

Co nowego w firmach sektora

AdBlue

→ budowane na standaryzowanych podzespołach, dzięki czemu Klient ma pewność, że zawsze będzie mógł mieć niezależny dostęp do części eksploatacyjnych i zamiennych, rozbudowanej sieci serwisowej producentów, a także firm niezależnych.

Nasze usługi wspierają właściciela także na innych etapach współpracy. Jeżeli Klient ma taką potrzebę, służymy pomocą przy adaptacji projektów, przygotowaniu dokumentacji, znalezieniu wykonawcy prac ziemnych, przygotowaniu efektywnych kampanii marketingowych przed i po uruchomieniu myjni. Dodatkowo każdy nasz Klient otrzymuje bezpłatnie cenny know-how z zakresu zarządzania myjnią, co daje przewagę nad konkurencją i podnosi rentowność myjni.

• **Jeżeli posiadacie Państwo w swojej ofercie myjnie innego typu, prosimy o przybliżenie, jakie są to urządzenia?**

CMKmyjnie współpracuje z partnerami, którzy są w stanie przygotować każdy rodzaj myjni dla każdego typu pojazdów. Mamy w ofercie najwyższej klasy światowej myjnie samoobsługowe (bezdotykowe), myjnie portalowe (szczotkowe), myjnie tunelowe, myjnie dla pojazdów ciężarowych i cystern (również myjnie wnętrza zbiorników). Wraz z naszymi partnerami jesteśmy w stanie przygotować specjalistyczną myjnię zaprojektowaną na indywidualne zamówienie, np.: myjnie pojazdów komunikacji zbiorowej, myjnie kół i podwozi pojazdów przemysłowych, myjnię dla pojazdów wojskowych itp.

• **Jak oceniają Państwo rynek myjni samochodowych w Polsce, jaki ma jeszcze potencjał rozwoju?**

W Polsce obserwujemy tendencje przychodzące do nas z Europy Zachodniej z opóźnieniem. Ze względu na atrakcyjne ceny usług i zmianę mentalności użytkowników samochodów występuje u nas obecnie rosnąca popularność myjni samoobsługowych. Ten rynek ma wciąż ogromny potencjał. Z naszych szacunków wynika, że w warunkach konkurencji dobrze skonfigurowane i zarządzane jedno stanowisko mycia bezdotykowego powinno być rentowne, jeśli przypada na nie już na ok. 1500 pojazdów, czyli średnio jakieś 4000 mieszkańców. Takie nasycenie rynku nastąpi u nas najwcześniej za kilka lat. Równoległym trendem będzie budowanie „parków czystości” – całych kompleksów wyposażonych w stanowiska do mycia samoobsługowego, automatycznego, suszenia, prania i czyszczenia wnętrza itp. U naszych zachodnich sąsiadów po latach zainteresowania myjniami samoobsługowymi renesans przeżywają nowej generacji urządzenia automatyczne (portalowe, bezdotykowe). Oceniamy, że za kilka lat taki trend powróci do nas.

W kolejnym wydaniu „Paliw Płynnych” przedstawimy ostatnie już firmy działające na rynku myjni samochodowych, które odpowiedziały na pytania redakcji.

Redakcja

Polski rynek AdBlue

Mimo niesprzyjających czynników zewnętrznych – zarówno makroekonomicznych, jak i politycznych – na perspektywy transportu kołowego w naszym kraju można wciąż zapatrywać się optymistycznie. Do rozwoju transportu ciężarowego, by spełnił unijne normy emisji spalin, niezbędny jest jednak dziś czynnik AdBlue.

Potocznie mianem AdBlue określa się wodny roztwór mocznika, stosowany do systemów SCR samochodów ciężarowych w celu ograniczenia emisji do atmosfery spalin wytwarzanych przez ich silniki – co jest regulowane odpowiednimi normami unijnymi. Jednak nie każdy sprzedawany produkt o zbliżonej formule chemicznej może być tak określany. **AdBlue jest bowiem marką zastrzeżoną przez firmę VDA jedynie dla producentów**, którzy pomyślnie przejdą jej audyt jakościowy i technologiczny.



Na polskim rynku mamy zarówno krajowych, jak i zagranicznych producentów. Niektórzy z nich dystrybuują roztwór mocznika pod własnymi markami, utrzymując „własne normy”. – *Warto tutaj zauważyć, że marka AdBlue® jest znakiem zastrzeżonym, a firmy posiadające licencje na stosowanie tego znaku (roztwór znany również pod nazwą AUS32) zobligowane są do spełniania określonych parametrów jakościowych. ZAK SA jest tym spośród producentów roztworu, którego jakość została doceniona przez VDA (właściciela marki AdBlue®), w związku z czym w zeszłym roku otrzymaliśmy certyfikat umożliwiający nam sprzedaż tego roztworu pod tą właśnie marką* – mówi **Szymon Goździewicz** z Biura Marketingu ZAK SA.

Nabywca, kupując certyfikowany produkt AdBlue®, ma gwarancję, że nie sprawi mu problemów eksploatacyjnych. W wypadku produktu nieposiadającego takiego certyfikatu systemy SCR – z założenia nastawione na określone parametry jakościowe – mogą nie działać jak należy. – *Urządzenia dozuujące czynnik są bardzo delikatne i istotnie bardzo łatwo ulegają uszkodzeniu* – mówi **Marek Biel**, product manager Działu Air1 w Brenntag Polska Sp. z o.o. Ryzyko związane ze stosowaniem produktu niespełniającego normy jest więc zbyt duże zarówno dla sprzedającego, jak i kupującego. – *Niektóre kraje skandynawskie kładą tak duży nacisk na jakość stosowanego roztworu, że jego sprawdzanie jest elementem rutynowych kontroli drogowych* – przypomina Goździewicz.

Podstawową rzeczą, na którą powinien zwrócić uwagę właściciel stacji paliw, jest jakość produktu. – Wokół tego tematu narosło ostatnimi czasy wiele mitów, np.: co do koloru, zapachu, przejrzystości itp. Na pewno nie są to parametry, na których podstawie można stwierdzić, czy produkt się nadaje czy też nie. Kolejnym mitem jest kwestia „lepszego” i „gorszego” AdBlue – czegoś takiego po prostu nie ma! Albo jest AdBlue i tym samym spełnia normy jakościowe, albo nim nie jest i nie powinno być tak nazywane oraz stosowane w samochodach ciężarowych. Dlatego każdy kupujący AdBlue, czy to będzie właściciel stacji paliw czy właściciel firmy transportowej, powinien domagać się świadectwa jakości, które potwierdza, że AdBlue to AdBlue. Brenntag Polska dostarcza takie świadectwa przy każdej dostawie – mówi Marek Biel.

Największą szansą i wyzwaniem zarazem dla rynku AdBlue będzie, zapowiadane już od jakiegoś czasu, wprowadzenie systemu SCR w silnikach Diesla samochodów osobowych. Największym zagrożeniem – ogłaszane co jakiś czas przez koncerny produkujące auta ciężarowe – technologie silnikowe obywatel się bez AdBlue.

Na 2013 r. zapowiedziano wprowadzenie normy EURO 6. Wymagane przez nią ograniczenie emisji szkodliwych substancji jest znacząco wyższe niż w EURO 5. Nowa norma zmusza zatem w zasadzie wszystkich producentów do zastosowania technologii SCR w stosowanych przez nich silnikach. Jedyne technologie, które mogłyby znacząco ograniczyć rozwój rynku AdBlue, mogłyby być silniki elektryczne oraz CNG. Te pierwsze są jednak w dalszym ciągu na etapie „chorób wieku dziecięcego”, i jeszcze trochę w tej fazie pozostaną. CNG ma zaś raczej przyszłość w przedsiębiorstwach transportu miejskiego, ale to w zasadzie już się dzieje i wielkiego przełomu nie należy się spodziewać.

– Biorąc pod uwagę, że zdecydowana większość pojazdów „ciężkich” czy autobusów jeżdżących po naszych drogach nie spełnia EURO 5, teoretycznie flota przewoźników powinna podlegać przebudowie w najbliższych latach. W praktyce spodziewamy się, że nie będzie to proces szybki, ale jednak systematyczny. Pewną dynamikę może nadać rząd czy ustawodawca poprzez wprowadzanie regulacji faworyzujących rozwiązania proekologiczne – przykładem jest zróżnicowanie stawek we wdrażanym systemie „elektronicznego mycia” – mówi Adam Woźniak, członek zarządu Kruse Chemia Polska Sp. z o.o.

Coraz odważniej w sprzedaży roztworu mocznika uczestniczą stacje paliw.

Główną rolę w dystrybucji AdBlue w Polsce odgrywają dziś koncerny paliwowe oraz ich franczyzobiorcy. Kolejną bardzo obszerną grupą są duże przedsiębiorstwa transportowe oraz cała rzesza małych firm transportowych, użytkujących jeden lub kilka ciągników. Ci pierwsi inwestują w dystrybutory, zbiorniki naziemne i podziemne do magazynowania roztworu oraz specjalistyczne orurowanie przesyłowe (należy zwrócić uwagę na agresywność chemiczną AdBlue i jego zdolność do krystalizacji niskich temperaturach). Odchodzą od stosowanej jeszcze niedawno powszechnie sprzedaży AdBlue w formie koncesjonowanej, czyli produktu rozlewanego do mniejszych pojemników, które trafiają na półkę przystajnego sklepu. Ci drudzy w podobny sposób wyposażają swe bazy transportowe, by ich flocie nie zabrakło tego niezbędnego czynnika po drodze. Jak jednak zwraca uwagę Adam Ciężarek z firmy Grosar, zarządzającej siecią stacji na południu Polski, gdy dyspozytor wie, że po drodze jest stacja z dystrybutorem AdBlue, inaczej zaczyna planować trasy zarządzanej przez siebie floty.

Zdzisław Pisiński



AdBlue ... i w drogę!

Nasza oferta to gwarancja najwyższej jakości produktu z gwarancją ciągłości i terminowości dostaw oraz profesjonalne wsparcie techniczne w zakresie sprzętu do dystrybucji AdBlue na stacjach paliw i w przedsiębiorstwach transportowych.

Zapraszamy do współpracy

Brenntag Polska Sp. z o.o.
ul. J. Bema 21
47-224 Kędzierzyn-Koźle
tel. 77 47 21 500
fax 77 47 21 600
e-mail: biuro@brenntag.pl
www.brenntag.pl