимии, нехватка современных геологоразведочных комплексов и отсутствие технологий производства крупнотоннажного СПГ. Удалось ли сейчас решить эти проблемы?

В рамках работы Минэнерго России нефтегазовом секторе удалось добиться значительного прогресса в локализации оборудования для добычи и транспортировки углеводородов, включая насосно-компрессорные трубы, элементы систем автоматизации и отдельные виды буровых установок.

В нефтепереработке и нефтехимии по некоторым катализаторам удалось наладить собственное производство, однако определенная зависимость от зарубежных технологий в ряде процессов, особенно в глубокой переработке нефти, сохраняется.

В сфере СПГ-технологий Россия развивает собственное производство турбин и теплообменного оборудования, но ключевые технологии сжижения, особенно для арктических проектов, пока требуют адаптации и дальнейшей локализации.

Надо сказать, что по этим направлениям большое внимание уделяется развитию взаимоотношений между госкомпаниями и частным сектором, а также ускоренному внедрению отечественных разработок через механизмы закупок. Тем не менее, для полного решения проблем, особенно в области высокотехнологичных катализаторов и сложного оборудования, потребуется время и дополнительные инвестиции в научно-производственную базу.

То есть пока нельзя сказать, что Россия готова создать свой собственный, отечественный СПГ-завод полного технологического цикла?

Я бы не стал так категорично утверждать. Сейчас Россия уже имеет значительные успехи в создании собственных технологий и оборудования для строительства заводов СПГ, нефтеперерабатывающих заводов и нефтехимических комплексов.

В сегменте СПГ Россия занимает третье место в мире с объемом производства около 33 млн тонн в год. Ключевыми проектами являются «Ямал СПГ» (17,4 млн тонн) и «Арктик СПГ-2» (19,8 млн тонн), где уже применяются российские технологии.

Нарастив компетенции в части освоения критического оборудования для производства СПГ, а также реализовав ключевые крупнотоннажные проекты по производству СПГ (проект в Усть-Луге, Обский СПГ, Мурманский СПГ, Арктик СПГ-1), наша страна сможет обеспечить необходимый объем производства СПГ, как указано в Энергетической стратегии России на период до 2050 года.

Анализируя все выше сказанное, не могли бы вы дать прогноз, когда же Россия перейдет от экспорта сырья к экспорту технологий? Какие технологии наиболее интересны дружественным странам?

В долгосрочной перспективе развитие отечественных технологий в нефтегазовой отрасли может стать новым направлением экспорта, дополняющим традиционные поставки нефти и газа. Но это во многом зависит от успехов в импортозамещении и способности предложить конкурентоспособные решения. Наиболее вероятными направлениями для экспорта технологий станут страны БРИКС, Ближнего Востока и Африки, где сочетание доступной цены и достаточной эффективности может оказаться решающим фактором.

Однако для полноценного выхода на международные рынки России необходимо не только развивать собственные технологии, но и создавать систему их продвижения и сервисной поддержки за рубежом. Кроме того, нам нужно говорить на одном технологическом языке — это значит необходимо с иностранными партнерами переходить на единые стандарты оборудования и технологий, чем мы активно занимаемся вместе с «Институтом нефтегазовых технологических инициатив» (ИНТИ).



Может ли Россия стать главным промышленным экспортером для стран Африки?

Для дружественных стран Африки Россия может стать стратегическим партнером, который предлагает принципиально новый подход к взаимодействию. Мы не мыслим о захвате рынков сбыта, мы предлагаем комплексную поддержку в развитии социальной, экономической, научно-технологической сфер и взаимовыгодное партнерство в реализации совместных инвестиционных проектов.

Наибольших успехов в этом направлении уже достиг «Росатом». В портфеле компании заказы на строительство 39 энергоблоков в 10 странах мира. Флагманские энергоблоки с реакторами ВВЭР-1200 сейчас строятся в Бангладеш, Венгрии, Египте, Турции, Китае. Две крупнейших атомных стройки «Росатома» сегодня — это турецкая АЭС «Аккую» и АЭС «Эль-Дабаа» в Египте.

itek.ru

Почему буксует программа перевода транспорта на газомоторное топливо

На бензин и дизель по-прежнему приходится свыше 90% рынка.

На конец 2024 года загрузка автомобильных газовых заправочных станций сети «Газпром газомоторное топливо» составляла 26 % от проектной производительности. За первое полугодие 2025 года произошло снижение менее чем на 1%. Об этом сообщили в пресс-службе компании.

Речь идет о автомобильных газовых накопительных компрессорных станциях (АГНКС), где заправляют сжатым газом (метаном), который чаще называют компримированный природный газ (КПГ). КПГ в основном используют для грузовых машин, автобусов и спецтехники, хотя применяется эта технология и в легковом транспорте.

Стоит отметить, что «Газпром газомоторное топливо» имеет долю реализации на рынке газомоторного топлива – свыше 60 %. То есть охватывает более половины отечественного рынка.

Эксперты считают, что загруженность АГНКС компании, это «средняя температура по больнице», в некоторых регионах он выше, а в некоторых – ниже.

Как замечает зампред Комитета Госдумы по энергетике Юрий Станкевич, в ряде субъектов в 2024 году динамика устойчиво росла, например, в Астраханской, Воронежской, Ленинградской, Сахалинской областях, Хабаровском крае. Но для дальнейшего развития рынка газомоторного топлива (ГМТ) среднюю загрузку АГНКС необходимо увеличивать не менее чем до 50 %.

Программа поддержки перевода транспорта на ГМТ работает с 2013 года. По словам Станкевича, принятые меры придали импульс рынку, хотя их возможности сдерживались и бюджетными ограничениями. С 2018 года объем использования КПГ вырос вдвое.

Среди наиболее заметных решений Станкевич отметил: субсидирование развития заправочной инфраструктуры КПГ (более 11 млрд рублей в 2021–2024 году), субсидирование приобретения газомоторной техники, а также переоборудования автотехники в газомоторное исполнение.

Сейчас в Правительстве происходит обсуждение «Концепции развития рынка газомоторного топлива в РФ на период до 2035 года». В ней есть данные, что, по предварительной оценке, в 2024 году в стране было 344,6 тыс. единиц транспортной и специальной техники на метане, которые потребили 2,21 млрд кубометров природного газа. К 2030 году в базовом сценарии показатели должны вырасти до 682,2 тыс. единиц техники и 4,16 млрд кубометров газа. Для

сравнения, по данным Автостата сейчас в России 62 млн различных транспортных средств.

Генеральный директор компании ОМТ-Консалт Денис Коньков отмечает, что в 2024 году доля реализации КПГ среди всех видов моторного топлива в России составляет около 2 %. На бензин и дизельное топливо по-прежнему приходится свыше 90 % рынка. Эта структура остается стабильной уже на протяжении 10–20 лет, и изменения в ней носят минимальный характер – в пределах нескольких процентов, отмечает Коньков.

За 12 лет действия программы перехода на ГМТ так и не сделала этот вид топлива по-настоящему распространенным. «Шаг вперед – два назад» – наиболее точная характеристика проводимой в течении последних 5–7 лет политики расширения применения ГМТ в России, считает Станкевич. При огромном потенциале, появившейся в последние годы дополнительной мотивации у производителей газа доля ГМТ остается очень незначительной, кратно уступая бензину и дизелю, отмечает он.

Дополнительная мотивация появилась у «Газпрома» после семикратного падения объемов экспорта газа в Европу. Казалось бы, самое время сделать газ для транспорта более доступным, но он, наоборот, подорожал.

Как уточняет Коньков, с 2018 года КПГ подорожал на 72 %. Причем он не торгуется на бирже, фактически, это установленные государством цены. Для сравнения, около 7,5 % российского рынка приходится на транспорт на сжиженном углеводородном газе (СУГ) или, проще говоря, пропан-бутан, переход на который не субсидируется государством. СУГ за тот же период подорожал всего на 27 %, а это продукт абсолютно рыночный, цена формируется на биржевых торгах.

Эксперт отмечает, что даже с учетом реализации государственных программ рост КПГ оказался скромнее, чем ожидалось. Согласно прежним целевым ориентирам, объем реализации КПГ должен был достичь 2,44 млрд кубометров в 2024 году, но по факту выполнено лишь около 78 % плана. Это все равно неплохой результат, но он не дотягивает до потенциала, особенно с учетом вложенных усилий. В то же время, сжиженный природный газ (СПГ) опережает планы более чем на 30 %, а также делает это в более короткие сроки, чем КПГ. Это дает основания задуматься о корректировке фокуса господдержки.

Часто причиной торможения роста транспорта на ГМТ называют плохо развитую заправочную инфраструктуру. Но эксперты с этим не согласны. Станкевич считает, что нехватка заправочных станций – далеко не единственная проблема, тормозящая поступательную динамику. Среди других очевидных факторов: предубеждения и устаревшие стереотипы потребителей, более высокая цена техники, высокие стартовые затраты на оснащение сервисных центров и модернизацию инфраструктуры под требования работы с ГМТ и отсутствие вторичного рынка газомоторной техники. Автопроизводители сегодня не предлагают модельный ряд автомобилей, стоимость и технические характеристики которых побуждали бы потенциального покупателя делать однозначный выбор в пользу ГМТ в сравнении с аналогами. Это очень хорошо видно на примере коммерческого транспорта, который мог бы оттянуть на себя значительную долю рынка.

Чтобы этот сегмент был окупаем, нужно использовать ГМТ на больших расстояниях. Для этого требуются сквозные транспортные коридоры, оборудованные необходимым количеством соответствующих заправок, поясняет Станкевич.

По мнению зампреда наблюдательного совета ассоциации «Надежный партнер», члена экспертного совета конкурса «АЗС России» Дмитрия Гусева, программа перехода на ГМТ в России не сработала. Представители крупных компаний говорят о недостатке инфраструктуры, потребители говорят, что есть проблемы с двигателями, есть проблемы с техникой, начиная от ее стоимости, заканчивая ценой ее обслуживания в целом. Если объединить все, то проблемы с ростом транспортных средств на КПГ и выбором газа как топлива связаны с отсутствием не просто четкой, а какой-либо стратегии развития транспорта. Стратегия важна, наверное, в большей степени не потребителю, а производителям, чтобы знать в какую сторону развиваться, какую инфраструктуру строить, в какие производства вкладываться. У нас же Санкт-Петербург закупает автобусы на метане, а Москва – электробусы. Чем мотивирован этот выбор, никто не знает.

Много говорится о том, что нам нужно переводить на газ флот и тепловозы. Но опять же, не решается вопрос с производством соответствующих двигателей для этих транспортных средств. В результате прирост транспортных средств на ГМТ за 10 лет – мягко говоря, слабый в масштабах нашей страны. Потребители голосуют рублем, за ту технику, которая выгодна им, считает Гусев.

С другой стороны, в «Газпром газомоторное топливо» в розничной сети компании сейчас 534 заправки. Существующая загрузка АГНКС позволяет регионам России продолжать наращивание закупок транспорта на газомоторном топливе, а жителям страны переводить транспорт на метан, сохраняя уверенность в том, что созданной мощности сети АГНКС достаточно на заправку еще не менее полумиллиона машин.

В 2025 году установлен приоритет поставки общественного пассажирского транспорта общего пользования на природном газе в регионы страны в рамках национального проекта «Инфраструктура для жизни». Также установлена преимущественная закупка государственными и муниципальными заказчиками автотранспортной техники, работающей на газомоторном топливе (и электрических автомобилей) вместо автотранспортных средств на традиционных видах топлива (бензин и дизельное топливо), сообщили в «Газпром газомоторное топливо».

Среди последних достижений в компании отметили, что в 2025 году «Почта России», «Русагро», «Новосталь-М» обновляют транспортные парки, заменяя бензиновые или дизельные машины на газомоторные. Также компания разработала и предложила новый инструмент для покупки транспорта на метане совместно с платформой ГБО РФ, включая приобретение его в лизинг. Перспективным проектом развития стала возможность продажи топлива с использованием передвижных газовых заправщиков (ПАГЗ). За первое полугодие было реализовано три проекта по установке ПАГЗ в Сахалинской области, Камчатском крае, Краснодарском крае. В проработке находятся не менее 20 проектов по всей стране.

rg.ru

Аналитики прогнозируют рост нетопливного бизнеса на АЗС

Этому способствует высокий спрос на кофе, низкая рентабельность продаж бензина и строительство платных трасс.



Количество автозаправочных станций в России в 2025 году достигло 29 тысяч. Более 90 % из них имеют магазины с сопутствующими товарами или хотя бы кофемашину. При этом, по данным Infoline, у лидеров рынка доля нетопливных продаж достигла 20–25 %. Об этом пишет портал DairyNews.ru.

За последние годы АЗС стали полноценными участниками рынков ритейла и общественного питания. Ассортимент на автозаправочных комплексах становится все шире. Сегодня на них можно купить напитки, готовую еду, закуски. Здесь продают аксессуары и расходники для автомобилей.

В городах крупные АЗС уже становятся конкурентами магазинов у дома во многом благодаря тому, что работают круглосуточно. Те заправки, которые не предлагают дополнительные товары и сервисы, сильно проигрывают своим ближайшим конкурентам.

Самым продаваемым продуктом в категории еды и напитков на АЗС является кофе — на него приходится 61 % продаж. По оценкам Infoline, совокупные продажи кофе на АЗС сегодня превышают 150 млрд руб. Благодаря высокому спросу автозаправочные комплексы работают почти как кофейни: расширяют линейки вкусов, добавляют сезонные напитки, акции и т. п.

На втором месте по популярности и количеству продаж на АЗС находится выпечка — 28 % транзакций. Далее расположились закуски (снеки), сэндвичи, чай, хот-доги.

Для реализации еды и напитков АЗС, как правило, привлекают партнерские организации, но все чаще начинают развивать собственные торговые марки. Так, «Газпромнефть» с 2022 года развивает свои кафе Drive Café и бренд G-Drive. На начало 2025 года у компании насчитывалось 1549 автозаправочных станций. Кофемашины установлены на 1300 сервисных АЗС.

В 2024 году сеть открыла шесть новых кафе и установила 24 вендинговых аппарата в туристических локациях. Также «Газпромнефть» запустила автокафе с окном выдачи. По итогам 2024 года Drive Café продали 40,4 млн чашек кофе (рост на 500 тыс. ед. к предыдущему году).

По данным «Газпромнефти», в 2024 году доля продаж товаров под собственным брендом G-Drive в несетевом нетопливном сегменте достигла 38 %.

ЛУКОЙЛ также развивает кафе под собственным брендом LukCafe. На начало 2025 года сеть насчитывала 2880 АЗС. За 2024 год валовая прибыль от реализации нетопливных товаров и услуг на АЗС ЛУКОЙЛа выросла на 18 %.

При этом динамика оборота всей сети АЗС «ЛУКОЙЛ» ниже, чем динамика продаж нетопливных товаров в два раза. В LukCafe есть круглосуточные завтраки, расширенная зона посадки для посетителей, система самообслуживания для заказа и оплаты блюд.

В тройку лидеров сетей АЗС, развивающих точки питания в России, входят «Газпром нефть», «Роснефть» и «Татнефть». Все три развиваются, в том числе, по модели франчайзинга. При этом условия франшиз предполагают ежемесячный роялти, процент с каждого проданного литра топлива, а также дополнительный роялти в виде процента с продажи нетопливных товаров.

«Татнефть» развивает сетевые кафе и рестораны быстрого обслуживания для АЗС под брендом GreenLight Café. Также гастрономический бизнес «Татнефти» получил развитие в виде фудтраков, которые позволили выходить за рамки сети АЗС. Передвижные фургончики удобны при организации питания на массовых мероприятиях.

По оценкам аналитиков, в ближайшем будущем рынок АЗС ждет консолидация. Крупные автозаправочные комплексы продолжают скупать независимых игроков. Количество магазинов на АЗС будет продолжать расти.

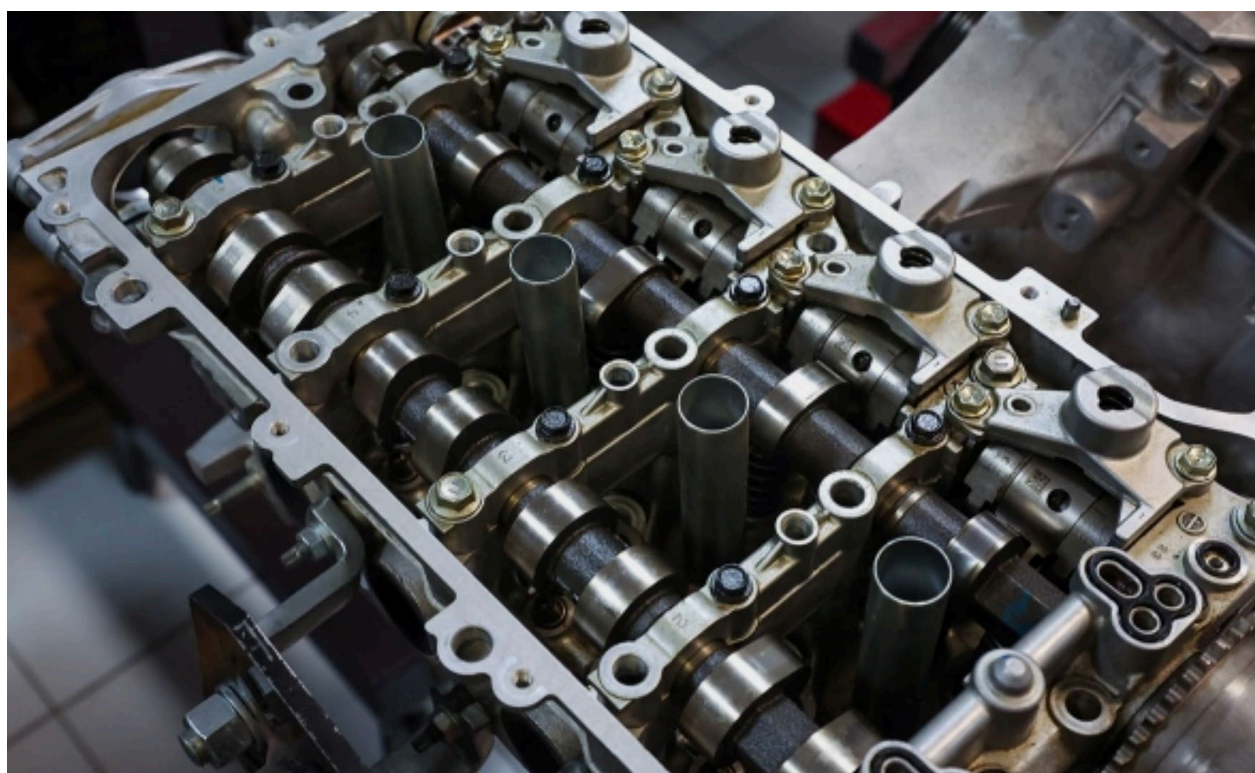
Отрасль сталкивается с низкой рентабельностью топливного сегмента, нестабильностью наценок. Также государство жестко регламентирует конечную стоимость топлива.

В этих условиях компании будут реконструировать автозаправочные станции для расширения торговых залов и ассортимента продуктов, прогнозируют эксперты. Строительство новых платных дорог будет стимулировать открытие новых заправок, которые будут запускаться сразу с магазинами и точками питания.

iadevon.ru

Главу Еврокомиссии попросили отменить план запрета на продажи авто с ДВС

Цели ЕС по запрету продаж автомобилей с ДВС в Евросоюзе больше не реалистичны.



Глава Mercedes-Benz и президент Европейской ассоциации автомобильных поставщиков обратились к Урсуле фон дер Ляйен с просьбой отменить план запрета продаж машин с двигателями внутреннего сгорания.

Цели Европейского союза по запрету продаж автомобилей с двигателями внутреннего сгорания (ДВС) в Евросоюзе больше не реалистичны. Об этом говорится в письме президента Европейской ассоциации производителей автомобилей (ACEA), главы Mercedes-Benz Олы Каллениуса и президента Европейской ассоциации автомобильных поставщиков (CLEPA) Маттиаса Цинка к председателю Еврокомиссии Урсуле фон дер Ляйен.

«В настоящее время ЕС регулирует поставки новых автомобилей производителями, но не в состоянии обеспечить условия для перехода. Европа сталкивается с почти полной зависимостью от Азии, — говорится в тексте письма. — От нас требуют преобразований со связанными за спиной руками».

В сообщении также подчеркивается, что электромобили будут лидировать на рынке, но также там должно быть место для гибридов, автомобилей с увеличенным радиусом действия и автомобилей с высокоэффективными двигателями внутреннего сгорания.

Авторы письма отметили, что штрафные санкции не будут способствовать переходному процессу. По их словам, достижение целевых показателей выбросов углекислого газа в автомобилях и микроавтобусах на 2030 и 2035 годы неосуществимо.

Цинк и Каллениус добавили, что также должно быть пересмотрено регулирование выбросов углекислого газа для большегрузных грузовиков и автобусов.

По данным Reuters, доля электромобилей на рынке новых машин в ЕС составляет около 15%, фургонов — около 9%.

В марте Bloomberg сообщал, что Еврокомиссия согласилась предоставить автопроизводителям дополнительное время для достижения целей по сокращению выбросов углекислого газа. Фон дер Ляйен заявила, что Евросоюз предоставит автопроизводителям трехлетнее окно для достижения целевых показателей, первоначально установленных на этот год, если они превзойдут их в следующих двух.

rbc.ru

Минэнерго поручено следить за балансом цен на АЗС

Запрет на экспорт бензина будет продлен.



Вице-премьер РФ Александр Новак по итогам совещания о ситуации на топливном рынке поручил Минэнерго отслеживать ситуацию на рынке нефтепродуктов для надежного обеспечения внутреннего рынка топливом и соблюдения баланса цен в розничном сегменте, сообщила пресс-служба правительства.

Минэкономразвития поручено проанализировать параметры, влияющие на формирование розничных цен на топливо.

На совещании обсуждалась ситуация на рынке нефтепродуктов в период повышенного летнего спроса, условия поставок и цены на топливо в отдельных регионах страны, вопросы соблюдения антимонопольного законодательства в части его розничной реализации, а также продажа топлива сельхозпроизводителям во время уборочной кампании.

«В настоящее время действует запрет на экспорт бензина для всех участников рынка, который будет продлен», – говорится в сообщении.

По информации Минэнерго, в результате увеличения объемов продаж и своевременной отгрузки топлива в регионах цены на бензин и дизельное топливо на Петербургской бирже снижаются последние два торговых дня. Производители соблюдают баланс поставок топлива на внутренний рынок в период повышенного спроса, подчеркивается в сообщении.

«Поставки сельхозпроизводителям на пике уборочной кампании идут в штатном режиме, все заявки аграриев удовлетворяются. ФАС возбудила несколько дел по нарушению антимонопольного законодательства по случаям завышения розничных цен на заправках в отдельных регионах», – отчиталось правительство.

Как сообщалось, в августе действует запрет на экспорт бензина для всех участников рынка, включая производителей. Ранее сообщалось, что Новак поддержал предложение Минэнерго продлить запрет и на сентябрь, но официального опубликования соответствующего постановления не было.

Источники «Интерфакса», комментируя итоги совещания заметили, что нефтяным компаниям было рекомендовано ускорить сроки проведения ремонтных работ на НПЗ и вывести на рынок имеющиеся резервы. Некоторые компании пообещали увеличить переработку. По словам одного из собеседников агентства, прогнозируется, что в сентябре производство бензинов должно превысить спрос на внутреннем рынке. Потенциальными источниками увеличения предложения на внутреннем рынке могут стать закупки из Белоруссии и увеличение переработки на Астраханском ГПЗ.

Один из источников добавил, что было отмечено, что пока не планируется запрещать экспорт бензинов после сентября, по словам другого – эта мера в принципе не считается особенно эффективной ввиду небольшого экспорта.

Также, говорят участники совещания, обсуждался вопрос маржинальности АЗС и влияния на нее повышенных акцизов.

interfax.ru

Лукойл расширяет сеть флагманских АЗС на трассе «Дон»

Два флагманских автозаправочных комплекса открыты на магистрали М-4 «Дон» в Тульской и Воронежской областях.



Выбранные локации — одни из наиболее востребованных для остановки во время путешествий на курорты Краснодарского края, особенно в период отпусков.

Флагманы ЛУКОЙЛа отличаются высокой пропускной способностью, в том числе за счет разделения легковых и грузовых потоков. На территории новых автозаправочных комплексов оборудована инфраструктура для пассажиров междугородних автобусов, есть детские игровые зоны и площадки выгула домашних животных. Площадь здания сервисного обслуживания составляет более тысячи квадратных метров. Концепция LukSafe предусматривает расширенное меню, ассортимент магазина более чем на 30 % превышает предложение на стандартных АЗС.

С открытием двух АЗС количество флагманов ЛУКОЙЛа увеличится до 7. Сегодня 5 таких автозапра-



вочных комплексов действуют на Ленинградском шоссе, трассах М-11 и М-12, а также в Краснодарском крае. До конца 2025 года запланирован ввод еще двух объектов: на М-11 и в Перми.

lukoil.ru

«Вкусно – и точка» открыла первый после ребрендинга ресторан на АЗС ВТК в Воронеже: репортаж «Абирега» с места событий

Это первая точка бренда,
открытая в городе после
смены названия.



В Северном районе Воронежа АЗС ВТК открыла первый после ребрендинга ресторан «Вкусно – и точка». В Северном районе Воронежа на территории автозаправочной станции ВТК возле ТЦ «Московский проспект» открылся первый после ребрендинга ресторан сети «Вкусно – и точка». Это первая точка бренда, открытая в городе после смены названия.

Заведение расположено в одном из самых густонаселённых и динамично развивающихся микрорайонов города, что должно повысить уровень комфорта для местных жителей и автомобилистов.

«Этот проект для нас был непростым – мы столкнулись с целым рядом технических, организационных и документальных вызовов, особенно после ухода McDonald's из России. Тем не менее, «Вкусно – и точка» взяла на себя все обязательства, и мы перезаключили договор, продолжив работу над этим объектом. Мы очень рады, что теперь рядом с нашей новой станцией ВТК появился такой современный, яркий и высокотехнологичный ресторан. Для нас важно делать жизнь воронежцев более комфортной и удобной», – отметила генеральный директор ВТК Наталья Битюкова.

Открытие прошло в тёплой атмосфере: журналист «Абирега» пообщался с гостями, которые делились впечатлениями и обсуждали новинку. Многие отмечали, что появление полноценного ресторана «Вкусно – и точка» – важное событие для района.

«Для детей это целое событие, они очень просились сюда. Мы живём здесь уже 30 лет, и рядом никогда не было «Вкусно – и точка» как полноценного заведения, а не фудкорта. Вот впервые открыли. Очень интересно, детям особенно радостно, а для нас, взрослых, это возвращение в детство», – поделилась местная жительница.

В новом ресторане можно сделать заказ как в зале, так и через отдельную автораздачу. При этом автомобильные потоки на АЗС и у ресторана разделены, для каждого организованы отдельные заезды. Такой формат выбран с учётом ритма жизни мегаполиса и растущего спроса на качественный сервис.

Наталья Битюкова также подчеркнула, что сотрудничество ВТК с брендом продолжается, и в будущем можно ожидать открытия новых ресторанов в других районах города.

abireg.ru

Почтоматы увеличат посещаемость британских АЗС

Сектор АЗС Великобритании все чаще выполняет функции, выходящие далеко за рамки простой торговли топливом.



Сектор АЗС Великобритании все чаще выполняет функции, выходящие далеко за рамки простой торговли топливом. По данным Lumina Intelligence, ритейлеры в настоящее время выполняют почти четыре миллиона еженедельных заказов, поскольку покупатели посещают АЗС, чтобы пообедать на ходу или забрать некоторые предметы первой необходимости в последнюю минуту. Но с учетом того, что еда и напитки теперь являются базовым ожиданием потребителей на АЗС, топливным ритейлерам все чаще приходится находить дополнительные услуги, которые обеспечивают конкурентное преимущество.

Почтоматы могут стать тем решением, которое даст возможность потребителям быстрым и удобным способом получать и возвращать онлайн-заказы в рамках своей повседневной жизни. И их популярность растет благодаря развитию цифровых и секонд-хенд площадок, привлекающих новую волну пользователей.

Учитывая, что 68% поколения Z и миллениалов покупали или продавали подержанную одежду в 2024 году, это значительная, ориентированная на цифровые технологии группа, активно ищущая пункты приема посылок. При правильной организации АЗС смогут легко удовлетворить эти потребности. Люди, кото-

рые приходят к почтоматам несколько раз в неделю, начинают замечать и пользоваться дополнительными услугами. Приехав за посылкой, клиент почтамата проверяет уровень топлива и заправляется ради удобства. В следующий раз он воспользуется кофемашиной или вероятно совершит покупку в магазине при АЗС.

Убедившись в преимуществах почтоматов, все больше ведущих британских АЗС используют эти возможности для расширения услуг в своих сетях. Во многих случаях это означает установку не одного, а двух почтоматов на некоторых АЗС.

kiosksoft.ru

«Газпром нефть» планирует расширить сеть АЗС до 1 650 станций к концу 2027 года

Компания активно внедряет
формат станций с сервисами
самообслуживания.

«Газпром нефть» намерена увеличить розничную сеть АЗС до 1 650 станций к концу 2027 года, что означает рост примерно на 100 станций по сравнению с текущими показателями. Об этом журналистам сообщил директор по региональным продажам компании Дмитрий Шепельский.

«На начало 2025 года сеть АЗС «Газпромнефть» насчитывала 1 549 станций, к концу 2027 года планируем расширяться до 1 650 станций. На фоне роста автотуризма мы развиваем трассовые АЗС. Уже в 2026 году планируем открыть первую многофункциональную станцию на трассе М-12 «Восток» с большим количеством новых сервисов для путешественников», — заявил топ-менеджер.

По его словам, компания также планирует расширение партнерской сети «ОПТИ» с нынешних 317 до более чем 400 станций в ближайшие три года.

Топ-менеджер подчеркнул, что компания активно внедряет формат станций с сервисами самообслуживания. К концу 2025 года планируется оборудовать такими терминалами 200 АЗС, а к 2027 году — около 1 000 станций. Он также отметил, что среди нетопливных товаров лидером продаж является кофе — за первое полугодие 2025 года было продано более 18,7 млн чашек.

tass.ru

Уральцы облюбовали новую сеть АЗС в Екатеринбурге и рядом с ним

Водители отмечают высокое качество топлива.



Водители, проезжающие по Челябинскому тракту заметили рядом с поселком Октябрьским стильную заправку с запоминающимся названием Caravan. Это не единственная АЗС этой сети в Екатеринбурге и его окрестностях: она активно развивается и привлекает к себе всё больше внимания.

Клиенты Caravan отмечают, что топливо на заправках качественное, а цены — ниже, чем на известных сетевых АЗС. У компании есть собственная нефтебаза в Октябрьском и автопарк с бензовозами. Всё топливо закупают напрямую у заводов-производителей, сертификаты качества можно увидеть на любой АЗС сети. Кроме того, на каждой колонке проводят контрольный пролив.

В Caravan даже придумали свой слоган: «Здоровое топливо — честная цена». Стоимость бензина приятно удивит водителей, а при регулярных визитах можно существенно экономить, используя фирменное приложение с бонусной программой.

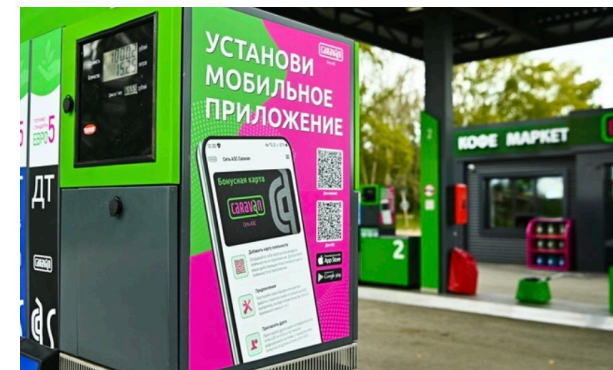
Заправиться здесь могут и владельцы машин на газе: присадки в премиальном газовом топливе HiTech сохраняют мощность автомобиля, снижают нагар и расход топлива.

На самом деле, компания Caravan присутствует на рынке уже 11 лет, она также занимается оптовой поставкой топлива. Еще одно направление — обслуживание юридических лиц по топливным картам. Но сегодня Caravan активно развивает именно розничную сеть АЗС и АГЗС: их уже около 30, в ближайшее время планируется открытие новых.

Заправочные станции компании встречаются в разном формате: с киосками, кассами самообслуживания и полноценные, с привычным сервисом. Некоторые АЗС включают мини-маркеты с ароматным кофе и свежими саг-догами, санузлы и бесплатную подкачку шин. Иногда на территории встречаются даже станции технического обслуживания.

В основном заправки находятся за городом. В самом Екатеринбурге их две — на улице Билимбаевской и Промышленном проезде.

— Раньше я побаивался заезжать на незнакомые мне станции — привык заправляться у АЗС-гигантов. Как-то случайно заехал на Caravan на трассе и остался под впечатлением: заправка большая, комфортная, современная. Машина на их топливе едет бодро, а цена ниже на 2–3 рубля, чем на тех станциях, где я обычно бываю, — поделился мнением водитель Александр. — Теперь всегда сюда буду ездить.



За каждую заправку начисляются бонусы, которыми можно расплатиться в следующий раз. Кроме того, в сети постоянно проходят акции: в приложении можно найти специальные предложения или секретные купоны, например на бесплатный кофе. Даже за само скачивание приложения пользователь уже получит 200 приветственных бонусов после первой заправки.

— Проезжали мимо заправки на Билимбаевской и решили заехать, опробовать бензин этой сети. Что понравилось сразу, так это приветливый персонал. Нам рассказали всё об акциях и бонусах, благодаря этому мы получили приятную скидку, — рассказала гостья АЗС Елена. — Частенько сюда заезжаем с тех пор.

— Заправка отличная, цены — пушка, бензин прозрачный, персонал хороший, доброжелательный, всегда отвечает на любые вопросы, всегда действуют скидки, — оставил комментарий пользователь АЗС Алексей.

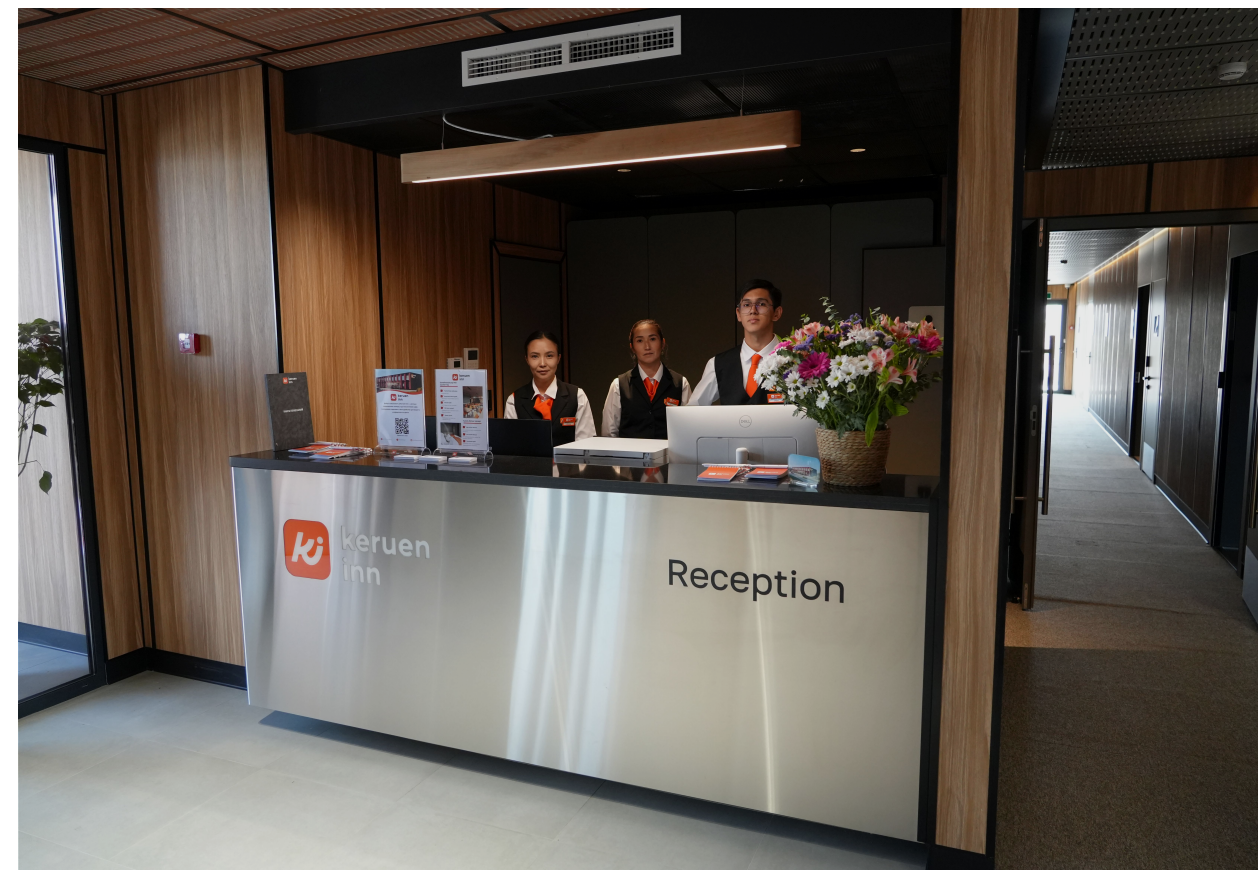
— У меня машина на газе, и я случайно познакомился с этой сетью на пути в Ирбит. Машина даже поехала бодрее — такой газ хороший оказался. И персонал вежливый, что тоже очень важно. Теперь всегда стараюсь заправляться тут, — отметил водитель Денис.

Отзывы клиентов Caravan говорят сами за себя. Практически все пользователи АЗС этой сети готовы порекомендовать заправки своим знакомым и близким. А это показатель доверия и действительно качественного топлива.

www.e1.ru

Открытие первого мотеля Keruen Inn в Казахстане

Делимся первыми впечатлениями и фотографиями с открытия.



Сегодня состоялось открытие первого мотеля Keruen Inn в Казахстане!

Совместно с нашим уважаемым Заказчиком QAZAQ OIL мы прошли путь от идеи и подбора технологии до настройки конвейера и пилотирования! Впереди масштабирование сети Keruen Inn – реализация 60 мотелей по всему Казахстану!

Мотель расположен в живописной местности Жамбылской области Казахстана, прямо вдоль трассы Алматы – Шымкент рядом с городом Мерке. Здесь, среди величественных гор Кыргызского Алатау, гости смогут насладиться уютом и комфортом мотеля Keruen Inn.

Делимся первыми впечатлениями и фотографиями с открытия.

В добрый путь!

t.me/vds_group_rvi



Деловая поездка по успешному развитию АЗС

Более 50 представителей
частных топливных
Компаний посетили
производственную
площадку VDS.



Сегодня встречали на Заводе VDS участников
Деловой поездки в Беларусь, организованной
Компанией SMG Успешное развитие!

Более 50 представителей частных топливных Компаний посетили производственную площадку VDS. Для наших уважаемых гостей была организована экскурсия по Заводу и презентованы эффективные решения для АЗС в части рекламно-информационного оборудования. Поделились кейсами развития сетей частных топливных Компаний в разрезе бизнес-задач, стратегии развития регионов и форматов.

Благодарим участников за визит и Компанию SMG за организацию мероприятия! Успехов и добрых впечатлений от посещения нашей замечательной страны!

t.me/vds_group_rvi



Как меняется визуальная идентич- ность брендов в 2025 году

Новый этап направлен
на установление прочных
взаимосвязей со своим
потребителем.

В условиях перенасыщенности рынка современный покупатель отдает предпочтение прозрачным и надежным предложениям, выбирая бренды, способные говорить ясно и честно. Визуальная идентичность – главный способ, позволяющий клиентам понять, что бренд их слышит и меняется в соответствии с их предпочтениями.

Новый этап визуальной эволюции направлен не столько на обновление ради эстетики, сколько на установление прочных взаимосвязей со своим потребителем. Доверие формируется не только благодаря яркому дизайну, но и благодаря содержанию, стоящим за внешним обликом бренда.

t.me/vds_group_rvi

Бренд как образ жизни

- Современные покупатели ждут от брендов не просто продукта, а ощущения сопричастности и понимания. Именно поэтому человеческое лицо бренда выходит на первый план.
- Компании формируют сильные эмоциональные связи с потребителями посредством простых и открытых сообщений, соответствующих их выбору образа жизни.
- Цель – установить личностную привязанность и создать долгосрочную лояльность.



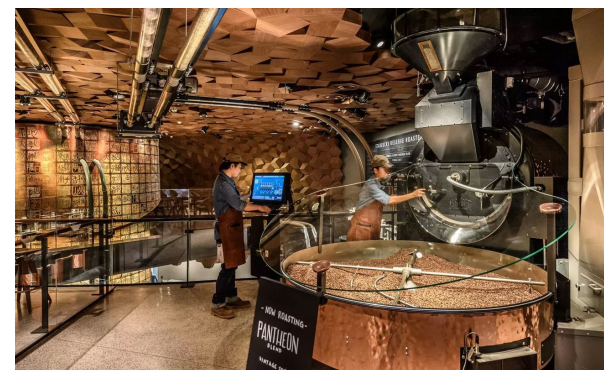
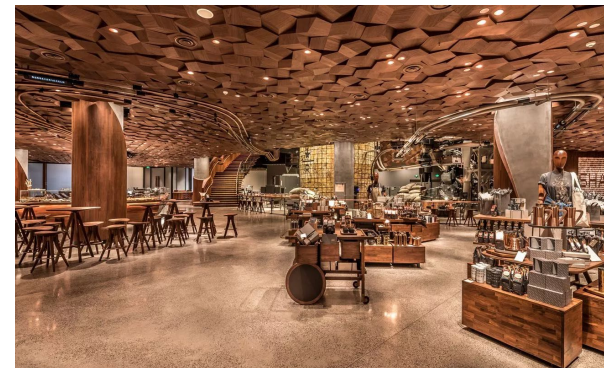
Минимализм и функциональность

- Многие топливные компании преобразуются в энергетические, расширяя портфель услуг и товаров. Несмотря на диверсификацию, важно транслировать свои изменения через простые и понятные формы.
- Простота приобретает особую ценность. Четкие линии, чистые цвета и минимум деталей становятся визитной карточкой брендов.
- Главное преимущество минимализма – концентрация внимания на важных аспектах продукта и сервиса, а также формирование целостного образа, связанного с качеством и надёжностью.



Shanghai roastery

Иммерсивное кофейное приключение.



Открытая в декабре 2017 года, Starbucks Reserve Roastery в Шанхае стала одной из самых эффектных локаций бренда в мире. В городе, который живёт в ритме будущего, это место дарит одно из самых театральных кофейных впечатлений.

В самом сердце Шанхая – пространство площадью более 2,700 м², где каждый гость становится зрителем на сцене, где варят, жарят, обучают и вдохновляют.

На что обратить внимание:

- гигантский медный чан с тиснением ручной работы;
- впечатляющая открытая обжарочная зона;
- движущиеся трубопроводы, по которым "путешествуют" зёрна;
- библиотека кофе и VR-экраны, рассказывающие об истории каждого сорта.

По словам самого Starbucks, это место – immersive, dramatic, theatrical experience – и каждый элемент этому соответствует.

t.me/vds_group_rvi



Qazaq Oil открыл свой первый придорожный мотель

Крупнейший топливный ретейлер Казахстана Qazaq Oil продолжает расширять границы экосистемы.

VDS



«Для нас принципиально важно создавать не просто точки заправки, а полноценную инфраструктуру для комфортного пути.

Открытие отеля при АЗС – это закономерное продолжение развития придорожного сервиса, над которым мы работаем уже шесть лет».

Генеральный директор Qazaq Oil
Тулемис Шотанов



Крупнейший топливный ретейлер Казахстана Qazaq Oil продолжает расширять границы экосистемы.

Вслед за современными АЗС с узнаваемым логотипом, кофейнями Q-Safe и собственными брендами напитков и автотоваров компания сделала следующий шаг в сфере гостеприимства и открыла первый придорожный отель Keruen Inn при автозаправочной станции. До конца года планируется запуск еще четырех объектов для размещения гостей.

«Наши клиенты давно ожидают от нас большего, чем просто качественное топливо. И мы готовы оправдать это доверие. Экосистема Qazaq Oil развивается динамично, и с каждым новым шагом мы приближаемся к нашей главной цели – сделать каждую поездку по Казахстану комфортной, безопасной и вдохновляющей», – подчеркнул Тулемис Шотанов.

t.me/vds_group_rvi



Как ORLEN превращает кассы на АЗС в зону максимальных продаж

Яркие, крупные изображения меню работают на эмоции – сразу вызывают желание купить, особенно в зоне кассы.



ORLEN демонстрирует мастерский подход к превращению прикассовых зон на своих автозаправочных станциях в эффективные точки продаж. Выделим ключевые элементы, которые помогают компания продвигать свою серию эксклюзивных летних напитков Stop Cafe в Чехии.

Яркие, крупные и аппетитные изображения меню работают на эмоции – сразу вызывают желание купить, особенно в зоне, где человек уже готов тратить (у кассы). Размещение на уровне глаз или чуть выше облегчает восприятие: человек просто смотрит перед собой, без необходимости поднимать голову. Это снижает когнитивную нагрузку и ускоряет выбор, запуская реакцию «хочу это прямо сейчас», особенно когда человек устал или голоден.

Безусловно, огромную роль играет дизайн. Для простоты восприятия – сначала «вкусный» визуал – люди «едят глазами», потом цена, потом текст. Максимум информации – минимум чтения! Посмотрите на фото: даже не зная языка, можно отлично понять, что предлагается и почему.

Изображения разбиты по категориям, всё считывается мгновенно. Цветовой акцент помогает ориентироваться: жёлтый – соки (ассоциация с солнцем и фруктами), оранжевый – лимонады (цвет лета), красный – кофе со льдом (энергия и бодрость).

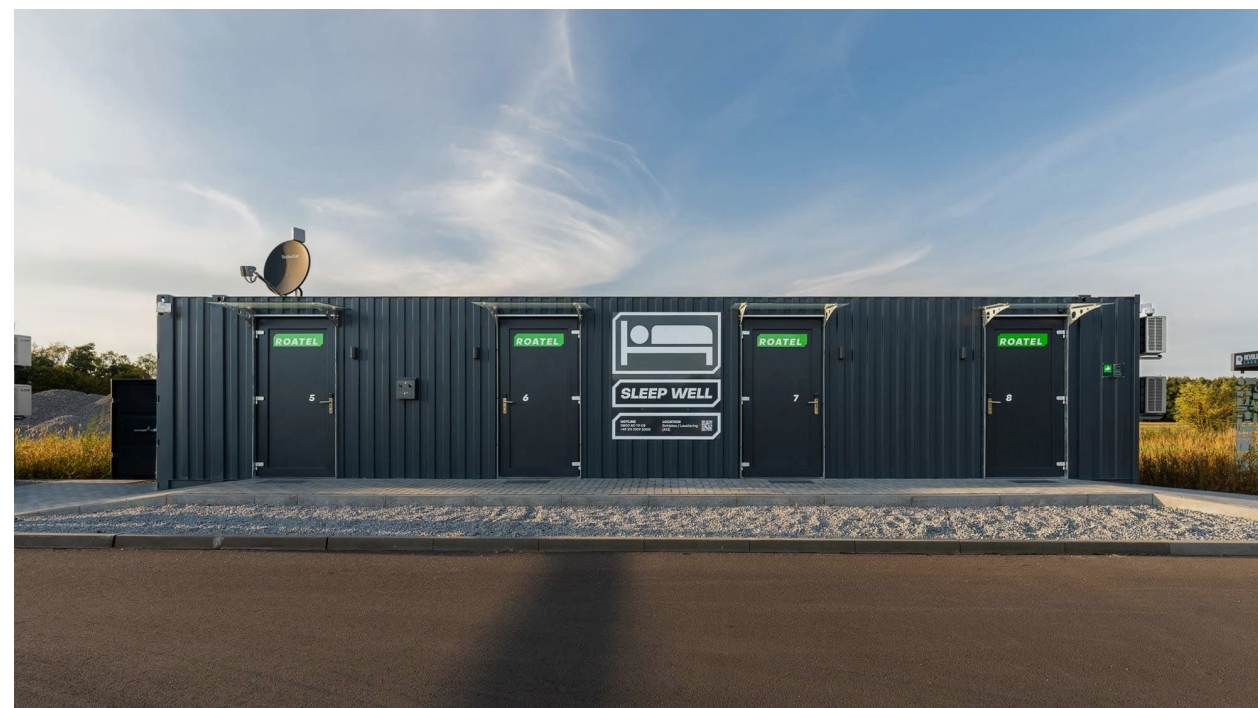
Ну и подсознательное увеличение чека – пока клиент стоит у кассы, ему легче «предложить» купить еще, например, блюдо или десерт. Обратите внимание, как этот апсейл реализуется через визуальную связь витрины со стоящими на ней рекламными постерами.

Они не мешают обзору и одновременно связывают напитки с продуктами, размещенными ниже. Как правило, чаще можно увидеть другие примеры, когда верх витрин используется как дополнительное место продаж. Порой абсолютно несовместимых друг с другом товаров, которые не помогают, а отвлекают от гастрономического предложения.

superstation.pro

В Германии строят придорожные гостиницы за счёт частных инвесторов

Речь идёт о сети компактных модульных гостиниц Roatel, переделанных из морских контейнеров.



Модель масштабируемой придорожной гостиничной инфраструктуры через частное акционерное финансирование реализуется в Германии. Речь идёт о сети компактных модульных гостиниц Roatel, переделанных из морских контейнеров и размещаемых на АЗС или в зонах отдыха на трассах.

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 Лёнингенге 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

ORLEN открывает свой первый автономный магазин Smart Container в Берлине

Инновационная концепция «Grab & Go» предлагает полностью цифровой опыт покупок.



Инновационная концепция «Grab & Go» предлагает полностью цифровой опыт покупок.

Компания ORLEN Deutschland запустила свой первый смарт-контейнер на станции Star в Берлине, ознаменовав запуск новой концепции магазина. Контейнер размером 9х3 метра и общей торговой площадью 18 м² временно заменит традиционный магазин на этом месте до завершения строительства, запланированного смарт-магазина в бывшем здании вокзала.

Покупатели заходят в смарт-магазин ORLEN, используя дебетовую или кредитную карту, выбирают товары и просто уходят. Оплата производится автоматически с помощью карты, использованной при входе, без сканирования или присутствия кассира. Ассортимент умного магазина включает: табачные изделия, алкогольные и безалкогольные напитки, закуски, кондитерская продукция, автомобильные аксессуары и горячие напитки.

«Мы предлагаем нашим клиентам современный опыт покупок, который органично вписывается в их повседневную жизнь — независимо от времени работы кассы и доступности персонала. Одновременно мы собираем ценную информацию для дальнейшего внедрения нашей концепции «умных контейнеров», помогая нам постепенно трансформировать наши торговые площадки», — сказал Торстен Ригер, исполнительный директор по коммерческой розничной торговле в ORLEN Deutschland GmbH.

Высококочувствительные датчики на полках в сочетании с камерами с искусственным интеллектом отслеживают каждое перемещение товара, создавая виртуальную корзину покупок, которая автоматически оплачивается при выходе. Товары с возрастными ограничениями, такие как алкоголь и табачные изделия, выдаются только после проверки удостоверения личности или водительского удостоверения.

Берлинский смарт-контейнер будет служить временным решением до реконструкции магазина на территории, которая начнётся в октябре 2025 года. После этого мобильный контейнер будет перемещён в будущий центр зарядки электромобилей ORLEN в Эльмсхорне.

kioskssoft.ru

Вертикальное озеленение как приём в архитектуре транспортного комплекса Welcome Break

Отмечено, что растения экранируют солнце и создают эффект испарительного охлаждения.



Влияние открытых зон отдыха на продажи трассовых комплексов

Исследования подтверждают, что такие зоны повышают желание клиентов задержаться дольше.



Зелёный фасад применён на основном здании и на отдельно стоящем здании Starbucks с Drive-Thru нового трассового комплекса Welcome Break в Великобритании. Вьющиеся растения, чаще всего плющ, тянутся по тросово-решётчатой системе: между зеленью и облицовкой оставляют зазор для вентиляции, а у основания предусмотрены лунки для посадки.

Отмечено, что растения экранируют солнце и создают эффект испарительного охлаждения, благодаря чему температура стен летом снижается в исследованиях на несколько градусов по сравнению с открытой поверхностью.

Также улучшается акустический комфорт: зелень снижает шум на отдельных частотах, задерживает пыль, формирует живой контур без утяжеления архитектуры и создаёт микробиотопы для насекомых.

Этот приём влияет и на визуальное восприятие формы и масштаба здания. Зелень смягчает линии фасада, разбивает однотонные поверхности, добавляет текстуру, цвет, тени и блики. Такие элементы улучшают общее ощущение пространства, связывая людей с природой.

superstation.pro





Летние фотографии зарядной станции для электромобилей Fastned на автомагистрали A20 во Франции демонстрируют, как открытые зоны посадки и ландшафтный дизайн становятся уже стандартом трассовых комплексов. Особенно там, где географическое положение и климатические условия локации позволяют максимально использовать количество тёплых дней в году.

После долгих часов в поездке в автомобиле людям важно хоть немного отдохнуть от дороги, в том числе побыть на свежем воздухе, посидеть на солнце. Чем приятнее обстановка — ландшафт, чистота, виды, оформление, тем выше вероятность, что они задержатся. И оказывается, что время пребывания влияет на продажи!

Исследования подтверждают, что такие зоны повышают желание клиентов задержаться дольше. В итоге — выше вероятность, что они что-то купят, успевают воспользоваться дополнительными сервисами, что напрямую связано с коммерческим потенциалом придорожных объектов. Но при проектировании нужно учитывать баланс: количество парковочных мест, организация посадочных зон и общее планирование территории должны работать в связке.

Атмосфера отдыха снижает риски усталости на трассе: у человека есть возможность передохнуть, перезагрузиться и безопасно продолжить путь. Это не просто «для красоты», а фактор, который реально уменьшает вероятность аварий, когда водители продолжают ехать без остановки.

Наконец, использование зелёных насаждений и элементов благоустройства работает и на восприятие бренда. Региональные растения и локальные решения в озеленении создают у посетителей ощущение связи с местом и делают остановку более привлекательной. Это уже не случайный «пит-стоп», а часть маршрута, куда хочется заехать.

superstation.pro



vds.group



telegram