

# SPECIÁL

# ČERPAČKA

# PODZIM 2025



Vychází jako příloha časopisu Zboží&Prodej od roku 2015. > [www.cerpicka.cz](http://www.cerpicka.cz)

DISTRIBUCE NA

**3 900**

ČERPAČÍCH  
STANIC

## Z obsahu...

04 Proměny na trhu čerpacích stanic

14 Cílem je zaujmout zákazníky

22 Co by dnes na pumpě nemělo chybět

26 Ve zkratce: 13. Kongres Čerpačka

## NOVINKA

# OCHUTNEJ ENERGY DRINK

#LIFENEVERSLEEPS





# Podnikejte s lídrem na trhu!

Prídejte se k síti ORLEN



Zapojte se do největší a dynamicky rostoucí sítě **ORLEN**. Spojením vašich cenných **zkušeností** a našeho **know-how** můžeme vytvořit oboustranně prospěšnou spolupráci.

## Jaké výhody vám ORLEN nabízí?

Zázemí silné značky | Jistotu a kvalitu | Široké portfolio produktů a služeb  
Individuální podporu | Možnost růstu

**Ozvěte se nám, rádi vám poskytneme veškeré informace:**  
**[akvizice@orlen.cz](mailto:akvizice@orlen.cz)**

Více na [orlen.cz](http://orlen.cz)



## MULTIFUNKČNÍ UZLY MOBILITY

### OBSAH

- 04** Proměny na trhu čerpacích stanic
- 06** „Spalovací motory budou na trhu dál dominantní,“ říká v rozhovoru Václav Loula, tiskový mluvčí České asociace petrolejářského průmyslu a obchodu (ČAPPO).
- 10** Zdravé a rychlé nealko dobývá obchody
- 14** Cílem je zaujmout zákazníky
- 16** Výběr formuje chladné počasí
- 18** EDI je investicí do budoucnosti
- 20** Mzdy na čerpací stanici pod tlakem růstu nákladů
- 22** Co by dnes na pumpě nemělo chybět
- 26** VE ZKRATCE: 13. KONGRES ČERPAČKA Fotoreportáž
- 27** HVO jako most k čistší dopravě
- 30** Hvězdami prodeje jsou káva a párek v rohlíku
- 32** Z technologické hračky motor růstu

České čerpací stanice procházejí transformací. Jejich počet zůstává poměrně stabilní, ale mírně klesají ty s obchodem. Role se ovšem dynamicky mění. Dnes už nejsou jen místem pro tankování, ale multifunkčními

uzly kombinujícími tradiční paliva, alternativní zdroje energie a atraktivní sortiment v shopu.

Alternativy posilují. Ekologická nafta HVO 100 je k dispozici už na 22 stanicích v tuzemsku. Nabízí vítanou alternativu především pro nákladní dopravu, ale nabídnout má co i té osobní, nejen proto, že snižuje emise až o 90 %.

Rostou nové koncepty samoobslužných a hybridních stanic. V Domažlicích provozuje Top Tank první hybridní stanici One1, kde si zákazník může zvolit mezi plně samoobslužným režimem v noci a standardní obsluhou přes den. Na dálničních tazích zase rostou moderní stanice s baristickou kávou, venkovními terasami a ultrarychlými dobíjecími stanicemi. Udržitelné technologie, jako

- Multifunkčnost
- Alternativa
- Nové koncepty

fotovoltaika a sběr dešťové vody, jsou už standardem.

Nepalivový sortiment se stává klíčovým zdrojem marže. Tabák tvoří téměř polovinu nepalivových tržeb, e-cigarety zaznamenaly dramatický růst o 380 %. Káva a hot dogy zajišťují stabilní příjmy, boom vykazují energetické a vitaminové vody, které přetahují podíl od jiných kategorií. Shop už není doplňkem, ale hlavním motorem růstu a věrnosti zákazníků.

Multifunkčnost, alternativy a flexibilita v nových konceptech určují budoucnost českých čerpacích stanic – a nabízejí provozovatelům cestu k vyšší odolnosti, efektivitě a spokojenosti zákazníků.

JITKA HEMOLOVÁ, redaktorka

## SPECIÁL ČERPAČKA

Vychází jako speciál časopisu Zboží&Prodej.

**Vydává:**  
ATOZ Marketing Services, spol. s r. o.  
Holečkova 29, 150 00 Praha 5  
IČ: 48117706  
Tel.: +420 606 023 052  
www.atoz.cz, www.zboziaprodej.cz  
Vzor e-mailu: jmeno.prijmeni@atoz.cz

**Vydavatel a jednatel:**  
Jeffrey Osterroth

**Retail group manager:**  
Jana Lysáková

**Šéfredaktor:**  
Petr Hříbal

**Redakce:**  
Gabriela Bachárová, Pavel Gregor, Jitka Hemolová

**Korektury:**  
Lukáš Přeček

**Layout a design:**  
Christian Beraud-Letz, Bruno Marquette

**Fotografie:**  
archiv, Martin Mašín

**Obchod:**  
Patricie Fila, Martin Horníček,  
Pavel Kotrbáček, Irena Seibertová

**Finance, administrativa:**  
Veronika Kerblerová, Jana Nerudová,  
Barbora Pucholtová

**Traffic manager, produkce:**  
Eva Furmanová

**Distribuce a předplatné:**  
Karolína Bezunková

**DTP:**  
WAU! Studio s. r. o.

**Tiskárna:**  
Triangl, a. s.

**Distribuce:**  
SEND Předplatné spol. s r. o.  
E-mail: predplatne@atoz.cz

**Registrační značka:** MK ČR E6647  
ISSN 1802-1662

Odkazy na určité značky a jejich užití, ať ve formě textové či obrazové, zmíněné v ediční části této publikace, jsou bezplatné. Jsou užitý pouze za účelem poskytnutí informací o zboží a značkách.

Uveřejněné materiály mohou být dále publikovány pouze se souhlasem vydavatele.

# Proměny na trhu ČERPACÍCH STANIC

**Čerpací stanice v Česku procházejí zásadní proměnou. Zatímco počet pump se příliš nemění, mění se jejich podoba i byznysový model. Do popředí se dostává silný růst nepalivového sortimentu, rozvoj samoobslužných a hybridních konceptů, investice do dobíjecí infrastruktury i nástup alternativních paliv.**

Jitka Hemolová, [jitka.hemolova@atoz.cz](mailto:jitka.hemolova@atoz.cz)

**D** Počet pump se podle aktuálních dat Ministerstva průmyslu a obchodu zásadně nemění (7 733 celkem, z toho 3 948 veřejných), ale jejich role se rychle transformuje. Klíčové trendy ukazují, že budoucnost patří kombinaci retailu, gastronomie a nových forem energie. Podle dat společnosti NIQ ale v tuzemsku trvale klesají počty čerpacích stanic s obchodem. Nejvíce jich bylo v roce 2010 – 2 414, od tohoto data ale počty klesly a v polovině roku 2025 monitorovala NIQ na trhu 2 247 čerpacích stanic.

samoobslužné čerpací stanice, pilotní spustila v Ostravě a cílí na efektivitu a snadnou dostupnost pro zákazníky.

## Pilotní provoz první hybridní čerpačky

Zatímco samoobslužný výdej pohonných hmot není na trhu čerpacích stanic žádnou novinkou, samoobslužný provoz shopu je něco jiného. Společnost Top Tank v září uvedla do provozu první hybridní samoobslužnou čerpací stanici v Domažlicích pod značkou One1. Objekt funguje ve dvou režimech, přes den nabízí standardní obsluhu, zatímco v nočních

hodinách přechází do plně samoobslužného provozu. Ten zahrnuje nejen tankování pohonných hmot, ale také možnost nákupu v přidruženém shopu.

Podle obchodní ředitelky společnosti Top Tank Jitky Žižkové bylo hlavním motivem zavedení tohoto konceptu zajištění flexibility a úspor nákladů. „Flexibilita je přínosem jak pro zákazníky, kteří mohou nakoupit kdykoli, tak pro nás jako provozovatele,“ uvádí.

Technické řešení dodala společnost P.V.A. systems, která se specializuje na samoobslužné koncepty v retailu. Samotná realizace zabrala přibližně měsíc. Prodejní plocha 45 m<sup>2</sup> zahrnuje samoobslužnou

4

## Nová místa i samoobslužný provoz

Ačkoli celkové počty čerpacích stanic sice v Česku dramaticky nerostou, rušno je z pohledu jejich výstavby hlavně na nově otevíraných dálničních úsecích. Na dálnici D6 u Kolečova byla koncem září 2025 otevřena nová čerpací stanice OMV, která vznikla současně s uvedením nového dálničního úseku. Moderní areál v designu Viva nabízí 175 m<sup>2</sup> prodejní plochy, 50 m<sup>2</sup> venkovní terasy a širokou paletu služeb od občerstvení po baristickou kávu. Řidiči tu kromě sortimentu paliv, včetně těch prémiových najdou i ultrarychlou 150kW nabíjecí stanici pro elektromobily. U nových čerpacích stanic už je standardem i důraz na udržitelnost. V Kolečově například využívají dešťovou vodu pro splachování s využitím fotovoltaických panelů umístěných na objektu, které budou pokrývat část spotřeby elektřiny. Plánování výstavby „čerpacích stanic budoucnosti“ kombinuje více zdrojů energie, menší uhlíkovou stopu a rozšířené služby.

Ve Vlašimi otevřela skupina Icom Transport v srpnu 2025 novou samoobslužnou čerpací stanici, která je vybavena bezkontaktními platbami a moderním platebním systémem. Řidičům nabízí více výdejních stojanů pro běžná paliva i AdBlue, tedy koncept vhodný pro osobní auta i užitkové vozy. Efektivní provoz s nízkými náklady je upraven pro rychlý průjezd těch, kteří tankují v režimu 24/7, bez nutnosti fyzické přítomnosti personálu. Také společnost KM-Prona testuje



pokladnu a je uzpůsobena pro pohodlný nákup bez asistence personálu.

Vyhodnocení pilotního provozu ještě probíhá, dosavadní zpětná vazba zákazníků je však pozitivní. „Technicky zdatní zákazníci možnost samoobslužného nákupu vítají, ostatní pak přicházejí v běžnou otevírací dobu, kdy jim personál ukáže, jak systém funguje, a odstraní případné obavy,“ doplňuje Jana Žižková.

Zatímco v potravinovém retailu se samoobslužné a automatizované prodejny, zejména ve Skupině Coop, stávají postupně standardem, v oblasti čerpacích stanic jde zatím o první kroky tohoto trendu.

## Přibývá dobíjecích hubů

V letošním roce svižně pokračuje výstavba veřejné dobíjecí infrastruktury, která reaguje na pozvolně rostoucí čísla nových elektromobilů mezi obyvateli ČR. K 30. červnu 2025 bylo v provozu 3 182 veřejných dobíjecích stanic, nabízejících celkem 5 603 dobíjecích bodů. Dobíjecí stanice rozšiřují klíčoví hráči, jako jsou společnosti ČEZ, Pražská energetika i E.ON, aktivity vyvíjejí ale i samotné sítě čerpacích stanic.

V říjnu otevřela svůj první ultrarychlý dobíjecí hub v tuzemsku na dálnici D1, konkrétně na 5. kilometru za Prahou, společnost Orlen Unipetrol. Stanice je vybavena třemi stojany Alpitronic Hypercharger s výkonem 300 kW, což umožňuje rychlé nabíjení elektromobilů. Zároveň také firma oznámila svou vizi klíčového hráče v dobíjecí infrastruktuře a plánuje do jejího rozvoje výrazně investovat. Dosavadní spolupráci s partnery nahradí v budoucnu výstavbou vlastních dobíjecích stanic a modernizací stávajících pod značkou Orlen Charge. Do roku 2035 chce provozovat až 1 700 vysokorychlostních dobíjecích bodů. Vlastní dobíjecí infrastruktura je podle Agnieszky Bobrukiewicz, členky představenstva skupiny Orlen Unipetrol, zodpovědné za maloobchod v Česku, Maďarsku a na Slovensku, logickým krokem pro to, aby společnost mohla zákazníkům garantovat vysoký standard služeb napříč celou sítí.

## Ekologická nafta si hledá cestu

Komě dobíjecích bodů rozšiřuje společnost Orlen Unipetrol také nabídku ekologické alternativy nafty HVO 100, vyráběné z obnovitelných zdrojů, která může snížit emise skleníkových plynů až o 90 % oproti

## Klíčové trendy v shopech

- Tabák jako hlavní tahoun – tvoří polovinu nepalivových tržeb a je stále rostoucí napříč kategoriemi (klasické cigarety i nové formy).
- Káva & hot dog = jistota růstu – dvojnásobné zajištění tržeb, ideálně fungují kombo nabídky.
- Nájezd na energii – boom energetických nápojů a vitaminových vod; ty přetahují podíl od jiných kategorií.
- Inovace v e-cigaretách – dramatický růst sad a náplní (+380 %), trend směrem k ekonomičtější a udržitelnější volbě.

**Zdroj: NIQ**  
(více informací najdete v článku *Hvězdy prodeje jsou káva a párek v rohlíku na str. 30*)

fosilní naftě. Palivo je aktuálně k dispozici na pilotních stanicích v Rokycanech, Praze, Chebu, Sirejovicích či u Jihlavy. Tento krok je součástí rostoucího trendu rozšiřování nízkoemisních paliv a modernizace čerpacích stanic v České republice, který reaguje na poptávku po ekologičtějších alternativách pohonných hmot. Podle webových stránek České asociace petrolejářského průmyslu a obchodu, která monitoruje aktivity svých členů, je v tuzemsku k dispozici už 22 čerpacích stanic, kde lze HVO tankovat. Nejvíce míst si drží společnost Čepro.

## Investujte do nepalivového sortimentu

Doporučení pro provozovatele čerpacích stanic se od našich předchozích článků příliš nemění. Víme, že čerpací stanice už nejsou jen místem pro tankování. Rostou v retailové a energetické uzly, které kombinují klasická paliva s elektromobilitou, nízkoemisními alternativami a atraktivním shopem. Úspěch závisí na schopnosti diverzifikovat tržby a udržet krok s měnícími se návyky zákazníků. Investujte více do nepalivového sortimentu.

Stabilním tahounem je samozřejmě tabák, který podle dat společnosti NIQ tvoří téměř polovinu nepalivových tržeb. Dramatický růst představují hlavně e-cigarety a sady a náplně. Káva a hot dogy jsou jistotou růstu, fungují zejména kombo nabídky, a pokud je ještě na své stanici nenabízíte, změňte to. V nealkoholických nápojích aktuálně „frčí“ energetické nápoje a posilují vitaminové vody, které přetahují podíl od jiných kategorií. Shop není jen doplněk, ale klíčový zdroj marže.

Vyplatí se hrát si s nabídkou, novinkami, ale i lokálností. Jste-li na dálničním tahu s převahou zákazníků kamionové přepravy, uvažujte o zařazení alternativních paliv do nabídky. Zajímavou cestou může být HVO. Více si o něm přečtěte v článku HVO jako most k čistší dopravě na str. 27.



**Vaše  
čerpací  
stanice  
v číslech**

**SPECIALIZOVANÉ  
SLUŽBY**

**KODAP**

- Účetnictví na míru ČS
- Měsíční přehled o ekonomice
- Daňové poradenství v ceně

**EKONOMIKA  
NA DLANI**

**>eurodata**

- Užitečné a přehledné analýzy
- Online přístup k datům
- Služby pro 10 000 ČS v Evropě

# SPALOVACÍ MOTORY

## budou na trhu dál dominantní

**Český trh s pohonnými hmotami prochází zásadní transformací, od historického odklonu od ruské ropy přes nástup nízkouhlíkových paliv až po přípravu na nové evropské regulace. Václav Loula, tiskový mluvčí České asociace petrolejářského průmyslu a obchodu (ČAPPO), v rozhovoru vysvětluje, proč spalovací motory zůstávají klíčovým prvkem dopravy, jakou roli hrají a mohou do budoucna hrát alternativní paliva, jako je například HVO, a proč je důležité hledat technologicky neutrální cestu k dekarbonizaci.**

**Když se ohlédneme zpátky, jak se za posledních čtyřicet let proměnily čerpací stanice v Česku?**

Čerpací stanice prošly radikální změnou. V 80. letech minulého století to byly spíš jednoduché výdejní body, často bez doprovodných služeb, bez nabídky občerstvení a prakticky bez zázemí pro řidiče. Kvalita paliv i služeb měla své limity. Dnes čerpací stanice nabízí mnohem vyšší kvalitu pohonných hmot z hlediska ekologie, bezsírné a bezolovnaté benziny, bezsírné, aditivované nafty a ekologickou kapalinu Ad blue pro snižování emisí NOx. Kromě toho je tu pestrá nabídka prémiových paliv a alternativ, vznikají

*Jitka Hemolová, jitka.hemolova@atoz.cz*

dobíjecí body pro elektromobily i plnicí stanice na vodík. Pumpa už není jen místem, kde „natankujete a odjedete“, ale je to místo, kde se zastavíte pro občerstvení i odpočinek. Vznikají zajímavé gastronomické koncepty, od těch, kde se zákazníci rychle obslouží, až po ty, které nemají daleko k restauracím. Totéž platí i v otázce kávové kultury.

**Jak se na trhu daří prémiovým palivům?**

Prémiová paliva mají své zákazníky, zejména mezi těmi, pro které je auto víc než jen dopravní prostředek, je to jejich koníček a hledají vyšší výkon. Prémiová paliva jim umožňují sportovní charakter jízdy. Pro majitele veteránů jsou zase zajímavá paliva bez biolíhu E5, která lépe odpovídají potřebám starších vozů. Stejně tak více než milion motorkářů preferuje prémiová paliva kvůli lepším jízdním vlastnostem a výkonu. Přesná čísla nemám, ale odhadem tvoří prémiová paliva kolem 10 až 12 procent celkové spotřeby pohonných hmot v ČR.

**Česká republika letos definitivně ukončila dovoz ruské ropy ropovodem Družba. Co to znamená?**

Ukončení dodávek přes Družbu je historický zlom, po více než šedesáti letech jsme se zbavili závislosti na ruské ropě. Díky novému ropovodu IKL z roku 1996 a intenzifikaci ropovodu TAL jsme schopni pokrýt potřeby obou rafinerií čistě z neruských zdrojů,



kteří proudí z Terstu přes Německo do Česka. To je zásadní pro stabilitu a bezpečnost zásobování. Samotný ropovod Družba ovšem stále funguje, využívá ho například Slovensko. My dnes částečně dovážíme produkty i ze Slovenska, kam proudí neruská ropa přes ropovod Adria. Velká část nafty se k nám dostává také z Německa, Polska a dokonce i z Velké Británie.

### **Je tahle východní trasa skrze Družbu pro Česko nadobro uzavřená?**

Do budoucna, pokud by skončil válečný konflikt na Ukrajině, by se teoreticky dala využít i trasa Oděsa–Brody. To by umožnilo přísun neruských, například asijských rop. Ale je tu velký otazník, ropovod Družba je starý více než 60 let a zejména jeho úseky na ruském území mohou být technicky i ekologicky rizikové. Nikdo nechce, aby se z něho stala ekologická katastrofa. Proto je dnes hlavní strategií opírat se o západní trasu TAL–IKL, která je moderní,

bezpečná a kapacitně dostatečná.

### **Jak se v asociaci díváte na plánované zavedení systému emisních povolenek v dopravě ETS 2?**

Za nás jsou emisní povolenky pro dopravu zbytečné a nebezpečné. Na rozdíl od minulých ekologických opatření, jako bylo odstranění olova z benzínu nebo zavedení bezsírých paliv, tady není jasné, co přesně má být výsledkem. Jde o daň, která nezaručí snížení emisí, ale výrazně zvýší ceny paliv pro spotřebitele. Při ceně povolenky 45 eur za tunu CO<sub>2</sub> by se cena paliv zvýšila asi o tři koruny na litr. Ale ceny povolenek nejsou zastropované, takže nikdo nedokáže předvídat, kam jejich cena poroste. Už dnes víme z jiných sektorů, že cena povolenek je náchylná k výkyvům a spekulacím. Systém ETS 2 je za nás duplicitní, protože už dnes máme účinnější nástroje v podobě RED III a zákona o ochraně ovzduší. Pokud by EU trvala na jeho zavedení, mělo by to

být aspoň s jasně stanoveným stropem ceny, odložením startu a zpomalením vyřazování povolenek. Zaměřit bychom se měli raději na podporu nízkouhlíkových paliv. Jinak to povede jen k inflaci a ztrátě konkurenceschopnosti.

### **V poslední době se hodně mluví o HVO, hydrogenovaném rostlinném oleji. Jaká je jeho role na českém trhu?**

HVO je dnes v nabídce na zhruba třech desítkách čerpacích stanic v ČR, nově i v Praze. Je to palivo, které má vlastnosti dokonce lepší než klasická nafta, vyšší cetanové číslo, lepší nízkoteplotní chování, nižší emise a velmi dobrou stabilitu při skladování. Škoda Auto už od roku 2022 doporučuje pro své diesellové motory používání HVO, což je důležitý signál i pro zákazníky. Je ale pravda, že zatím jde hlavně o řešení pro nákladní dopravu, která je pod silnějším tlakem na snižování emisí. U osobních aut je nasazování povolenější. Důležité je, že HVO dokáže ušetřit až 90 procent emisí CO<sub>2</sub> oproti fosilní naftě, a přitom zachovat stávající vozový park i infrastrukturu čerpacích stanic. To je zásadní rozdíl třeba proti elektromobilitě, která vyžaduje obrovské investice do nové sítě. Na druhou stranu musíme být realisté, HVO se zatím dováží, jeho výroba je technologicky i zdrojově náročná a cenově je nad běžnou naftou. Je to ale velmi slibná cesta, jak „udržet při životě“ spalovací diesellové motory i v příštích dekádách. Kapalná nízkouhlíková paliva mají dobrou budoucnost a jejich role bude růst.

### **Dá se očekávat i větší rozvoj syntetických e-paliv?**

Ano, syntetická paliva, takzvaná e-paliva, jsou určitě jednou z cest, jak zachovat spalovací motory i po roce 2030. Vyrábějí se například ze zachyceného CO<sub>2</sub> a vodíku z obnovitelných zdrojů, tedy v podstatě klimaticky neutrálním způsobem. Už dnes

INZERCE



## Profesionální platforma pro podporu prodeje

- Integrace na e-shopy, CMS i CRM systémy
- Plná podpora AI při tvorbě a plánování kampaní
- Automatizace emailové komunikace, retenční kampaně
- Dynamický a personalizovaný obsah komunikace

[www.emailkampane.cz](http://www.emailkampane.cz)



se testují první projekty, například společnost Porsche se Siemensem staví v Chile velkou výrobu. Pokud EU skutečně ponechá možnost prodávat auta se spalovacím motorem za podmínky, že budou jezdit na klimaticky neutrální paliva, pak mají e-paliva obrovský potenciál. Na druhou stranu je nutné říct, že jde zatím o velmi drahou technologii. Je energeticky náročná, závislá na ceně elektřiny z obnovitelných zdrojů i na dostupnosti CO<sub>2</sub>. Proto e-paliva dnes spíše hledají své místo v segmentech, kde jiné alternativy nefungují, například v letecké dopravě.

**Elektromobilita v Česku postupuje pomaleji než v jiných zemích EU. Je podle vás reálné, že v roce 2035 skončí prodej nových aut se spalovacím motorem?**

Obávám se, že pro Česko to není realistický scénář. Tempo růstu elektromobilů je velmi pomalé. Narážíme na limity dojezdových vzdáleností, pomalý rozvoj rychlodobíjecích stanic, vyšších cen elektromobilů a také na to, že jejich zdanění zatím není vyřešeno. Přitom daň z fosilních paliv dnes tvoří významnou příjmovou část státního rozpočtu. Co ji nahradí? V Česku je 6,8 milionu osobních automobilů s průměrným stářím 16,5 roku a více než 90 procent z nich jezdí na benzin nebo naftu. I do budoucna budou spalovací motory nepostradatelné, hlavně v segmentech, kde náhrada elektromobilitou není reálná: těžká nákladní doprava, zemědělství, stavebnictví, integrovaný záchranný systém nebo armáda. Nikdo zatím nedokáže do osobního vozu uložit tolik energie v koncentrované podobě, jako nabízí benzin nebo nafta. Proto stále zdůrazňujeme, že řešením není jen elektromobilita, ale kombinace více variant pohonů, od



hybridů přes vodík až po spalovací motory s nízkouhlíkovými palivy. Budeme usilovat o to, a přidávají se další evropské země, aby byl cíl zákazu prodeje nových spalova-

ovlivnit také další speciální daňové zatížení, například v podobě uhlíkové daně.

**Jaký je aktuální vývoj spotřeby benzínu a nafty? Co na něj má největší dopad?**

Spotřeba benzínu i nafty kopíruje hospodářský cyklus, v dobách ekonomického růstu stoupá i spotřeba pohonných hmot. Během pandemie prudce klesla, ale už se vrátila na předcovidovou úroveň. Letos stojí za růstem hlavně domácí spotřeba, o tři až čtyři procenta se zatím zvýšila spotřeba benzínu, o dvě procenta nafta. Česko má zatím třetí nejlevnější naftu a šestý nejlevnější benzin v EU. Na rozdíl od jiných zemí se do konečné ceny nepromítají žádné další poplatky, například Slovensko má poplatek za skladování rezerv. V Německu se zase do ceny pohonných hmot částečně započítávají emisní povolenky. A obecně mají západní země větší daňové zatížení.

**A jak odhadujete spotřebu do dalších let?**

I v dalších 15 až 20 letech budou spalovací motory hrát dominantní roli, a to nejen u nás, ale i celosvětově. V Česku spotřebujeme ročně zhruba 8,7 miliardy litrů paliv, z toho 6,4 miliard litrů nafty. Tyto objemy se v dohledné době zásadně nezmění. Naší prioritou zůstává zajistit kvalitní paliva, a postupně snižovat uhlíkovou stopu. Nejen pomocí HVO, ale dále nasazením benzínu E 20, u nafty B10 a dalších alternativních paliv, vedle elektro mobility například LNG nebo syntetická paliva. Nevěřím na jediný zázračný recept. Reálná dekarbonizace přijde jen tehdy, když necháme vedle sebe žít více druhů pohonů. Cílem by nemělo být nahrazování spalovacích motorů za každou cenu, ale snižování

**Budoucnost dopravy nebude stát na jednom řešení, ale na rozumném mixu.**

cích motorů v roce 2035 buď zrušen, nebo posunut na realističtější hranici, řekněme rok 2045, aby se mohl průmysl a další rozvoj infrastruktury pro alternativní pohony přizpůsobit. Negativně by nás do budoucna vedle růstu spotřebních daní mohlo



Levně  
Chutně  
Snadno

**SALOMON**  
FOODWORLD



Pro více informací o výrobcích: [kostal.tomas@alimpex.cz](mailto:kostal.tomas@alimpex.cz)

# ZDRAVÉ A RYCHLÉ nealko dobývá obchody

**Zákazníci na pumpách sahají po rychlém osvěžení do auta. Nejčastěji po menších chlazených baleních, energetických nápojích nebo funkčních vodách. Stále více přitom vyhledávají zdravější alternativy bez cukru a jsou ochotni připlatit si za prémiové a netradiční novinky.**

Pavel Gregor, pavel.gregor@atoz.cz

Na čerpacích stanicích stále platí, že zákazník hledá rychlé osvěžení na cestu. „Výrazně tedy fungují menší formáty plechovek, především energy drinky a ledová káva. Naopak v supermarketech dominuje nákup do zásoby, více balení a cenové promoakce. Na pumpách je vidět i silný posun k nápojům bez cukru a funkčním variantám,“ poodkrývá Olina Mikešová, trade marketing manažerka společnosti Hell Energy Drinks Czech. Spotřebitelé přitom chtějí energii nebo vitaminový doplněk okamžitě, ovšem zároveň sledují složení.



10

## Energetické nápoje, funkční a vitaminové vody

Spotřebitelé na cestách chtějí sáhnout po něčem originálním, co jim zpříjemní jízdu. „Zatímco v supermarketu řeší spíše cenu a nakupují do zásoby, na pumpě se rádi odmění a vyberou si něco prémiového. Právě tady dobře fungují naše vitaminové vody, které zdravě hydratují a díky magnéziu a zinku dodají energii i na dlouhou cestu,“ vysvětluje Tomáš Krumpholz, jednatel společnosti Snowball. Zákazníci navíc oceňují, že mají možnost sáhnout po českém výrobku, který je chuťově skvělý. Proto spotřeba formátu s sebou roste a zákazníci preferují ve větší míře chlazené nápoje a jedno balení, kde akceptují vyšší jednotkovou cenu za okamžitou chlazenou dostupnost. „Obecně se jedná o okamžitou spotřebu do auta místo plánovaných nákupů na později typických pro

retail,“ konstatuje Martin Prokeš, manažer prodeje pro čerpací stanice společnosti Coca-Cola HBC Česko a Slovensko. Proto v porovnání se supermarketem méně fungují multipackery a velké objemy. Významně se daří energetickým nápojům, funkčním a vitaminovým vodám a kávě.

„V posledních letech je patrný větší zájem o zdravější alternativy a nízkokalorické nápoje bez cukru. Nutností je atraktivní design produktu pro snadné rozpoznání a podporu nákupního rozhodnutí,“ dokládá Marcela Klancová, trade marketing specialist CZ/SK společnosti Rauch Praha. I společnost Orlen Unipetrol RPA

vnímá výrazný posun v preferencích zákazníků směrem k funkčním a vitaminovým vodám, které vykazují dvojciferný meziroční růst. „Spotřebitelé stále častěji vyhledávají nápoje bez cukru, s přidanými vitaminy nebo minerály. Naopak tradiční ochucené vody a energetické nápoje po letech růstu mírně klesají,“ prozrazuje tisková mluvčí Lada Gadas. Čerpací stanice jsou impulzním kanálem, zákazníci nenakupují zásoby na týden, ale sahají po něčem praktickém a určeném k okamžité spotřebě. „Proto dominují menší balení do jednoho litru. Kromě PET lahví na cesty jsou v poslední době velmi oblíbené nápoje v plechovce,“ přiznává Martin Matěj, trade marketing specialista na čerpací stanice společnosti Kofola ČeskoSlovensko.



### „Důraz musí být na impulzní formáty.“

Stejně jako na moderním trhu vnímáme rostoucí spotřebitelské preference přírodních nebo funkčních produktů, především v segmentu minerálních vod. Sortiment čerpací stanice musí nabízet kompletní nabídku všech kategorií, od energetických nápojů až po neperlivé vody ve všech základních formátech. Samozřejmě s důrazem na impulzní formáty. Zastoupení všech cenových kategorií je základním předpokladem atraktivního sortimentu, který uspokojí náročného spotřebitele.

Mikuláš Duda, tiskový mluvčí, MOL Česká republika

## Něco také pro děti

Podle zástupců společnosti Mattoni 1873 se zvyšuje zájem o ochucené minerálky s dalšími benefity, jako jsou vitaminy či různé funkční ingredience. I proto řadu funkčních minerálních vod Magnesia Plus nabízí ve čtyřech variantách Focus, Antistress, Boost a Revital. Všechny vycházejí z přírodní jemně perlivé minerální vody Magnesia s obsahem hořčičku a jsou

# PODPOŘTE SVÉ TĚLO I MYSL



obohaceny o vitaminy, minerály či výtažky z rostlin. Značka Mattoni zase nabízí řadu Mattoni Imuno, tedy minerální vodu Mattoni ve dvou příchutích obohacenu o zinek a vitaminy B6, D3 a B12 nebo A, které přispívají k normální funkci imunitního systému. „Nově nabízíme i Mattoni Imuno v nové, vylepšené receptuře s dvojnásobnou dávkou vitaminů,“ poodkrývá tisková mluvčí Lutfia Miňovská. Horkou novinkou kategorie funkčních vod jsou dvě varianty Hanácké kyselky Kolagen a Paměť + Ginkgo Biloba.

Čerpací stanice jsou jedním z nejuspěšnějších míst k prodeji energetických nápojů. „V tomto segmentu jsme letos začali nabízet náš vlastní energy drink Guarana s charakteristickou siluetou sovy na obalu. Tuto ikonickou značku jsme přivedli na český trh rovnou v šesti variantách,“ zmiňuje Lutfia Miňovská. A dodává, že spotřebitelé často cestují autem s dětmi, proto i v sortimentu čerpacích stanic nachází své místo jejich nová řada dětských ochucených vod #Yes, která přináší spojení osvěžujících ovocných příchutí bez umělých sladidel a barviv a vody z nedotčené přírody od české značky Dobrá voda.

## Nakupující hledají i něco jiného

Základem nealko nabídky na čerpačkách je schopnost pokrýt všechny možné potřeby zákazníků. „Mezi největší kategorie patří především kolové nápoje, kterou podle prodaných kusů na benzinkách preferovalo za první polovinu roku o 69 procent více zákazníků než všech ostatních výrobců dohromady. Kategorie energetických drinků výrazně roste několik let za sebou. Zapomenout nemůžeme na neperlivou a perlivou vodu, včetně ochucených variant bez cukru,“ vysvětluje Martin Prokeš. V nabídce by neměly chybět ani ostatní kategorie, jako ledové čaje (klasické a bez cukru), isotoniky / funkční vody a připravená káva. Důležité jsou malé objemy 0,33–0,5 l, velký podíl chlazených nápojů a dostupnost variant bez cukru.

„Zákazníci ale čím dál více hledají i něco jiného. Jako jsou například zdravější ovocné limonády nebo funkční nápoje a varianty bez cukru. U nás to skvěle plní například vitamínové vody nebo energetické nápoje Bohemsca, které spojují funkčnost s chutí,“ naznačuje Tomáš Krumpholz. To potvrzuje i ocenění v marketingovém programu Volba spotřebitelů – Nejlepší novinka roku 2025. Odborníci se shodují, že klíčové bude nabídnout v každé kategorii bezcukerné varianty, protože podíl zákazníků, kteří cukr omezují, neustále roste. „Právě sem zapadá i naše novinka Carpe Diem Kombucha, která kombinuje skvělou

chuť a benefity fermentovaného čaje ze směsi malin, máty, višňi, citrusů a estragonu. Nabízí nízkou kalorickou hodnotu, přirozenou chuť a benefity pro tělo,“ konstatuje Marcela Klancová. Tím reagují na trend zdravějšího životního stylu a rostoucí zájem o nealkoholické nápoje.

## Nabídka zahrnuje netradiční nápoje

Společnost Orlen Unipetrol RPA kromě základního sortimentu nabízí i vlastní privátní značky Verva a ledové kávy či smoothie a džusy Stop Cafe. „Na vybraných čerpačkách jsme v letošní letní sezoně zahájili prodej ledových káv, čerstvých džusů a limonád, které reflektují aktuální trendy a preference zákazníků,“ představuje tisková mluvčí Lada Gadas. Jde například o espresso tonic s ibiškem, espresso tonic s maracujou, frappé slaný karamel nebo Green Energy džus, což je pomerančová šťáva s baby špenátem a mraženým ananášem.

Nechybí však ani Mango Boost džus, pomerančová šťáva s mraženým mangem a domácí limonády ve třech příchutích, citronová, mangová a ibišková. Tato nabídka je navržena tak, aby oslovila jak zákazníky hledající osvěžení, tak i ty, kteří preferují zdravější nebo netradiční varianty nápojů. Proto na podzimní a zimní roční období připravují nabídku teplých drinků, které potěší i v sychravých dnech. „Kategorie nealkoholických nápojů se vyznačuje výraznou sezonností, značně navýšení prodeje v letních měsících je taženo především kategorií vod a limonád. Naproti tomu energetické nápoje vykazují menší závislost na aktuální sezoně. Aktuálně jsme v revizi sortimentu

**„Zákazník se nebojí volit vyšší kvalitu.“**



Kolové nápoje, minerální, pramenité nebo ochucené vody a ledové čaje tvoří základní nabídku nealko nápojů na benzinkách. Doplnit je ale potřeba i o energetiky a funkční vody, které reflektují aktuální trendy a dodají řidiči okamžitou energii na cestu. Zároveň se zákazníci na čerpačkách nebojí sáhnout po prémiovějších nápojích vyšší kvality i ceny.

**Martin Matěj,**  
trade marketing specialista  
na čerpací stanice,  
Kofola ČeskoSlovensko

po hlavní sezoně a připravujeme do sortimentu zařadit nové atraktivní novinky ve všech nápojových segmentech,“ prozrazuje Mikuláš Duda, tiskový mluvčí společnosti MOL Česká republika.

## Každý segment má své místo

Čerpací stanice jsou obecně prémiovějším segmentem než supermarket. Zákazníci se nebojí sáhnout po značkách, které jim nabídnou kvalitu a výjimečný zážitek. „Mainstream na pumpách dominuje, ale prémiové značky mají poměrně velký prostor, protože zvyšují atraktivitu nabídky i image samotné stanice. Privátní značky zůstávají spíše doplňkem a nehrají tak silnou roli jako v supermarketech,“ domnívá se Martin Matěj. A dodává, že Kofola je stabilní mainstreamový nápoj, bez kterého se sortiment na pumpě neobejde. Pramenitá voda Rajec boduje svou praktičností díky sportovnímu uzávěru, který ocení řidiči i rodiny na cestách. Prémiový zážitek přináší limonády Targa Florio a v segmentu funkčních nápojů roste Korunní funkční, která je obohacena o funkční benefity jako vitaminy a minerály. Rostoucí trend pozorují rovněž v prodeji Prager's kombuchy.

Podle Tomáše Krumpholze má každý segment své místo: „Privátní značky a mainstream řeší rychlou zřízení a cenu, ale pokud má čerpací stanice zaujmout širší publikum, potřebuje i něco navíc. A to jsou produkty Bohemsca.“ Prémiové produkty mají tu výhodu, že vytvářejí loajalitu, zákazník se rád vrátí tam, kde objevil něco jiného než jen běžnou nabídku. „Nejsilnější objem tvoří mainstreamové značky, které jsou pro zákazníka jistotou. Prémiové produkty přinášejí vyšší marži a diferenciaci, proto je vhodné je mít viditelně vystavené, ideálně ve středu chladičového boxu,“ říká Olina Mikešová. Domnívá se, že privátní značky jsou na vzestupu a mohou nabídnout přílevnější cenovou alternativu, ale nikdy by neměly nahrazovat silné značky, protože zákazník na pumpě očekává známé brandy, na které se může spolehnout. „Většina čerpaček se snaží uvádět na trh vlastní privátní značky v různých kategoriích, které jsou cenově dostupnější. Z tohoto pohledu je důležité udržet kvalitu značkových produktů na nejvyšší úrovni, aby byli spotřebitelé i nadále ochotni si za ně připlatit,“ komentuje Lutfia Miňovská.

Pro čerpací stanice se vyplatí stavět sortiment na osvědčeném mainstreamu, který by měl tvořit přibližně 60 až 70 % nabídky. Aspoň to si myslí Martin Prokeš, podle něhož zajistí stabilní objem prodeje a pokryje nejširší spektrum zákazníků. K němu je vhodné přidat prémiové produkty, ideálně v rozsahu 20 až 30 % sortimentu.

# Oil Station Care – příběh komplexní péče o čerpací stanice

## Když se zkušenost promění v systém.



**Myšlenka a zrod ucelené nabídky služeb nevznikl v zasedačce, ale v praxi – mezi výdejními stojany, nerezovými pulty, čistírnami odpadních vod a souvisejícími servisními výjezdy. Tak vznikl i projekt Oil Station Care, který dnes nabízí ucelené portfolio služeb pro čerpací stanice všech typů a jejich gastro zóny. Jeho základ vyrostl z více než třicetiletých zkušeností s údržbou, servisem a legislativním poradenstvím v oblasti provozu čerpacích stanic, které denně obsluhují velké množství zákazníků.**

### Od jednotlivých zakázek k ucelené péči

Na počátku šlo o jednotlivé služby – revize technologií, rozborů vody, čištění odpadních systémů nebo servisní zásahy. Každý klient řešil jiný problém, ale jedno měli společné: potřebovali spolehlivého partnera, který nejen opraví, co je třeba, ale zároveň rozumí celku provozu čerpací stanice. „Postupem času jsme si uvědomili, že jednotlivé služby na sebe logicky navazují. Facility management, technologie, odpadní vody, legislativa – všechno je propojeno. A že když to celé zastřešíme, můžeme zákazníkům výrazně ušetřit starosti, a ve výsledku i peníze,“ vzpomíná jeden ze zakladatelů projektu.

Tak vznikla myšlenka nabídnout komplexní servis pod jednou značkou – Oil Station Care. Provoz bez prostojů, legislativa bez stresu. Moderní čerpací stanice dnes nejsou jen o palivu. Jsou to multifunkční centra služeb, která kombinují prodej, gastronomii i energetiku. A právě tato různorodost klade na provozovatele obrovské nároky – technické, ekologické i administrativní.

Oil Station Care proto přináší celkový facility management, který zahrnuje: pravidelnou údržbu a kontroly zařízení, správu odpadních systémů, technologický servis výdejních stojanů, HVAC (topení, větrání a klimatizace) a ČOV, pohotovostní servis 24/7 celoročně, kompletní legislativní zajištění v oblasti BOZP, PO a ochrany životního prostředí. „Díky propojení všech těchto oblastí dokážeme reagovat okamžitě, předcházet problémům a minimalizovat prostoje. Klient tak ví, že se o jeho stanici staráme komplexně,“ dodává Lubor Petrásek, business development manager společnosti. Technologie, odpady, gastronomie – nabízíme ojedinělou permanentní dosažitelnost služby a jednoduché a efektivní řešení – vše z jednoho zdroje.

### Provoz zajištěný v souladu s veškerými zákonnými požadavky

Čerpací stanice dnes nejsou jen místem, kde se tankuje. Stávají se zastávkou pro občerstvení, místem odpočinku i setkání. S tím souvisí i vyšší nároky na kvalitu odpadních vod, hygienu a komfort zákazníků. Oil Station Care proto navrhuje a instaluje specifické technologie pro odpadní vody s tuky, oleji a agresivními látkami, které jsou vhodné nejen pro čerpací stanice, ale i pro jejich gastro zóny a automyčky.

„Vše, co jsme dříve dělali pro různé zákazníky zvlášť, jsme dnes spojili do jednoho systému služeb. Provozovatel tak nemusí volat pět firem – má jediného partnera, který rozumí celému provozu od techniky po legislativu,“ shrnuje filozofii nastupující tvář projektu Oil Station Care.



Společnost Oil Station Care symbolizuje novou úroveň profesionality v provozu čerpacích stanic. Vychází z dlouholeté praxe, technického know-how a porozumění tomu, co provozovatelé skutečně potřebují – spolehlivost, jednoduchost a jistotu, že vše funguje, jak má. Ať už jde o benzín, elektřinu nebo vodík, společným jmenovatelem zůstává totéž: kvalitní servis, funkční technologie a provoz bez starostí. **Více informací na [www.oilstationcare.com](http://www.oilstationcare.com).**

Budoucnost čerpacích stanic je v poskytování komplexních služeb. Proto přicházíme s komplexním řešením pro zajištění jejich funkčního provozu.



**OilStationCare**

**Pod stupni 10/7**

**Praha 10 – Vršovice**

**+420 778 000 141**

**[info@oilstationcare.com](mailto:info@oilstationcare.com)**

# Cílem je ZAUJMOUT zákazníky

**Od sladkostí a menších snacků přes nápoje s sebou až po lokální speciality. Správně vystavené produkty dokážou zákazníky zaujmout na první pohled a zvýšit tržby. Na cestě k rychlému občerstvení nebo malému bonusu sáhnou po něčem navíc řidiči, rodiny i mladší generace, ať už jde o klasiku, limitované edice nebo zdravější alternativy.**

*Pavel Gregor, pavel.gregor@atoz.cz*

Impulzní zboží představuje produkty, které zákazník původně neměl v plánu koupit, ale „uloví“ ho v momentě, kdy je vystavené u pokladny, na stojanu nebo v regálu. Typicky jde o sladkosti a drobné občerstvení, například čokolády, bonbony nebo chipsy, nápoje ve formátu s sebou, jako jsou energetické nápoje, malé lahve vody nebo káva, doplňky pro auto, například osvěžovače vzduchu, nabíječky či čisticí hadříky, a sezonní produkty, například sluneční brýle v létě nebo rukavice a škrabky na sklo v zimě. Hlavní princip je jednoduchý, zákazník stojí u pokladny a přemýšlí, že si k nákupu vezme ještě něco malého. Pokud mu je to správně nabídnuto, často sáhne po produktu, aniž by nad tím dlouze přemýšlel.

Čapková, trade marketing specialist společnosti Orbico. Tyto malé porce mají tu výhodu, že se snadno otevírají a jsou praktické k okamžité konzumaci, což je ideální právě pro řidiče, kteří nemají čas nebo možnost se zastavit a jíst na klidném místě.

## Dopřát si něco navíc

Zajímavým trendem poslední doby je výrazný nárůst zájmu mladší generace, která do obchodů míří zejména ve chvílích, kdy potřebuje něco rychlého k zakousnutí. Tito zákazníci oceňují kombinaci praktičnosti a chutě. Chtějí snack, který je malý, ale zároveň dostatečně chutný, aby uspokojil okamžitou chuť k jídlu. „I proto

v kategorii impulzního zboží na čerpacích stanicích pozorujeme růst menších formátů, baleného pečiva a prémiových produktů. Spotřebitelé hledají praktické balení i rychlou odměnu na cestě. Jejich profil je velmi pestrý, vedle řidičů a rodin na cestách stále více přibývá i mladších spotřebitelů, kteří se nebojí vyzkoušet novinky a chtějí si dopřát něco navíc,“ naznačuje Václav Koucký, manažer pro aktivaci v prodejnách společnosti Mondelez International. Mezi uživateli věrnostních aplikací evidují vyšší zastoupení mužů oproti ženám.

Díky těmto poznatkům je možné sortiment menších balení snacků cíleně rozšiřovat a přizpůsobovat aktuálním trendům. Sledovat je vhodné nejen oblíbené klasiky, ale také novinky a limitované edice,

## Snacky nejen pro řidiče

Po natankování pohonných hmot spotřebitelé často zamíří do obchodu nejen kvůli rychlému občerstvení, ale i pro drobnosti na cestu. „Mezi produkty, které se nejčastěji kupují impulzně, vedou cukrovinky, především čokoládové tyčinky, bonbony a oplatky s polevou. Čokoládové tyčinky mají při tom nejvyšší šanci zaujmout, a proto je jejich strategické umístění v prodejně velmi důležité,“ říká Tereza Procházková, tisková mluvčí společnosti Nestlé Česko. Sortiment tyčinek lze rozdělit na moderní, mezi něž patří například KitKat, Lion nebo Studentská Pečeť Naruby, a na tradiční, kam spadají Kofila, Ledové Kaštany, Margot, Banánky či Deli. „Portfolio tradičních tyčinek jsme nedávno obohatili o bílou verzi Banánů, která si rychle získala oblibu spotřebitelů,“ doplňuje.

Na čerpacích stanicích je v poslední době pozorován rostoucí zájem o rychlé snacky v menších baleních, které zákazníkům umožňují pohodlnou konzumaci přímo na cestě. „Z našeho portfolia patří k nejžádanějším například čtyřicetigramové balení Pringles. Statistiky ukazují, že typickými zákazníky těchto snacků jsou nejen jednotliví řidiči, ale i rodiny s dětmi, které hledají rychlé občerstvení během výletu nebo při návratu z nákupů,“ vysvětluje Aneta



kteří dokážou zaujmout vizuálně i chuťově. Strategické umístění těchto produktů přímo u pokladny či na dobře viditelných stojanech maximalizuje šanci, že zákazník zvolí impulzní nákup. V praxi to znamená, že menší balení Pringles nebo podobných snacků dokážou významně přispět k růstu tržeb a zároveň zvyšují spokojenost zákazníků tím, že jim nabízejí jednoduché a rychlé řešení jejich malého hladovění během cesty. „Skvěle fungují limitované edice Pringles. Zákazníci na čerpacích stanicích je berou spontánně, protože je vnímají jako něco speciálního a neokoukaného,“ konstatuje Aneta Čapková. Příkladem je edice Super Mario, která byla velmi oblíbená a ukázala, že i hravý design dokáže výrazně zvýšit chuť nakoupit.

## Rozhoduje rychlost a atraktivní design

Na čerpacích stanicích funguje nejen klasika, ale čím dál více roste zájem o zdravější a funkční alternativy, třeba proteinové tyčinky nebo menší balení tzv. better-for-you produktů. „Inflace sice pravděpodobně snižuje objemy, ale spotřebitelé jsou ochotni zaplatit více za produkt, který jim dává smysl. Nejčastěji impulzní zboží kupují řidiči při krátké zastávce, rodiny spíše řeší praktické balení na cestu a mladí spotřebitelé se orientují na novinky a zdravější složení,“ říká Martin Dolský, ředitel marketingu společnosti Penam. Celkově se z čerpacích stanic stává místo rychlého občerstvení i nákupu něčeho navíc, kde je rozhodující rychlost a atraktivní vystavení. Tam se skvěle hodí i pečivo, ať už s sebou do auta, nebo jako svačina na zítřek do školy.

„Rovněž u nás v kategorii impulzního zboží sledujeme rostoucí zájem o zdravější alternativy. Například proteinové tyčinky, ořechové směsi nebo doplňky stravy. Zákazníci stále častěji sahají po produktech bez cukru nebo s jeho nižším obsahem. V letních měsících se daří zmrzlinám, balenému ledu a nealkoholickým variantám nápojů, včetně nealkoholických vín i lihovin,“ upozorňuje Lada Gadas, tisková mluvčí společnosti Orlen Unipetrol RPA. Zároveň potvrzuje, že významnou skupinu tvoří mladí spotřebitelé, kteří reagují na atraktivní design, novinky, prémiové produkty, limitované edice a sezonní nabídky.

## Funkční produkty s přidanou hodnotou

Na čerpačkách funguje efekt překvapení, zákazníci čekají klasickou nabídku, a když uvidí něco speciálního, jsou ochotni to vyzkoušet. „Odezva bývá spontánnější než

## „Tahákem jsou regionální motivy.“



V obchodech na čerpacích stanicích mají novinky a limitované edice s atraktivním obalem zásadní význam. Stejně tak jako sezonní příchutě, nebo tematický design. Promo akce pravidelně obměňujeme podle sezony a zákaznických preferencí. Využíváme digitální displeje v pokladní zóně, které pomáhají zákazníkům k lepší orientaci v aktuální nabídce.

**Lada Gadas,**  
tisková mluvčí,  
Orlen Unipetrol RPA

v běžném retailu, protože rozhodnutí se dělá rychle, v řádu vteřin. Limitované edice navíc přinášejí pocit exkluzivity a mohou zvýšit celkový zájem o kategorii,“ shrnuje Martin Dolský. I v tomto segmentu nabývají na významu funkční produkty s přidanou hodnotou. „Impulzní zboží by mělo obsahovat mix známých, prověřených produktů, doplněný o exkluzivní, specifické propozice, které nejsou v sortimentu klasických obchodů,“ sděluje Mikuš Duda, tiskový mluvčí společnosti MOL Česká republika.

Impulzní nákupy jsou především spontánní a zákazníci rádi sáhnou po něčem neokoukaném, co jinde běžně nekoupí. „Sortiment by měl být kompaktní a přehledný, založený na osvědčených bestsellerech a doplněný o atraktivní novinky, aby zákazníka zaujal, ale nezahltl,“ uvádí Václav Koucký. V neposlední řadě je velmi důležitá lokace snacking kategorie na ploše čerpací stanice, proto je vhodné volit místa na dohled od pokladní zóny.

## Druhotné vystavení má několik výhod

Jako velmi efektivní se v praxi ukazuje druhotné vystavení produktů, tedy jejich strategické umístění mimo hlavní regály nebo pulty, často v kombinaci s jinými sortimentními kategoriemi. „Na základě našich zkušeností například víme, že cukrovinky skvěle fungují v kombinaci s nápoji. Typickým příkladem je kombinace ledové kávy Nescafé s oblíbenými čokoládovými tyčinkami, jako jsou KitKat nebo Kaštany,“ podotýká Tereza Procházková. Tyto produkty doporučují vystavovat společně ve

speciálních stojanech přímo u pultu nebo v prodejní zóně, kde mají zákazníci možnost snadno je zaregistrovat a přidat do svého nákupu.

Druhotné vystavení má několik výhod. Zvyšuje viditelnost produktů, které by zákazník možná přehlédl, a zároveň využívá psychologický efekt spojení dvou komplementárních položek, sladkost a nápoj tvoří přirozenou dvojici pro rychlé občerstvení. „Navíc zákazníky motivujeme ‚combo‘ nabídkami, tedy výhodnými balíčky, které zahrnují nápoj a sladkost za zvýhodněnou cenu,“ dodává. Takové kombinace často vedou k impulznímu nákupu, protože zákazník vnímá hodnotu nejen v jednotlivých produktech, ale i ve výhodě celého setu.

## Potenciál lokálních výrobků

Cílem je nejen zvýšit tržby, ale rovněž zlepšit zákaznickou zkušenost. I proto si spotřebitelé odnášejí hotové řešení pro rychlé občerstvení, aniž by museli dlouze vybírat. V praxi se osvědčuje pravidelná obměna kombinací podle sezon, trendů nebo novinek v sortimentu, což udržuje nabídku atraktivní a zajímavou pro různé typy zákazníků, od řidičů a rodin po mladé spotřebitele hledající rychlý snack na cestu. Druhotné vystavení se stává nejen nástrojem pro zvýšení prodeje, ale i součástí celkové strategie, jak čerpací stanici učinit moderní, praktickou a lákavou pro návštěvníky. „Důležité je však nabídnout oblíbené příchutě v našem čtyřicetigramovém formátu a k nim pár novinek, které sortiment osvěží. Zákazník se rychle zorientuje a vždy si vybere,“ sděluje Aneta Čapková.

Určitý potenciál mají i lokální produkty a značky, které nejsou v běžném retailu, pomáhají stanicím odlišit se a můžou fungovat jako malý „suvenýr“ z cesty. „K našim úspěšným novinkám patří bezpochyby Milka Croissanty, které nám na čerpacích stanicích fungují perfektně a naplňují příležitost sladkých odměn na cestě, ale i praktické svačinky,“ zmiňuje Václav Koucký. A podle Terezy Procházkové jsou oblíbenou volbou zákazníků na čerpacích stanicích i bonbony, zejména funkční varianty, které osvěžují dech nebo ulevují při nachlazení. Mezi ně patří například Hašlerky a Anticol.

Sortiment impulzního zboží by měl být dostatečně pestrý, aby zákazník vždy našel klasiku i něco nového, ale zároveň nepůsobil přeplněně. Je dokázáno, že se více prodává s jednodušší a přehlednou nabídkou. Ideální je kombinace základních „jistot“ (čokoládové tyčinky, žvýkačky, slané snacky pečiva) s menším počtem novinek či zdravějších variant.

# Výběr formuje CHLADNÉ POČASÍ

**Přípravky na hmyz a pyl střídají nemrznoucí směsi, rozmrazovače skel a škrabky na led. Zájem o tyto produkty startuje už na konci září. Právě to je ideální čas připravit auto na zimu, kdy správná volba provozních kapalin a autokosmetiky rozhoduje o bezpečnosti i pohodlí za volantem.**

Pavel Gregor, pavel.gregor@atoz.cz

S příchodem chladnějších měsíců se mění i nákupní chování motoristů. V oblasti provozních kapalin se zájem postupně přesouvá k zimním směsím do ostříkovačů, které dokážou odolat mrazům a zajistit bezpečnou jízdu i v nepříznivém počasí. „V autokosmetice nastupují produkty spojené s každodenní zimní praxí. Největší poptávka je po rozmrazovačích skel, ať v aerosolové verzi či s mechanickým rozprašovačem, a osvědčených pomocnicích, jako jsou škrabky na led. Ty se pro mnoho řidičů stávají nezbytnou výbavou už na začátku podzimu,“ zmiňuje Kateřina Kyselová, brand manager značky Coyote, AutoMax Group.

## Impulzem je konec září

Podzimní a zimní období je pro motoristy náročné, a proto se vyplatí připravit vůz s předstihem. Společnost Filson, která dlouhodobě staví na inovacích a rozvoji tradičních českých značek Carlson a Velvana a zároveň nabízí široký sortiment autodoplňků Aroso, pravidelně přináší na trh novinky a prémiové produkty. „Jsme rovněž výhradním distributorem stylových vůní Little Joe a nově i Little Pup, které dodávají interiéru automobilu osobitý charakter,“ říká obchodní ředitel Milan Demel.

„Už od konce září doporučujeme přejít na zimní kapaliny do ostříkovačů, které chrání rozvody před mrazem a zajišťují čistý výhled,“ vzkazuje Milan Demel. Řidiči mohou volit mezi cenově dostupnou klasikou Velvana Glacidet, nebo prémiovými variantami Carlson, například Pink Lady a Nano. Novinku představuje atraktivní Carlson Crazy Edition s parfémem Rally, což je přechodová kapalina do  $-5\text{ }^{\circ}\text{C}$ , která navazuje na úspěšnou letní edici a přináší svěží vůni i do zimních měsíců.

## Produkty pro obtížné podmínky

V podzimních teplotách je vhodná kapalina do ostříkovačů s garantovanou mírou nezámrznosti. A právě pro toto období jsou v nabídce přechodové kapaliny funkční do  $-5\text{ }^{\circ}\text{C}$ . „Tato směs má nižší podíl etanolu než klasické zimní směsi, proto je i levnější, což je žádoucím spotřebitelským benefitem,“ vyzdvihuje Tomáš Skopový, marketingový ředitel společnosti DF Partner. Nákup dražší zimní směsi je možné oddálit i zakoupením menšího objemu směsi letní, v nástupu jarní sezony málokdo nakupuje litrové balení. Nyní to může být vhodná varianta, protože klasický pětilitrový objem bude již do nástupu mrazů k problematické spotřebovat.

S příchodem podzimu a zimy výrazně roste zájem nejen o nemrznoucí směsi, zimní kapaliny do ostříkovačů, ale rovněž rozmrazovače skel a další produkty určené pro chladné počasí. „Zatímco v letních měsících dominují přípravky na odstranění hmyzu a pylu, v zimě zákazníci vyhledávají produkty, které zajišťují bezpečnost a komfort jízdy v náročnějších podmínkách,“ popisuje Lada Gadas, tisková mluvčí společnosti Orlen Unipetrol RPA. Rovněž doporučuje používat celoroční kapaliny s odolností do  $-5\text{ }^{\circ}\text{C}$ , které jsou ideální pro přechodné období.

## S vlhkostí bojují různé pomocníci

Ještě během září a října se vyplatí věnovat vozu i péči s pomocí autokosmetiky. Řada Velvana Autocleaner zahrnuje přípravky na předmytí vozidel, autošampóny, rychlý lesk, nano čistič disků kol, čistič brzd a čistič potahů. Rovněž tak leštěnky na metalické a staré laky, čističe palubní desky, čistič plastů a pryže, odstraňovače hmyzu, čističe oken a technické spreje. „Správná údržba karoserie a interiéru chrání vůz před korozi, solí a vlhkostí. Po důkladném umytí karoserie je vhodné použít vosk nebo leštěnku, které chrání lak, odstraní drobné škrábance a dodají vysoký lesk,“ radí Milan Demel.

S postupujícím podzimem přichází i nepříjemné zamlžování skel. Řidičům s tím může pomoci Carlson přípravek proti zamlžování, praktická Velvana Clarin utěrka, nebo novinka Aroso pohlcovač vlhkosti, který výrazně zvyšuje komfort při jízdě.

## Uspokojení nouzové potřeby

Čerpací stanice jsou typickým místem pro uspokojení nouzové potřeby. Nicméně svítící kontrolka oleje či kapaliny do ostříkovačů je jasným impulzem pro okamžitý nákup. „Stěžejní je vyřešení problému ihned,“ deklaruje Tomáš Skopový. Na dálničních čerpacích stanicích se prodají



významné objemy provozních kapalin, nejvíce směsí do ostřikovačů a chladicích kapalin. Současně jsou i místem nákupu zapomenutých věcí denní potřeby, jako je třeba nabíjecí kabel mobilního telefonu nebo kartáček na zuby se zubní pastou.

„Naopak městské čerpačky by se měly zaměřit na motoristy nejen s urgentním problémem. Ti zde totiž řeší nákup pro péči o vůz, proto autokosmetika a čisticí pomůcky patří mezi velice dobře prodejné sortiment,“ konkretizuje Tomáš Skopový. Každopádně u obou typů dodacích míst dobře funguje impulzní nabídka. Charakteristickým zástupcem jsou třeba osvěžovače vzduchu. Společnost DF Partner od letošního jara rozšířila svou nabídku díky úzké spolupráci s českou značkou Power Air.

## Poměrně výrazné rozdíly

Podle Kateřiny Kyselové zákazníci na čerpacích stanicích pořízují provozní kapaliny zpravidla podle aktuální potřeby. Typicky tehdy, když jim náplň dojde během cesty a v okolí nemají možnost se zastavit v oblíbeném specializovaném obchodě s autokosmetikou. „Právě pro tyto situace jsme rozšířili nabídku o nové ostřikovače Coyote v menších baleních po dvou a čtyřech litrech,“ prozrazuje. Díky nim řidiči nemusí vozit v autě napůl prázdný kanystř a mají k dispozici praktické množství přesně na doplnění zásob.

„Rozdíly mezi městskými a dálničními čerpacími stanicemi jsou poměrně výrazné. Zatímco ve městě slouží pumpa především k rychlému tankování a drobným nákupům, dálniční stanice mají mnohem širší roli,“ míní Kateřina Kyselová. Plní i odpočinkovou funkci, zákazník zde nejen doplní pohonné hmoty, ale může se i občerstvit, protáhnout a načerpat síly před další cestou.

## Základem je přizpůsobit sortiment

Na pumpách převládá nouzový nákup, kdy zákazníci sáhnou po provozní kapalině nebo autokosmetice ve chvíli, kdy jim produkt dojde během cesty. „V zimních měsících však pozorujeme i nárůst preventivních nákupů, kdy si řidiči pořízují zásoby před očekávanými mrazy,“ uvádí Lada Gadas. Proto jsou čerpací stanice společnosti Orlen Unipetrol RPA vybaveny tak, aby zákazník našel potřebný produkt i při nečekané situaci, ať už jde o kapalinu do ostřikovačů, rozmrazovač nebo interiérový sprej. „Dálniční stanice mají zpravidla vyšší obrát, širší sortiment a větší důraz

„Aditiva pomáhají předcházet problémům.“



Zodpovědní motoristé vědí, že pro ošetření pohonných hmot je právě podzim ideálním obdobím. Aditiva do nich pomohou zapracovat parafíny či obsaženou vodu zpět do paliva tak, aby se ve stěžejním zimním období předešlo jakýmkoliv problémům.

**Tomáš Skopový,**  
marketingový ředitel,  
DF Partner

na impulzní a sezonní zboží. Obsluhují zákazníky na delších trasách, kteří často nakupují komplexněji, od provozních kapalin po občerstvení,“ vyjmenovává Lada Gadas. Městské stanice obsluhují více pravidelných zákazníků, kteří přicházejí cíleně a častěji. Sortiment je přizpůsoben jejich potřebám, například pro rychlý nákup kapaliny do ostřikovačů nebo interiérového spreje.

Každá čerpací stanice si musí být vědoma struktury svých zákazníků. „U těch, které jsou umístěny na hlavních dálničních a silničních tazích, mají své místo prémiové značky. Mezi zákazníky navíc patří

i velké množství zahraničních motoristů, kteří preferují známější prémiovou značku, lokální značka střední kategorie pro ně může být neznámou a neosloví je,“ ukazuje Tomáš Skopový. Ta naopak cílí na domácí klientelu a na čerpacích stanicích středního a menšího typu mimo rychlostní komunikace bude naopak nosnou značkou se stěžejními prodejci.

## Škrabky pro náročné

„Letos jsme do sortimentu zařadili zimní kapaliny do ostřikovačů bez zbytečných barviv. Zároveň jsme rozšířili i portfolio škrabek, od jednoduchých a cenově dostupných modelů až po robustnější varianty pro náročnější zákazníky,“ informuje Kateřina Kyselová. Každý si tak může zvolit řešení podle svých zvyklostí i rozpočtu.

Než teploty klesnou pod nulu, je vhodné zkontrolovat i motorový olej, chladicí kapalinu a autobaterii. „Osvědčenou volbou je český Fridex, moderní Carlson Antifreeze v chytrém kanystřu, nebo oleje Carlson a Syntanol. Do paliva doporučujeme používat aditiva, například Velvana Velfobin, Carlson či naši novinku, přísadu do benzínu E10, která neutralizuje negativní účinky biosložky a stabilizuje směs během celého provozu,“ doplňuje Milan Demel.

Péči si zaslouží i gumová těsnění a pneumatiky, a to přípravky proti přimrzání a k ošetření pryže, které v zimě trpí nejvíce.

## Cubex Centrum Praha: Místo pro vaše jedinečné eventy



Vyfoť si mě



**Uvedení nových vozů na trh**



**Dechberoucí gala večere**



**Odborné konference**



**Firemní vánoční večírky**

**Cubex  
Centrum  
Praha**

Na Strži 2097/63, 140 00 Praha 4  
T: +420 728 709 000  
E: rezervace@cubexcentrum.cz

**CUBEXCENTRUM.CZ**

# EDI JE INVESTICÍ do budoucnosti

**Elektronická výměna dat umožňuje automatizovanou komunikaci mezi čerpací stanicí a dodavatelem. Šetří čas, snižuje náklady a zajišťuje přesný a rychlý tok informací. Správně implementované řešení usnadňuje obsluhu, účetnictví i řízení zásob a stává se klíčovým systémem moderního retailu na pumpách.**

Pavel Gregor, pavel.gregor@atoz.cz

**W** Kromě paliv nabízejí čerpací stanice stále více impulzního zboží, nápojů, tabákových výrobků a snacků. A právě tento segment přináší pro provozovatele značnou část zisku. S rostoucí složitostí sortimentu a obměnou produktů se stává klíčovou otázkou, jak efektivně spravovat objednávky, faktury, dodací listy a další obchodní dokumenty. Právě zde vstupuje do hry EDI neboli elektronická výměna dat (z anglického Electronic Data Interchange), která umožňuje automatizovanou komunikaci mezi čerpací stanicí a jejími dodavateli. EDI není jen technologický nástroj, je to systém, který může zásadně ovlivnit efektivitu provozu, snížit náklady a zjednodušit každodenní procesy.

do systému bez chyb a zdržení. A tak potvrzuje, že obsluha má více času na zákazníky, účetní na kontrolu výsledků a dodavatelé rychleji vědí, co mají naskladnit. V praxi to znamená méně plýtvání času, rychlejší toky zboží a lepší cash-flow, tedy faktory, které mají přímý dopad na ziskovost čerpací stanice.

nemá reálně implementovaný zmiňovaný proces zalistování a správy kmenových dat prostřednictvím EDI. V některých případech je EDI využívána pro řízení zásob dodavatelem a pro automatizované zakládání alternativních identifikačních kódů výrobků, což se týká především tabákových produktů. Přesto i částečné využití EDI významně zjednodušuje život provozovatelům stanic. Přehled o zásobách je jasnější, aktualizace cen je rychlá a přenos dat bezprostřední, čímž se minimalizuje riziko nedostatku zboží nebo jeho nadbytku.

## Přínos znamená i částečné využití

Velkou roli EDI hraje také při správě sortimentu. Retail na čerpacích stanicích se vyznačuje častou obměnou sortimentu, objevují se nové příchutě nápojů, promo akce, limitované edice, změny v tabákovém sortimentu. „Díky EDI se katalogy i ceny mohou aktualizovat okamžitě, tak aby obsluha měla vždy aktuální data v systému,“ podotýká Jaroslav Šufajzl. Dodavatelé navíc sledují prodejní trendy a dokážou doporučit optimální množství zboží, což je zásadní pro rychloobrátkové produkty, které tvoří velkou část zisku čerpacích stanic.

Milan Mikula ale upozorňuje, že žádná ze sítí čerpacích stanic v ČR zatím bohužel

## Pečlivé plánování a postupný přístup

Výběr správného EDI partnera je klíčový. „Je důležité, aby partner dokázal propojit všechny dodavatele čerpací stanice, tedy nejen paliva, ale i tabák, nápoje a impulzní zboží. Dále je zásadní jednoduchá integrace s pokladním a skladovým softwarem, spolehlivý provoz 24/7 a kvalitní podpora v češtině,“ zmiňuje Jaroslav Šufajzl. Náklady na EDI by měly být transparentní a srozumitelně nastavené, aby provozovatel přesně věděl, do čeho investuje.

Milan Mikula doplňuje, že zkušenosti EDI poskytovatele s odvětvím čerpacích stanic a jejich dodavateli jsou rozhodující. Zejména v pilotních fázích zavádění EDI je proces mnohem jednodušší a rychlejší, pokud má partner praktické zkušenosti s podobnými projekty. EDI poskytovatelé jsou navíc propojeni, takže následný roll-out dalších dodavatelů je rychlý a efektivní. Pro velké sítě čerpacích stanic s centrálním ERP systémem je možné realizovat projekty napříč evropskými zeměmi, což ukazuje, že správný partner zajistí hladké rozšíření systému a propojení všech klíčových dodavatelů.

Implementace EDI vyžaduje pečlivé plánování a postupný přístup. Nejde jen o technologické napojení softwaru, ale i o správné nastavení interních procesů a školení obsluhy. Provozovatelé by měli nejprve zmapovat, které procesy chtějí automatizovat, od objednávek přes

## Výhodná úspora času a nákladů

EDI umožňuje přenos dokumentů elektronickou formou přímo mezi softwarovými řešeními obchodních partnerů. Místo manuálního přepisování objednávek, faktur a dodacích listů do interních systémů čerpací stanice probíhá veškerá komunikace automaticky, přesně a v reálném čase. Jak vysvětluje Jaroslav Šufajzl, key account manager společnosti Grit, v retailové části čerpacích stanic, tedy u prodeje nápojů, tabáku, snacků a impulzního zboží se EDI využívá čím dál častěji. U velkých sítí je to dnes standardní nástroj, který zajišťuje hladkou komunikaci s dodavateli, zatímco u menších stanic je EDI spíše postupným trendem. „Tlak dodavatelů a rostoucí význam maloobchodu na čerpacích stanicích tento trend urychluje a postupně se stává nezbytností,“ popisuje.

Hlavní výhoda EDI je zřejmá, šetří čas a snižuje náklady. „Automatizace celého procesu umožňuje zpracování požadavků stovek čerpacích stanic v síti bez nutnosti angažovat lidské zdroje,“ vysvětluje Milan Mikula, solution manager společnosti Editel CZ. Na straně provozovatele čerpací stanice se obsluha nemusí zabývat přepisováním dokumentů do systému, což jí umožňuje soustředit se na provoz samotné stanice a péči o zákazníky. Jaroslav Šufajzl dodává, že data se přenášejí přímo

„Implementace pokračuje.“



Většina velkých sítí čerpacích stanic EDI buď již zavedla, anebo v současnosti zavádí. Některé mají v podstatě stoprocentní pokrytí jak z hlediska plošného zapojení čerpacích stanic, tak celého procesu obchodních transakcí od objednávky přes dodací list a vratku až k elektronické faktuře. Jiné mají plošně pokrytou elektronickou fakturaci a další jsou ve fázi rozvoje, tedy zapojování dodavatelů či čerpacích stanic.

**Milan Mikula,**  
solution manager, Editel CZ

faktury a dodací listy až po vratky. Následně je nutné vybrat EDI partnera podle zkušeností, kompatibility se softwarem, kvality podpory a cenové transparentnosti. Pilotní projekt, při kterém se napojí jen několik dodavatelů a stanic, umožní odladit všechny procesy a připravit systém na širší nasazení. Po úspěšném testování je možné provést školení obsluhy a postupně rozšířit napojení na všechny dodavatele. Pravidelná kontrola a optimalizace zajistí, že systém bude dlouhodobě fungovat efektivně a přinese očekávané úspory a zjednodušení procesů.

### Řešit je nutné také výzvy

EDI přináší celou řadu pozitivních efektů. Především zvyšuje rychlost a přesnost procesů, minimalizuje chyby způsobené manuálním zadáváním dat a umožňuje okamžitý přenos informací mezi dodavatelem a čerpací stanicí. Úspora nákladů je patrná jak na straně obsluhy a účetních, tak na straně dodavatelů, kteří mohou zpracovávat větší objemy dat bez navýšení lidských zdrojů. Díky rychlejšímu přenosu informací dochází i k lepšímu

cash-flow, protože dodavatelé rychleji reagují na objednávky a prodejní data. Systém zajišťuje aktuální informace o sortimentu, cenách a promo akcích, což je pro rychloobrátkové zboží klíčové. EDI je navíc flexibilní, protože ji lze postupně implementovat podle velikosti čerpací stanice a aktuálních potřeb.

### Elektronická výměna dat přináší celou řadu pozitivních efektů.

Na druhé straně je třeba počítat i s určitými výzvami. Implementace EDI může být nákladná a časově náročná, zejména u menších čerpacích stanic nebo zastaralých softwarových řešení. Důležité je zajistit stabilní provoz systému, protože jeho výpadek by mohl znamenat chyby v dodávkách nebo fakturaci. Výběr nevhodného partnera s nedostatečnými zkušenostmi může celý proces zkomplikovat a prodloužit dobu implementace. Proto se doporučuje pečlivě zvažovat reference partnera, jeho zkušenosti v segmentu čerpacích stanic a schopnost propojit všichni relevantní dodavatele.

### Možnost soustředit se na byznys

Je zřejmé, že EDI se pro čerpací stanice stává nezbytným nástrojem moderního retailu. Umožňuje rychlejší a přesnější komunikaci, snižuje náklady, zlepšuje cash-flow a přináší vyšší přehlednost sortimentu. Investice do správného EDI partnera a pečlivá implementace přináší nejen okamžité úspory, ale i dlouhodobou efektivitu a konkurenceschopnost. Jak shrnuje Jaroslav Šufajzl, EDI je nástroj, který umožňuje provozovatelům čerpacích stanic soustředit se na hlavní byznys, prodej paliva a retailových produktů, a ne na časově náročné administrativní úkony.

„Zkušený EDI partner dokáže celý proces zavedení a následného rozšíření realizovat rychle, spolehlivě a s minimálním rizikem, což je pro provozovatele čerpacích stanic klíčové,“ doplňuje Milan Mikula. Celkově je EDI investicí do budoucnosti, která se provozovatelům čerpacích stanic vrací v podobě úspor, efektivit a lepšího servisu pro zákazníky.

# VocoVo link Seznamte se s chybějícím článkem vašeho týmu



**Rychlá návratnost investice — do 4,5 měsíce**

# MZDY NA ČERPACÍ STANICI **pod tlakem** růstu nákladů

**Podle údajů společnosti eurodata tvoří mzdové náklady stále větší podíl na celkových nákladech na provoz čerpací stanice. Na mnohých čerpačkách se jedná až o polovinu hodnoty všech nákladů. Jejich tržby přitom v posledních letech stabilně rostou. Důvodem může být vyšší mobilita zákazníků i rozšiřování doplňkových služeb. Zároveň však s růstem mezd a změnami v pracovním právu rostou i personální náklady, které představují pro provozovatele stále větší výzvu.**

*Lenka Henzlová, vedoucí mzdové účtárny, Kodap Liberec*

Podle údajů ze systému společnosti eurodata spotřebují náklady na personál u našich rakouských sousedů přibližně 45 % celkové marže a na dálničních čerpacích stanicích je to pak ještě více. Z dlouhodobého hlediska se jedná o rostoucí tendenci. Rakousko se dlouhodobě potýká s nedostatkem pracovníků v maloobchodě a pohostinství, což tlačí mzdy v tomto odvětví vzhůru.

Také v Česku mzdy rostou: průměrná hrubá mzda v celé ekonomice překročila v polovině roku 2025 hranici 49 000 Kč. Ani mzdy zaměstnanců na čerpacích stanicích nejsou výjimkou. Náklady na pracovní sílu tak stále citelně zatěžují provozní rozpočty čerpacích stanic, a to zejména v menších městech a u nezávislých provozovatelů, kteří nemohou nabídnout stejné benefity jako velké řetězce.

## **Flexinovela mění pravidla hry**

V červnu 2025 vstoupila v účinnost tzv. Flexinovela zákoníku práce, která má podpořit flexibilitu pracovních vztahů, ale zároveň přinesla i nové povinnosti pro zaměstnavatele.

Co je důležité pro čerpací stanice:

- Zkušební doba se prodloužila až na 4 měsíce (běžné pozice) a 8 měsíců (vedoucí pozice).
- Výpovědní doba nově běží ode dne doručení výpovědi, ne až od prvního dne následujícího měsíce – zkracuje to celé rozvázání pracovního poměru.
- Návrat z rodičovské dovolené: pokud se zaměstnanec vrátí do dvou let věku dítěte, musí být znovu zařazen na původní pozici a místo.



- Práce při rodičovské: zaměstnanci mohou nově vykonávat práci na původní pozici přes DPP/DPČ už během rodičovské.
- Doba určitá při zástupu za MD/RD: Zástup za zaměstnance na MD/RD (vč. OČR/D) lze prodlužovat opakovaně (bez limitu) nad dosavadní dvakrát a dost, až do maximálně 9 let celkové délky pracovního poměru na dobu určitou; vztahuje se i na poměry sjednané dříve.
- Brigády od 14 let během prázdnin – pro lehké práce s přísnými bezpečnostními pravidly.
- Transparentnost mezd – zákaz doložek o mlčenlivosti ohledně výše mzdy.

Provozovatelé čerpacích stanic by tak měli upravit své pracovní smlouvy, interní předpisy a plánování personálu, aby nové možnosti i povinnosti využili efektivně – a vyhnuli se případným pokutám.

## Nezbytné je pravidelné sledování a vyhodnocování

Vzhledem k tomu, že mzdové náklady představují jednu z největších položek provozu čerpací stanice, je nezbytné je pravidelně sledovat a vyhodnocovat. Ideální je rozlišovat:

- Náklady na stálé zaměstnance
- Náklady na brigádníky a dohodáře
- Povinné odvody pojistného a daní

Flexinovela přinesla nové možnosti, jak tyto skupiny kombinovat — například pružněji nasazovat brigádníky při výpadku kmenových zaměstnanců, umožnit zkrácené úvazky a návraty rodičů z rodičovské.

Další významnou možností úspory je využití podpory zaměstnavatele formou slevy na pojistném ve výši 5 % při vytváření pracovních míst pro obtížně zaměstnatelné skupiny osob. Jedná se například o:

- ženy pečující o děti do 10 let,
- mladistvé do 21 let,
- studenty do 26 let,
- osoby nad 55 let věku,
- poživatele důchodů,

- osoby po rekvalifikaci,
- nezaměstnané déle než 1 rok.

Podmínkou je zkrácený úvazek do 30 hodin týdně (s výjimkou mladistvých, u nichž může být úvazek plný) a zároveň maximální hodinový výdělek do 536 Kč (pro rok 2025 – odvíjí se od výše průměrné mzdy).

Tato sleva může představovat zajímavý nástroj, jak snížit odvody a zároveň získat loajální pracovníky z těchto skupin.

To vše může pomoci snížit náklady, ale vyžaduje velmi dobře vedenou mzdovou a personální agendu, a to včetně evidence docházky.

## Vyšší nároky na správnou evidenci

Správné zpracování mezd pro zaměstnance čerpacích stanic je složité – střídání směn v nerovnoměrném režimu, příplatky za noční, víkendové a sváteční služby, přesčasy, exekuce zaměstnanců.

Rozhodně se vyplatí:

- svěřit tuto oblast specializované mzdové účetní, ideálně se zkušeností z provozu čerpacích stanic,
- mít na evidenci pracovní doby a plánování kapacit vhodný nástroj v podobě docházkového systému, který pohlídlá správné plánování nejen směn ve vyrovnávacím období, ale i odpočinku mezi směnami a v týdnu; zároveň nehrozí, že tato evidence bude vedena v rozporu s požadavky zákoníku práce,
- nasadit ověřený reportingový nástroj, zejména pokud jde o řízení a kontrolu celé sítě čerpacích stanic.

Při chybách totiž hrozí nejen doměrky pojistného a daně, ale i vysoké sankce z inspekce práce. Flexinovela navíc posílila práva zaměstnanců na informace o výši mezd, což klade vyšší nároky na správnou evidenci.

## Nezbytný pořádek v pracovněprávní oblasti

Každý provozovatel čerpací stanice, i ten nejmenší, má stejné zákonné povinnosti jako velký podnik. S kvalitní mzdovou agendou proto musí jít ruku v ruce i dobře zvládnuté pracovněprávní vztahy.

Flexinovela zásadně změnila délku zkušební doby a běh výpovědní lhůty, a proto je důležité mít všechny vzory pracovních smluv a vnitřní předpisy aktualizované.

Náklady na právní služby přitom nemusí být vysoké. Lze využít například portál mujpersonal.cz, který spravuje advokátní kancelář Kodap legal a nabízí aktuální vzory dokumentů i odborné poradenství zaměřené přímo na obor čerpacích stanic.

## Lze využít řadu daňově zvýhodněných benefitů

Kromě flexibilních forem zaměstnávání a slev na pojistném existuje i řada daňově zvýhodněných benefitů, které lze využít místo části peněžní odměny. Tyto benefity jsou osvobozeny od daně z příjmů a sociálního a zdravotního pojištění jak na straně zaměstnance, tak zaměstnavatele, který si je zároveň může uplatnit jako daňově uznatelný náklad.

- Nezdanitelné volnočasové benefity – typicky poskytované formou benefitních karet (například Edenred, Benefit Plus a jiné), které mohou zaměstnanci využít na služby v oblasti kultury, sportu, rekreace, vzdělávání nebo zdravotnictví.
- Daňově zvýhodněné příspěvky na stravování – zaměstnavatelé mohou využít klasické stravenky nebo tzv. stravenkový paušál a lze je poskytovat i brigádníkům, pokud odpracují alespoň tři hodiny na směně.
- Příspěvky na produkty na stáří (penzijní připojištění, doplňkové penzijní spoření, životní pojištění, dlouhodobý investiční produkt) – zaměstnavatel může přispívat zaměstnancům na jejich produkty na stáří až do limitu 50 000 Kč s daňovým zvýhodněním.

## Méně administrativy, více času na rozvoj podnikání

Mzdy a personální náklady zůstávají klíčovou položkou provozu čerpacích stanic. Je proto důležité jejich vývoj průběžně sledovat, mít v pořádku mzdovou i pracovněprávní agendu a reagovat na změny, které přináší Flexinovela. Díky tomu mohou provozovatelé věnovat méně času administrativě a více rozvoji svého podnikání.

# Co by DNES NA PUMPĚ nemělo chybět

**Rostoucí konkurence a proměňující se očekávání motoristů přetvářejí čerpací stanice na moderní servisní huby, kde hraje roli nejen cena paliva, ale i pohodlí, nabídka doplňkových služeb a celkový dojem z návštěvy. To klade nové nároky na vybavení a technologie. I proto je vhodné se dívat dál než jen na cenu paliva.**

*Pavel Gregor, pavel.gregor@atoz.cz*

Čerpací stanice se postupně mění z čistě technických míst pro tankování na multifunkční centra, kde zákazníci mohou odpočívat, občerstvit se, nakoupit nebo si dát pracovní schůzku. „Tento trend sledujeme napříč Evropou a aktivně ho rozvíjíme prostřednictvím našeho konceptu Stop Cafe, který nabízí nejen kvalitní kávu, ale i hotová jídla, vegetariánské a veganské pokrmy,“ popisuje Lada Gadas, tisková mluvčí společnosti Orlen Unipetrol RPA.

## Tankovací automaty mění provoz

Jedním z hlavních trendů současné doby v retailu je digitalizace. Zákazníci si zvykli na jednoduchost a rychlost, a proto roste poptávka po samoobslužných platebních řešeních přímo u stojanů. Bezkontaktní platby, mobilní aplikace s věrnostními programy nebo QR kódy se stávají standardem. Velkou roli hrají elektronické cenovky a digitální displeje v prodejnách, které obsluhu usnadňují práci a umožňují pružně reagovat na změny cen nebo slevové akce. A nelze opomenout ani elektromobilitu. Nabíjecí stojany se postupně stávají samozřejmostí, a i menší pumpy hledají způsoby, jak je začlenit do své nabídky, často ve spolupráci s energetickými partnery.

Mezi standardní metody placení dnes již patří samoobslužné tankovací automaty. „Máme ověřeno, že ty naše jednoznačně snižují náklady na provoz čerpací stanice a zároveň umožňují provozovat čerpací stanici v nepřetržitém provozu. Tedy jak stálí, tak smluvní zákazníci nebo držitelé fleet karet mohou navštěvovat čerpací stanici kdykoliv a nemusí hledat jiné příležitosti,“ deklaruje Ivo Červený, senior account manager společnosti Unicode Systems. Jejich tankovací automaty dokáží zákazníka odbavit libovolnou platební metodou, a plně nahradí přítomnost obsluhy v době, kdy je to nerentabilní.

„Mobilní bezkontaktní platební služba E-urawagu, EW Pay, přináší moderní způsob placení na čerpacích stanicích a mění i jejich provoz. Služba výrazně omezuje riziko podvodů díky nutnosti odemknout zařízení při autorizaci transakce. Rostoucí obliba mezi řidiči zrychluje platby na stanicích a zvyšuje jejich bezpečnost,“ dodává Kim Coppens, ředitelka pro nákup energie a provoz společnosti W.A.G. payment solutions.

## Obsluha nemusí pracovat 24 hodin

Čerpací stanice již dlouho nejsou jen o prodeji paliv, ale je to vlastně často malý obchod a restaurace. „Z našeho pohledu jde o standardní problematiku retailových řetězců, pro které dodáváme obchodní a pokladní systémy. Novým trendem zřejmě bude budování kombinovaných stanic pro dobíjení elektromobilů s kombinací možnosti tankování klasických paliv. Ale tato místa se podle našeho názoru neobejdou bez dalších obchodních a restauračních služeb,“ konkretizuje Radek Nachtmann, ředitel společnosti P.V.A. systems.

Prostředí čerpacích stanic přímo vybízí k využívání moderních technologií, protože spotřebitelé očekávají rychlost, jednoduchost a nepřetržitou dostupnost. „Stále častěji se proto objevuje trend bezobslužného tankování a provozu 24/7, kdy zákazník dokáže celý proces odbavit sám, od tankování přes platbu až po nákup v obchodě,“ prozrazuje Marek Jandejsek, projektový manažer společnosti Knowinstore. Takový model je atraktivní zejména na menších stanicích mimo hlavní dopravní tahy, kde se provozovateli nemusí vyplácet držet plnou obsluhu po celý den. Vzniká ale hybridní model, kdy se během špiček obsluha stará o zákazníky přímo, zatímco v nočních hodinách nebo mimo pracovní dny běží stanice čistě bezobslužně.



## Digitál vede nad papírem

Řada automatizovaných procesů je dnes úzce propojena s věrnostními programy a mobilními aplikacemi. Zákazníci si zvykli, že jejich telefon umí nahradit plastovou kartu, poskytnout slevy, vyhodnotit nasbírané body nebo rovnou spustit samotné tankování. Aplikace často slouží i jako kanál pro personalizovanou komunikaci, stanice dokáže zákazníkovi připomenout, že má nárok na kávu zdarma, nebo mu nabídne zvýhodněné menu právě ve chvíli, kdy zastaví u stojanu. Díky tomu se čerpací stanice mění z čistě transakčního místa v prostor, kde vzniká dlouhodobý vztah se zákazníkem.

K modernímu provozu neodmyslitelně patří i digitální komunikace přímo na místě. „Pokročilé LCD obrazovky a centrální řídicí systémy umožňují mít kompletní přehled nad obsahem, který zákazníci vidí na různých místech pumpy, od stojanů přes interiér obchodu až po kavárenskou část,“ uvádí Marek Jandejsek. Digital signage se tedy stává standardním prvkem vybavení. Díky němu lze snadno měnit nabídky v reálném čase, prezentovat akční zboží nebo upozorňovat na nové služby. Oproti tištěným plakátům má navíc digitální obsah vyšší atraktivitu, přitahuje pozornost a působí moderněji, což samo o sobě posiluje image čerpací stanice jako inovativního a zákaznický orientovaného místa.

## Elektronické cenovky představují úsporu času

Hlavním trendem v oblasti vybavení čerpacích stanic je dnes důraz na profesionální prezentaci zboží a maximální přehlednost

regálů. Zákazníci, kteří zastavují na pumpě, často spěchají a chtějí mít možnost rychle najít to, co potřebují. Přehledná a logicky uspořádaná prodejní plocha tak přímo ovlivňuje jejich komfort a zároveň motivuje k impulzním nákupům. Moderní čerpací stanice proto pracují s principy, které jsou známé z maloobchodu, jasně oddělené kategorie, zvýrazněné prémiové produkty a strategické umístění položek v úrovni očí.

„Elektronické cenovky nejsou jen designovým doplňkem, ale představují praktický nástroj, který zásadně mění fungování každodenního provozu,“ představuje Nicole Kotková, marketingová specialista společnosti VKF Renzel ČR. Zákazník získává okamžitý přehled o ceně i o případných akcích, což zvyšuje jeho důvěru v obchod a zároveň zjednodušuje orientaci. Pro obsluhu pumpy znamenají elektronické cenovky obrovskou úsporu času, není nutné ručně měnit stovky papírových etiket, vše se aktualizuje centrálně a během pár vteřin. Díky tomu se personál může více věnovat samotnému zákazníkovi, místo aby trávil čas technickými úpravami regálů.

## Zákazníci požadují rychlou platbu

Významnou roli hraje také doplňkový sortiment. „Tabák, e-cigarety, občerstvení, nápoje, ale i stále populárnější kategorie zdravých snacků nebo rychlých jídel tvoří dnes klíčový zdroj příjmů čerpacích stanic. Aby byla jejich nabídka atraktivní, je třeba pracovat s moderními regálovými systémy, které umožňují flexibilní doplňování

a zároveň udržují zboží v perfektně zarovnaných řadách,“ poukazuje Nicole Kotková. Posunovače, pružinové mechanismy nebo cenovkové lišty už nejsou výsadou supermarketů. Naopak, i menší čerpací stanice díky nim působí profesionálněji a dokáží nabídnout konzistentní vzhled regálů bez ohledu na to, jak rychle se zboží prodává. Výsledkem je čistější vizuální dojem, lepší dostupnost produktů a celkově vyšší ochota zákazníků utracet.

## Trendem jsou mobilní aplikace.

Ve společnosti Orlen Unipetrol RPA se věnují modernizaci svých stanic a dbají na to, aby nabízely nejen kompletní sortiment paliv, občerstvení a služeb, ale působily moderně. „Při návrhu interiéru vycházíme z aktualizovaného brandbooku, který reflektuje aktuální trendy a potřeby zákazníků,“ komentuje Lada Gadas. Pro optimalizaci provozu čerpací stanice využívají samoobslužné platby u stojanu nebo přímo z auta, mobilní aplikaci Orlen s věrnostním programem a možností platby, digitální signage v podobě elektronických reklamních nosičů a displejů v pokladní zóně a i vzdálený dohled nad provozem, který zefektivňuje správu technologií i zásob. „Zákazníci dnes považují za standard rychlou platbu, kvalitní občerstvení a přehlednou prezentaci sortimentu, zatímco za nadstandard slouží například servisní cyklostojany dostupné v 41 stanicích, některé i s možností dobíjení elektrokol, nebo designové prvky jako přírodní materiály a ambientní osvětlení,“ dodává.

## Přidružená automatizovaná prodejna

Na pořadu dne v poslední době je, stejně jako u klasických retailových řetězců, automatizace. „Tankování paliv či energií se dnes často děje bezobslužně pomocí automatů. Totéž se začíná projevovat i u přidružených shopů. Tedy největší trend a poptávku vnímáme v automatizovaných prodejnách 24/7 bez obsluhy se stejnými technologiemi, jako mají dnes již rozběhnuté klasické prodejny s nepřetržitým provozem a využití samoobslužných pokladen,“ dokládá Radek Nachtmann. Pro budoucí samoobslužná dobíjecí a tankovací místa bude trendem přidružená automatizovaná prodejna například v kontejnerovém provedení. Bezobslužné prodejny se však neobejdou bez vyspělých systémů pro dohled. Jde o zapojení video analýzy a prvků AI do kontrol a dohledových center.

## Stačí naskenovat QR kód

Zvýšení komfortu placení bezhotovostně přispívá nový trend, integrace tankovacích automatů přímo do výdejních stojanů. Tím se zvětšuje zážitek pro zákazníky a zásadně zrychluje prostupnost čerpací stanice. „Zákazník se při nákupu pohonných hmot odbaví sám u výdejního stojanu a následně může přeparkovat vozidlo v prostoru čerpací stanice a již v klidu a beze spěchu využít služeb a kiosku čerpací stanice,“ informuje Ivo Červený. Pokud platí u pokladny a vozidlo ponechá u výdejního stojanu, v řadě případů služeb prodejního shopu nevyužije, protože při placení u pokladny po celou dobu blokuje výdejní místo pro další řidiče.

Pokud čerpací stanice neakceptuje fleet karty a pokud provozovatel nechce investovat do tankovacího automatu, je zde možnost jako náhrada tankovacích automatů využít v pokladním systému čerpací stanice aplikaci Unicode Systems nabízející mobilní platby ve spolupráci se společností Qerko. „Tato mobilní aplikace dnes umožňuje stejný komfort jako tankovací automaty, a to bez vysokých investic a zásahu do infrastruktury technologie. Zákazník zaplatí opět přímo u výdejního stojanu po natankování naskenováním QR kódu na stojanu a následně využije služeb kiosku čerpací stanice,“ doplňuje Ivo Červený. Mobilní aplikace funguje podobně jako tankovací automat, tedy plní funkci samoobslužné pokladny, nebo samoobslužného tankovacího automatu.

## Klíčovou roli hraje komunikace

Technologie dnes zásadně mění provoz čerpacích stanic i zákaznický zážitek. K dispozici jsou věrnostní aplikace, sbírání bodů, slevy a personalizované nabídky, digitální signage a vzdálený dohled nad provozem, který umožňuje efektivní správu technologií i zásob. „Tyto inovace přispívají nejen k vyššímu komfortu zákazníků, ale zároveň pomáhají snižovat provozní náklady a zefektivňovat práci personálu,“ vzkazuje Lada Gadas.

Na čerpacích stanicích zároveň klíčovou roli hraje digitální komunikace se zákazníkem a chytré prezentační systémy, které zajišťují rychlou orientaci v nabídce. „Proto přinášíme řešení jako držáky cenovek, poutače, vitríny či L-stojánky, které dokážou pružně reagovat na změny sortimentu i promo akce a tím podporují moderní trend samoobslužného a efektivního prodeje,“ uzavírá Nicole Kotková.

„Čerpačky využívají moderní platební metody.“



Čerpací stanice v dnešní době hledají způsob, jak nejlépe oslovit spotřebitele a zároveň jak nejvíce zefektivnit provoz a náklady. Zákazníkům by se měly umožnit nové možnosti placení za pohonné hmoty, tedy takové, které jsou pro ně nejpříjemnější a nejpohodlnější. Z tohoto důvodu postupně zavádí moderní platební metody, aby zaujaly a udržely si nebo získaly nové zákazníky.

**Ivo Červený,**  
senior account manager,  
Unicode Systems

# ULOŽTE SI DO DIÁŘE!

KONGRES  
14  
ČERPAČKA

24. 9. 2026  
AQUAPALACE  
HOTEL PRAGUE



UNIKÁTNÍ AKCE SKUPINY

Atozretail

INZERCE

## VYBAVENÍ

Usnadněte si práci a zvýšte své tržby s VoCoVo Link

Proč si vybrat VoCoVo?

Úspora času + zvýšení tržeb = rychlá návratnost investice do 4,5 měsíce

- Efektivní a okamžitá komunikace mezi zaměstnanci
- Bez instalace, snadné použití
- Pomoc se snížením krádeží

Možnost vyzkoušet si produkt zdarma na 14 dní.

✉ JOYCE ČR, s.r.o.    ☎ +420 603 103 768  
Venhuda 749/6    @ tomas.lachman@joyce.cz  
614 00 Brno    🌐 www.vocovo.joyce.cz



joyce  
1-2-3 spojeno

## ENERGETICKÉ NÁPOJE

Řidiči chtějí nový energiečák od Mattoni

Nabídněte řidičům nový energiečák s guaranou místo taurinu. Vedle verze Classic je na výběr i Zero bez cukru, Cactus a Aphrodisiac nebo varianty Brainer s extra porcí kofeinu.



HÚÚÚSTEJ  
ENEREČÁK

GUARANA  
NO SLEEP

## VYBAVENÍ OBCHODU

Přidejte se k Nesnězeno a přeměňte přebytky na extra příjem!

Zapojte vaši čerpací stanici do boje proti plýtvání a získajte nejen nové zákazníky, ale i skvělou marketingovou příležitost.

## NESNĚZENO

✉ Nesnězeno    ☎ +420 775 303 420  
Nové sady 988/2    @ Filip.matusek@nesnezno.eco  
602 00 Brno    🌐 www.nesnezno.eco



✉ Mattoni 1873 a.s.  
Horova 1361/3  
360 01 Karlovy Vary  
🌐 www.mattoni1873.cz



## Systemy pro obchodní sítě, automatizované a hybridní prodejny a dodávky prodejních kontejnerů na klíč



**smart  
store**  
24/7 powered by PVA

- modul pro automatizované ovládání dveří
- samoobslužné pokladny s automatizovaným režimem
- elektronické cenovky pro dynamickou cenotvorbu
- pokročilý kamerový systém
- modul pro dohledové centrum s AI tvorbou videozáznamů
- automatizace objednávek
- pokladní a obchodně skladový systém B.O.S.S. Enterprise

[www.pvasystems.cz](http://www.pvasystems.cz)

## DĚKUJEME:

### ZLATÍ PARTNEŘI:



### STŘÍBRNÍ PARTNEŘI:



### BRONZOVÍ PARTNEŘI:



AutoMax



>eurodata



KODAP



spraga



### ODBOBNÝ PARTNEŘ:



### PARTNEŘ KÁVY:



### MEDIÁLNÍ PARTNEŘI:



ZBOŽÍ & PRODEJ

### ZÁŠTITA:



### SPECIÁLNÍ PARTNEŘI:



PARILLASOUND



### PARTNEŘ TRÍDĚNÍ:



### ORGANIZÁTOR:

Atoz retail

**24. 9., 14.00**  
Exkurze

Odpoledne před kongresem navštívili zájemci areál společnosti Loomis Czech Republic v Horních Počernicích, která se zabývá přepravou a správou peněz. Odcházeli s praktickou inspirací, jak zvýšit bezpečnost a úsporu času při práci s hotovostí.



**25. 9., 9.00**  
Podpora partnerů



Na úvod kongresu přinesl k účastníkům několik vět zástupce zlatého partnera kongresu Jiří Winkelhöfer, ředitel jednotky obchodu Rafinérie společnosti Orlen Unipetrol RPA.

**9.15**  
AI jako motor růstu

Jak proměnit AI z technologické hračky v praktický pracovní nástroj? Na tuto otázku nabídl celou řadu odpovědí poradce a konzultant v oblasti automatizace a digitalizace Filip Pleváč.



**10.00**  
Slovo ministra

Účastníky akce pozdravil také ministr dopravy Martin Kupka. Kromě jiného nastínil vývoj dopravní infrastruktury a legislativní změny čekající v nejbližší době na provozovatele čerpaček.



**11.00**  
Občerstvení s kávou



Kongres zpestřila pestrá nabídka občerstvení a káva, kterou připravovali zástupci společnosti Dallmayr Vending & Office a Coffee Limit.

**11.30**  
HVO a další příležitosti

K nejpoutavějším částem programu patřila panelová diskuse na téma HVO jako příležitost pro budoucnost spalovacích motorů a představení první samoobslužné prodejny na čerpačí stanici u nás.



**14.00**  
Inspirativní příběhy



Pod pokličku svého podnikání tentokrát nechali prostřednictvím videoreportáže nahlédnout: Roman Mucha, majitel společnosti Muso, která provozuje franšizovou čerpačí stanici Orlen v Orlové, Robert Musil, jednatel společnosti 212 Autopark v Tehovci, a Daniel Příkrý, jednatel společnosti Fly Horse ve Víkřovicích.

**15.00**  
Novinky a diskuse

Stánky partnerů kongresu patřily jako vždy představení novinek a živým diskusím.



**16.00**  
Na shledanou v roce 2026!

Po celodenním odborném programu následovala tradiční oblíbená odměna, tombola. Tašky se vzorky novinek a informačními materiály byly připraveny pro všechny účastníky, vylosovaní si navíc odnesli cenné dary.



# TAK ŠEL ČAS

JDĚTE PŘÍMO NA:



CESTA K DALŠÍM  
FOTOGRFIÍM





## HVO JAKO MOST k čistší dopravě

**Hydrogenovaný rostlinný olej, známý pod zkratkou HVO (Hydrotreated Vegetable Oil), se v posledních letech stává jedním z nejdiskutovanějších paliv v Evropě. V rámci panelové diskuze na kongresu Čerpačka o něm z úst odborníků zazněla řada praktických postřehů. Shodli se, že jde o mimořádně kvalitní palivo. Zároveň ale upozorňují, že jeho budoucnost limituje dostupnost surovin a rostoucí konkurence dalších sektorů.**

Pavel Gregor, pavel.gregor@atoz.cz

Odborníci mluví o HVO jako o jedné z mála realistických cest, jak rychle snížit emise ze silniční dopravy, aniž by bylo nutné čekat na masové rozšíření elektromobility nebo vodíkových technologií. V Česku se zatím prodává jen u zhruba dvacítce čerpacích stanic, ale zájem roste. Pro dopravce, kteří řeší náklady na údržbu i tlak na ekologii, může jít o vítané řešení. Jenže stejně jako u mnoha jiných slibných technologií, i zde se objevují limity, a ty souvisejí hlavně s dostupností surovin a konkurenčním tlakem dalších odvětví, zejména letectví a železnice.

### Vysoké cetanové číslo

HVO je palivo složené z uhlovodíků, tedy stejných látek, které tvoří klasickou motorovou naftu. Rozdíl je v původu a ve způsobu výroby. Zatímco tradiční nafta vzniká z ropy destilací a následným zpracováním, HVO se vyrábí hydrogenací rostlinných olejů nebo živočišných tuků. Vysoké teploty a tlaky při reakci s vodíkem odstraní kyslík, čímž vzniká směs uhlovodíků podobná naftě, ale s příznivějším složením a lepšími parametry. Oproti běžným biopalivům, zejména methylesterům mastných kyselin (FAME), má HVO několik zásadních výhod. V zimě u něj nehrozí tvorba parafinů, dá se skladovat delší dobu než nafta, motor při jeho spalování produkuje méně pevných částic a oxidů dusíku, má vyšší cetanové číslo a díky tomu má motor klidnější chod a potenciál k nižšímu opotřebení.

Pavel Šimáček, docent z Ústavu udržitelých paliv a zelené chemie VŠCHT Praha, vysvětlil, že právě kombinace vysokého cetanového čísla a čistého spalování jsou největšími výhodami HVO. Uvedl, že snižuje tvorbu pevných částic, což má pozitivní vliv na životní prostředí i na životnost filtru pevných částic. Z hlediska vlastností jde o palivo, které dokáže vyřešit většinu problémů, které dnes trápí výrobce i provozovatele vozidel při využívání klasického biopaliva ve formě FAME.

### Dostatek způsobilých automobilů

Historie HVO sahá do začátku tisíciletí, kdy se začalo experimentovat s jeho výrobou ve Finsku a Nizozemsku. Právě finská společnost Neste je dnes považována za průkopníka v průmyslové produkci HVO a dodává ho nejen na evropský trh, ale i do Spojených států. Ve Skandinávii se HVO rozšířilo relativně rychle, a to nejen díky technologickému náskoku, ale i daňovým úlevám a silné environmentální politice tamních vlád. V Rakousku je HVO dokonce osvobozeno od spotřební daně, což výrazně přispělo k jeho dostupnosti a rozšíření. V Česku zatím taková podpora není, proto je jeho rozvoj pomalejší.

### Čerpačky plní zcela jinou funkci než v minulosti.

Jedním z klíčových faktorů pro rozšíření HVO jsou automobily. Výrobci postupně ladí své motory tak, aby HVO zvládaly bez problémů. Novější diesely už často mají na víčku nádrže označení XTL, tedy jasný signál, že palivo typu HVO je možné tankovat bez obav a bez ztráty záruky. „Jde o trend, který je v automobilovém průmyslu zřetelný. Vybrané značky už nabízejí většinu svých dieselových modelů s touto certifikací,“ uvádí Josef Pokorný, tajemník Svazu dovozců automobilů.

### Přechod se vyplatí

U starších vozů je situace složitější. V praxi motory na HVO jezdí bez problémů, ale pokud auto nemá XTL schválení, výrobce neposkytuje záruku. Ivan Indráček, předseda představenstva SČS – Unie nezávislých petrolejářů ČR, upozornil, že pokud řidič natankuje HVO do vozu v záruce,

který nemá explicitní schválení, může o ni přijít. To je hlavní důvod, proč se část motoristů HVO stále vyhýbá, i když by jejich vůz technicky byl schopný ho spalovat.

Dávid Halász, head of alternative fuels společnosti Eurowag, popisuje osobní zkušenosti: „Do služební Octavie čtvrté generace tankuji HVO běžně a bez problémů. U starších motorů navíc nabízí Škoda možnost testu, který v případě úspěchu končí doplněním štítku XTL na víčko nádrže. Tím pádem se oficiálně otevírá cesta k legálnímu tankování HVO i u vozidel, která ho původně v seznamu schválených paliv neměla.“ A zdůrazňuje, že zejména dopravci, kteří provozují rozsáhlé flotily kamionů, oceňují spolehlivost HVO. Některé značky nákladních vozidel totiž při provozu na klasickou B7 naftu s povinnou příměsí FAME hlásí problémy se zanášením a vyšší poruchovostí. Jakmile dopravci přešli na HVO, obtíže zmizely. A i když je HVO dražší, ve výsledku se vyplatí, protože vozidla nestojí v servise a mohou být plně využívána.

### Omezené množství surovin

Při rozvoji HVO hraje zásadní roli také otázka dostupnosti a ceny. V Česku je HVO k dostání, ve srovnání s Rakouskem nebo Skandinávií, jen u omezeného počtu čerpacích stanic. Rozdíl je dán především daňovou politikou. Zatímco v Rakousku je HVO od spotřební daně osvobozeno a tím pádem cenově atraktivní, na Slovensku platí povinnost přimíchávat do něj sedm procent FAME, což ho prodražuje o více než deset korun na litr oproti klasické naftě. V Česku se HVO zdaňuje stejně jako nafta fosilní, takže rozdíl není tak markantní, ale pořád je pro běžné motoristy bariérou vyšší cena. Dopravci však počítají náklady komplexně a berou v potaz i nižší servisní náklady a environmentální image, proto pro ně má HVO smysl i při vyšší ceně.

Velkým omezením HVO jsou rovněž výrobní kapacity. Zatímco technologie není problém a rafinerie by dokázaly výrobu navyšovat, surovin je omezené množství. Nejekologičtější variantou je HVO vyrobené z odpadních olejů, živočišných tuků a podobných materiálů odpadního charakteru. Tyto zdroje jsou ale limitované a poptávka po nich roste. Výroba HVO z čerstvých rostlinných olejů, například palmového nebo řepkového, je sice možná, ale environmentálně a reputačně nepřijatelná, protože by vyvolávala kritiku spojenou s výrobou biopaliv první generace.

## Nezpochybnitelné environmentální přínosy

Situaci komplikuje i letectví. Od letošního roku mají aerolinky v Evropské unii povinnost používat paliva s určitým podílem obnovitelné složky. A prakticky jedinou možností, jak ji v současné době splnit, je použití biopaliv typu HEFA, která se vyrábějí s použitím stejné technologie jako HVO. To znamená, že letectví začne silniční dopravě v přístupu k omezeným zdrojům výrazně konkurovat. „Budoucnost HVO proto nebude limitována technologicky, ale právě dostupností vstupních surovin,“ upozorňuje Ivan Indráček.

Environmentální přínosy HVO jsou přitom nezpochybnitelné. Pokud se vyrábí z odpadních tuků a olejů, může podle studií snížit emise oxidu uhličitého až o 90 % oproti fosilní naftě. Z hlediska emisí oxidu uhličitého v celém životním cyklu paliva to znamená lepší výsledky, než mají elektromobily napájené elektřinou z fosilních zdrojů. Obrovskou výhodou je, že přechod na HVO nevyžaduje výstavbu nové infrastruktury, protože lze využít stávající distribuční síť i stávající vozový park. Flotila kamionů nebo autobusů může během několika týdnů začít jezdit čistěji, bez investic do nabíječek nebo vodíkových stanic.

## V nákladní dopravě a autobusech dávají alternativy největší smysl

Nákladní doprava je dlouhodobě velmi nízkomaržový obor a každý den se v něm hraje doslova o halíře. „V takovém prostředí není jednoduché přijít s palivem,

které stojí o dvě až tři koruny více na litr. Jen málokterý dopravce si může dovolit dobrovolně ukrojit ze svých marží. Většina na těch, kteří HVO přesto tankují, k tomu má jasný důvod. Buď je tlačí jejich zákazníci, kteří požadují doložitelné úspory emisí, nebo jde o firmy se zahraničním zázemím, které přenášejí emisní cíle mateřských společností i na své české pobočky,“ vysvětluje Pavel Rubeš, jednatel společnosti Nikey. A dodává, že skutečných průkopníků, kteří by se pro HVO rozhodli čistě z vlastní iniciativy, zatím není mnoho.

## HVO nabízí unikátní kombinaci výhod:

- funguje v dnes běžných motorech,
- emituje výrazně méně škodlivin,
- je dostupné na stávající infrastrukturu,
- a může okamžitě snižovat uhlíkovou stopu dopravy.

Na druhé straně distributoři paliva se snaží tuto možnost zákazníkům nabídnout, protože dobře vědí, že právě v segmentu nákladní dopravy a autobusů mohou mít alternativy největší smysl. V minulosti to bylo například u provozní kapaliny AdBlue, kde se rychle prosadilo tankování z pistole, nebo u B100, jehož spotřeba prudce vzrostla poté, co mu stát dočasně zvýhodnil daňové podmínky. Zkušenost ukazuje, že pokud se HVO podaří atraktivit podobným způsobem, dopravci i zemědělci jsou schopni na něj přejít ve velkém.

## Kladem je dlouhá skladovatelnost

HVO se u nás však zatím tankuje jen na několika málo místech. Ale zkušenosti ukazují, že zájem o něj roste. „V Olomouci se k naší čerpací stanici sjíždějí motoristé z širokého okolí a často si palivo odvázejí i v kanystrech. Popularizaci pomohl i test časopisu Svět motorů, který prokázal, že i starší naftové vozy mohou po natankování HVO dosahovat lepších výsledků na emisních kontrolách. Snížení kouřivosti se v praxi pohybuje kolem třiceti procent, v některých případech ale může dosáhnout až padesáti či šedesáti procent. Paradoxně HVO dává starým dieselům ještě

několik let života navíc, protože jim pomáhá projít emisními limity,“ odhaluje Pavel Rubeš.

Výhodou paliva je i jeho dlouhá skladovatelnost. To ocení zejména uživatelé sezonní techniky, například zemědělských strojů nebo topných agregátů, které stojí delší dobu mimo provoz. Zatímco klasická nafta v takových případech degraduje a způsobuje problémy, HVO si uchovává své vlastnosti a po delší odstavce umožňuje bezproblémový start.

## Využít prostor, dokud to jde

Přesto se HVO pravděpodobně nestane palivem, které by dlouhodobě nahradilo fosilní naftu. Spíše půjde o přechodovou technologii, která v příštích deseti až patnácti letech pomůže snížit emise a překlenout dobu, než se prosadí elektromobilita, vodík nebo jiná řešení. V segmentech, kde bateriové technologie zatím nestačí, například v těžké nákladní dopravě, v autobusech nebo ve stavebních strojích, však může být klíčovým mostem k dekarbonizaci.

„HVO je perfektní palivo s výbornými parametry, nízkými emisemi a plnou kompatibilitou s dnešní infrastrukturou, ale narazí na strop kvůli surovinám pro jeho výrobu,“ shrnuje Ivan Indráček. A Josef Pokorný k tomu dodává, že prostor tu je a měl by se využít, dokud to jde, protože výrobci i dopravci na HVO slyší.

Z pohledu dnešní dopravy je tedy HVO velmi atraktivní možností. Jde o palivo, které dokáže okamžitě snížit emise, nevyžaduje zásadní změny v technologiích a je kompatibilní s tím, co už na silnicích jezdí. Jeho největší výhodou je rychlá použitelnost a fakt, že může přinést výsledky hned, ne až za dvacet let. Největší nevýhodou je naopak omezené množství surovin a tlak dalších sektorů, které si budou chtít zajistit svůj podíl.

HVO stojí na rozcestí. Na jedné straně představuje velmi účinný a okamžitě použitelný nástroj ke snižování emisí v dopravě. Na straně druhé ale není realistické očekávat, že by dokázalo nahradit fosilní naftu ve velkém měřítku. V příštích letech však může být právě tím, co rozhodne o tom, zda se podaří dosáhnout emisních cílů, a to zejména v sektorech, kde jiné alternativy zatím nejsou životaschopné.

# MONIN®

*Načerpajte inspiraci*  
**pro vaši provozovnu**



## Skořicová NOVÁ PŘÍCHUŤ *Rolka*

**Skořicová rolka v hrnku? Ano, prosím!**

Zákazníci milují teplé, voňavé kombinace. Vy jim teď můžete nabídnout chuť čerstvě upečené skořicové rolky – přímo v šálku.

## *Hřejivý* **Zázvor** ZIMNÍ HIT

**Zimní klasika, kterou zákazníci hledají.**

MONIN zázvorový koncentrát je spolehlivý hit zimní nabídky. Ideální pro čerpací stanice, kavárny i bistra, kde rozhoduje rychlost a kvalita.



## *Inspirace* **pro vaši provozovnu**

**Prémiová chuť, jednoduchá příprava, vysoká ziskovost.** Využijte koncepty MONIN Menu, které usnadňují tvorbu nápojových karet pro čerpací stanice, kavárny a restaurace.



[www.monin.cz](http://www.monin.cz)



**Distributor MONIN pro ČR Zanzibar s.r.o.**



## HVĚZDAMI PRODEJE jsou káva a párek v rohlíku

**Pokud čerpací stanice přemýšlí, jaké produkty z gastro nabídky jí mohou přinést růst tržeb, hot dog a káva jsou dnes jistou volbou. V shopu je navíc potřeba vyhradit dostatečný prostor i tabákovým výrobkům a rychloobrátkovému zboží, zejména nealkoholickým nápojům a pivu. U čtyř největších hráčů na trhu tvoří klasické či alternativní cigarety až 50 % nákupního koše vyjma paliv. O aktuálních trendech a preferencích zákazníků, kteří nakupují doplňkový sortiment, mluvili na 13. Kongresu Čerpačka zástupci společnosti NielsenIQ, analytic insights associate Lukáš Lyčka a retailer business partner Lukáš Hlaváč.**

Gabriela Bachárová, gabriela.bacharova@atoz.cz

Čerpací stanice se dnes pohybují v dynamickém makroekonomickém prostředí, které má zásadní vliv i na poptávku po nepalivovém zboží. Ekonomiku charakterizuje mírný růst HDP ve výši 2 %, stabilizující se inflace v rozmezí 2 až 3 % a nezaměstnanost pod 3 %, což je jedna z nejnižších v rámci zemí Evropské unie. „Dochází také k růstu průměrné nominální mzdy o 7,8 procenta a konečně i reálné mzdy, a to o 5,3 procenta. Se zvýšením reálné mzdy, která kvůli vysoké inflaci v předchozím období klesala, roste kupní síla obyvatel,“ podotýká Lukáš Lyčka, analytic insights associate společnosti NielsenIQ.

Podle dat ze studie Petrol Shopper Trends, která mapuje nákupní chování českých spotřebitelů na čerpacích stanicích, respondenti podle vlastního vyjádření utratili během jedné návštěvy za pohonné hmoty asi 2 300 Kč, což byl mírný meziroční pokles o 3 %. Palivové produkty přitom tvoří 90 % útraty na místě. „Ve výdajích za produkty nesouvisející s pohonnými hmotami došlo k nárůstu o jedenáct procent na 250 korun,“ přibližuje.

Celkem 41 % lidí si na čerpací stanici téměř nikdy nekoupí nic jiného než palivo, zatímco 5 % si nepalivový sortiment přikoupí

pokaždé. Až 54 % respondentů odpovědělo, že nákup volí jen tehdy, když něco nutně potřebují. Nejčastěji kupovanými kategoriemi jsou káva čerstvě připravená k pití (58 %), nealkoholické nápoje (52 %), jídlo připravované na místě (41 %), technické produkty (25 %) a sladkosti (24 %).

### Kombinované nabídky slaví úspěch

Prodejní data čtyř největších hráčů na trhu, značek MOL, OMV, Orlen a Shell,



ukazují, že celkový prodejní koš kromě paliv tvoří až z 50 % tabákové výroby. S 21 % následuje rychloobrátkové zboží, káva s mlékem má podíl 7 % a hot dog 5 %. Celkové tržby za nepalivový sortiment vzrostly o 2,9 % na 21,7 mld. Kč.

Z potravinových kategorií došlo podle dat NielsenIQ k meziročnímu nárůstu tržeb hlavně u kávy s mlékem (7 %), hot dogů (7 %) a černé kávy (4 %). Z nepotravinových stojí za pozornost především vzestup v kategorii strojového mytí aut (13 %).

## Poptávka po cigaretách je vysoká.

„Řetězce si uvědomily důležitost doplňkové nabídky a v současnosti se na ni velmi soustředí. Často nabízejí velmi oblíbený kombinovaný prodej, který tvoří hot dog a káva nebo párek v rohlíku a nealkoholický nápoj. Nakupující slyší i na nabídku různých druhů párků či klobás. Jídlo by mělo být čerstvé a kvalitní a káva pokud možno výběrová, s přidanou hodnotou a nesloužící jen na rychlé povzbuzení,“ odhaluje současné trendy Lukáš Lyčka.

Tržby za potravinové a drogistické kategorie dosáhly na celém trhu čerpacích stanic za poslední rok končící červencem 2025 hodnoty 7,2 mld. Kč, což představovalo pokles o 1,9 %. „Více než padesát procent prodeje tvoří nealkoholické nápoje a pivo. Oproti loňskému roku výrazně vzrostl prodej energetických nápojů, které nyní tvoří více než pětinu všech výdajů,“ zdůrazňuje Lukáš Lyčka. A doplňuje, že ve srovnání s tradičním trhem došlo u většiny nejvýznamnějších potravinových kategorií



Lukáš Lyčka

k meziročnímu poklesu. Větší růst než na tradičním trhu vykazují pouze energetické nápoje, kam se řadí i dnes tolik oblíbené vitaminové vody výrazně pomáhající růstu kategorie na čerpacích stanicích.

## Bez tabáku to nepůjde

Lukáš Hlaváč, retailer business partner společnosti NielsenIQ, se podrobněji zaměřil na kategorii tabákových výrobků prodávaných na celém trhu čerpacích stanic: „Přibližně polovina všech tržeb kromě paliva a čerpaného ad blue pochází právě z prodeje tabáku. Prodeje meziročně rostly o 1,7 miliardy korun, což představuje devítiprocentní nárůst, a dosáhly celkem 21 miliard korun. To je jasný signál, že jde o velmi silný segment.“

Z hlediska struktury dominují klasické cigarety s tržbami 16 mld. Kč. Následují zahřívací cigarety (3 mld. Kč) a zahřívání tabák (1 mld. Kč). Velmi silný nárůst zaznamenávají sady a náplně do elektronických cigaret. Tržby za tuto kategorii vzrostly až o 380 %, přičemž na tradičním trhu to bylo 151 %. „Uživatelé se z jednorázových elektronických cigaret, které rostly jen o 20 procent, přesouvají právě k náplním a sadám, což je ekonomičtější a udržitelnější,“ domnívá se.

Tržby za klasické cigarety stouply na čerpacích stanicích meziročně o 6 % procent, zahřívací cigarety šly nahoru o 11 %, žvýkací tabák o 34 %, sypaný tabák o 3 % a zahřívací cigarety – sady o 13 %. „Mohlo by se zdát, že pokud dnes trendy směřují stále více ke zdravému životnímu stylu a navíc rostou ceny potravin, lidé budou za tabák utrácet méně, avšak data NIQ tuto teorii vyvracejí a ukazují meziroční nárůst tržeb napříč všemi kategoriemi, které sledujeme,“ poukazuje na nečekaný vývoj Lukáš Hlaváč.

## Růst na Slovensku táhnou vysoké ceny

V poslední části vystoupení se Lukáš Hlaváč věnoval porovnání vývoje v Česku a na Slovensku. Výše slovenského HDP činí jen 0,6 % a již třetí kvartál za sebou vytrvale klesá. Nezaměstnanost je 5 %, což je více než jednou tolik než v Česku, a inflace činí 4,2 %.

Čtyři nejsilnější značky čerpacích stanic, OMV, Orlen, Shell a Slovnaft, si meziročně

Lukáš Hlaváč



připsaly 8% nárůst hodnoty prodeje nepalivového zboží na přibližně 14,8 mld. Kč. Slováci nejvíce nakupují tabákové výrobky (52 %), rychloobrátkové zboží (24 %), hot dogy (5 %) a kávu s mlékem (4 %). „Ve srovnání se Slovenskem mám pocit, že nabídka jídla u pokladny je v Česku rozmanitější a kvalitativně na vyšší úrovni,“ poznamenává Lukáš Hlaváč.

U největších hráčů na trhu zaznamenala nejvýraznější nárůst kategorie hot dogů. Prodeje meziročně vzrostly o 14 %, což je dvojnásobek oproti Česku (7 %), a tržby dosáhly 728 mil. Kč. V závěsu za oblíbeným párkem v rohlíku následovala káva s mlékem, která si připsala 11% růst (oproti 7 % v Česku) a vynesla 509 mil Kč.

## Doplňkový sortiment hraje důležitou roli.

Silná tabáková kategorie registrovala stejně jako v Česku růst o 9 % a tržby činily 7,6 mld. Kč. Pozitivní vývoj hlásí také segment FMCG, který meziročně posílil až o 9 %, zatímco na českých a moravských čerpacích stanicích šlo pouze o necelá 2 % a tržby se zastavily na hodnotě 3,1 mld. Kč.

„Na Slovensku zaznamenáváme v této oblasti výraznější nárůst, který je ovšem tažen hlavně růstem cen,“ popisuje Lukáš Hlaváč. I na Slovensku se stejně jako v Česku spotřebitelé přesouvají do kategorie sad a náplní do elektronických cigaret, které rostly až o 419 %.

# Z TECHNOLOGICKÉ HRAČKY motor růstu

**Kongres Čerpačka je už tradičně setkáním lidí z oboru, kde je řeč o tom, jak se vyvíjejí ceny pohonných hmot, jaké legislativní novinky přicházejí a jak se mění chování zákazníků. Letos se ale do programu dostalo i téma, které by ještě před pár lety působilo jako čistá science fiction, umělá inteligence (AI). Přednášejícím byl poradce a konzultant Filip Plevač, který se dlouhodobě zabývá robotizací a digitalizací podnikových procesů.**

Pavel Gregor, pavel.gregor@atoz.cz

Přednáška Filipa Plevače byla plná příkladů z praxe a jasných ukázek toho, že AI není něco vzdáleného, co se možná jednou bude hodit. Už dnes totiž umí firmám šetřit čas, snižovat náklady a otevírat prostor pro růst. „Žijeme ve světě s umělou inteligencí. Přesněji řečeno s generativní umělou inteligencí, která přináší obrovskou revoluci do administrativních činností,“ říká. Jeho úvodní věta působila možná trochu provokativně, protože pro řadu lidí je AI stále něco abstraktního, co se týká spíše velkých technologických firem než provozu čerpacích stanic. Ale rychle dodal kontext: „Léta jsme automatizovali fyzické věci, posouvali jsme něco zleva doprava, zrychlovali výrobu a hledali efektivnější stroje. Dnes přichází nástroje, které generují hodnotu napříč celou firmou. Už to není jen o robotech ve výrobě, ale o asistentech v kanceláři nebo na pumpě.“

ručně, přepisuje data a řeší nesrovnalosti. AI přitom umí nejen fakturu přečíst, ale rovněž ji porovnat s objednávkou, zkontrolovat ceny a připravit ji k finálnímu schválení. Člověk se tedy nemusí věnovat mechanické práci, ale soustředí se na výjimky a rozhodování.

## Na řadu přicházejí digitální kolegové

Že to není teorie, dokazuje praxe. Filip Plevač popsal zkušenost jedné menší výrobní firmy, kde kontrola výrobků proti normám dříve trvala dva až čtyři dny. Po nasazení AI se stejná práce zvládne za hodinu, a to i s odbornou kontrolou. Efekt je obrovský, protože firma může dosáhnout dvojnásobného až trojnásobného obrátu, aniž by musela navýšit personál nebo investovat do dalších provozních linek. „To je změna ekonomického paradigmatu. Dříve jsme řešili, kde vzít lidi. Dnes se ptáme, jak díky technologiím zvládnout více práce se stejným týmem,“ shrnuje.

## Změní se provoz čerpacích stanic, řízení byznysu i pohled na práci.

Další část jeho prezentace se věnovala tzv. agentům, tedy digitálním kolegům, kteří pracují bok po boku s člověkem. Zatímco ještě před několika lety bylo zavedení nového IT systému náročným projektem na měsíce, dnes si může i malý podnik vytvořit aplikaci na míru v řádu týdnů. „Dejte mi kohokoliv z ulice a do tří měsíců tohle zvládne vytvořit taky,“ dodává Filip Plevač. Jeho příklad z čerpacích stanic byl velmi konkrétní. Nový pracovník nastupuje na směnu a v mobilu má digitálního asistenta, který ho provází prvními dny. Ukáže mu, co dělat při výpadku terminálu, jak

„Je čas se stát tvůrci.“



Umělá inteligence nebere práci, bere jen činnosti, které lidé nikdy dělat nechtěli. Zbavuje je rutiny, nekonečných tabulek a papírování. A naopak otevírá prostor k tomu, co má skutečnou hodnotu, k nápadům, rozhodnutím a růstu. Když ji přijmeme, přestáváme být jen vykonavateli úkolů a stáváme se tvůrci.

**Filip Plevač,**  
poradce a konzultant

správně zavřít prodejnu, nebo jak spočítat pokladnu. Pro juniora je to průvodce, pro firmu nástroj, jak rychle a efektivně naučit nováčky.

## AI v krizových momentech připraví jasný postup

AI ale může plnit i jiné úkoly. V roli ekonoma sleduje tržby, marže, stav zásob a doporučuje, kdy objednat zboží nebo změnit otevírací dobu. Filip Plevač zmínil zkušenost z kavárny, kde jednoduchá vizualizace tržeb během pěti minut ukázala, že část provozu je ztrátová. Rozhodnutí, které by jinak vznikalo týdny, padlo okamžitě a během dvou měsíců se projevil růstem marží.

Zajímavá je i role „psychologa“. Když obsluha čelí stresové situaci, jako je například útěk zákazníka bez placení, přichází na scénu AI. Namísto paniky dostane pracovník jasný postup: nahlásit SPZ,

## Největší limit představuje fantazie

Jeho hlavní poselství znělo jasně. Problémem dnes není technologie, ta už je připravená a často dostupná i menším firmám, problém je spíše v hlavách. „Jsme schopni zpracovat všechny informace, které do firmy přicházejí? Uložit je? Vytvořit z nich přehledy, odpovědi pro klienty nebo dodavatele, připravit doklady? Jsme. Tak kde je problém?“ pokládá Filip Plevač řečnickou otázku. A okamžitě na ni odpovídá: „Většinou v tom, jak jsme zvyklí fungovat. Největším limitem dnes není technologie, ale naše fantazie.“

Toto tvrzení se během prezentace opakovalo v různých obměnách. AI podle něj dokáže zvládnout rutinní úkoly s rychlostí a přesností, která je pro člověka nedostupná. Jenže lidé často nedokážou překročit bariéru zvyku. Raději dělají věci postaru, protože tak to přece funguje už roky. Příkladem budiž administrativa. Například faktury většina firem stále kontroluje


**EUROSHOP3**

Systém pro řízení čerpací stanice

**POKLADNA, BACK OFFICE, WEB OFFICE**

Pokladní systém EuroShop3 představuje komplexní řešení pro řízení a provoz čerpacích stanic. Je vybaven množstvím funkcionalit, jejichž vývoj se opírá o více jak 25 let zkušeností v oboru a pokrývá tak potřeby malých provozovatelů i velkých řetězců. Díky kombinovatelnosti jednotlivých funkčních modulů se systém snadno přizpůsobí všem požadavkům každého provozovatele a je tak ideálním řešením pro čerpací stanice všech typů a velikostí.


**OPT**

Samoobslužné tankovací automaty

**SAMOSTATNĚ STOJÍCÍ NEBO ZABUDOVANÉ DO STOJANU**

Produktová řada OPT tankautomatů CardManager je vhodným řešením pro každou čerpací stanici a nabízí širokou řadu provozních variant. Provozovatel má jedinečnou příležitost zvolit si model OPT tankautomatu a jeho konfiguraci podle svých individuálních potřeb. Podporovány jsou všechny typy platebních metod používaných na čerpacích stanicích.


**UNIPAY**

Věrnostní aplikace pro čerpací stanice

**MODERNÍ ONLINE MARKETING**

- zviditelní vaši stanici novým zákazníkům
- moderní prezentace přes mobilní aplikaci
- aktuální ceny PHM z vašeho systému
- detailní informace o vaši čerpací stanici
- akce a slevy pro vyšší návštěvnost
- digitální slevová karta v mobilu
- navigace přímo na vaši stanici
- marketingový balíček k propagaci
- více informací na: <https://partner.unipay.club>


**QERKO**

Mobilní aplikace pro nákup PHM

**REVOLUCE V PLATBÁCH NA ČERPACÍCH STANICÍCH**

- napojení na systém EuroShop
- rychlé a bezpečné platby
- metoda pre-paid / tankovací automat v mobilu
- metoda post-paid / pokladna v mobilu
- nonstop provoz bez obsluhy
- rychlé a pohodlné odbavení
- přehled plateb v reálném čase
- certifikace ČNB
- 1,5 mil. uživatelů Qerka

vytisknout záznam z kamer a připravit protokol pro policii. „Stroj vám říká: nepanikař, uklidni se, udělej tyhle základní úkoly. V tu chvíli je to kolega, který vás podrží,“ zdůrazňuje.

## Nudná a ubíjející práce patří robotům

Čerpací stanice se často potýkají s nedostatkem vhodného personálu. Najít a udržet ten kvalitní, je čím dál těžší. Proto AI může snížit administrativní zátěž o 30 až 80 %, což uvolní ruce zaměstnancům,

## Co dříve působilo jako sci-fi, se dnes stává realitou.

kteří se mohou věnovat zákazníkům nebo rozvoji byznysu. „Velmi často se stane, že když z lidí sejmete rutinu, uvolní se jim ruce na rozvoj byznysu. Ale mnohem těžší než samotná automatizace je vymyslet, co jiného se dá dělat,“ připomíná Filip Plevač.

Na horizontu jsou tak radikální změny. Například v jedné firmě, která aktuálně zaměstnává 56 administrativních pracovníků, jich po dvou letech bude zapotřebí pouze dvanáct, přičemž pracovat budou muset pouze čtyři dny v týdnu. Stačí zjednodušit věci, něco udělat jinak, předefinovat procesy, pustit automaty a nachystat analýzy pomocí AI. Svět, kde kanceláře plní neviditelní roboti, pomalu přichází. Převezmou nudnou, opakující se, ubíjející práci a zaměstnanci se budou moci věnovat hodnotnějším věcem. V případě čerpacích stanic třeba zákazníkům.

## Hodnota tohoto nástroje záleží na tom, jak jej lidé dokážou využít

Co z toho plyne pro čerpací stanice? Možností je celá řada. AI dokáže chytrě řídit zásoby, předpovídat návštěvnost podle počasí, svátků nebo akcí v okolí, zjednodušit školení personálu a zlepšit zákaznický servis. A především může fungovat jako neviditelný kolega, který zaměstnancům

## Možnosti nasazení AI

- Marketing
- Obchod
- Controlling
- Řízení procesů
- Logistika
- Toky dokumentů
- Exekutiva mailů, části komunikace a podobně

dodává jistotu v krizových situacích. To všechno jsou věci, které ještě nedávno působily jako sci-fi, ale dnes se postupně stávají realitou.

AI není kouzelný proutek. Je to nástroj a jeho hodnota záleží na tom, jak jej lidé dokážou využít. „Nebojte se otevřít fantazii, podívat se na svět jinak a využít to jiným způsobem. Přemýšlejte o tom, co se dá nebo nedá dělat. A v neposlední řadě, nebojte se to vyzkoušet,“ vyzývá Filip Plevač.



## Digitální palivo pro váš business

EDI integrace | e-fakturace | e-archivace  
a mnohem víc...

Pro čerpací stanice je digitalizace klíčem k rychlejšímu  
a efektivnějším procesům.

- Úspora nákladů díky automatizovanému zpracování dokladů
- Konec papíru – plná elektronická náhrada všech dokumentů
- Kratší dodací lhůty v celém dodavatelském řetězci
- Snadná integrace díky mezinárodním B2B standardům
- Udržitelná a efektivní komunikace s vašimi partnery

Přidejte se k lídrům trhu a posuňte svůj byznys  
na vyšší úroveň díky inteligentní digitalizaci!



Kontaktujte nás!

[editelgroup.com](https://editelgroup.com)



**PŘIDEJTE SE K NÁM,  
SPOLEČNĚ JSME  
SILNĚJŠÍ**



[www.avia-czech.cz](http://www.avia-czech.cz)

