

Na polskim rynku detalicznej sprzedaży paliw systematycznie wzmacniają pozycje zagraniczne koncerny paliwowe, które rozszerzają swoje wpływy kosztem polskich firm. Paliwowi giganci przejęli już sporą część najbardziej rentownych, niezależnych stacji. Większość z tych, które pozostało w rękach mniejszych przedsiębiorców wymaga kosztownych remontów, o wartości co najmniej kilkuset milionów złotych. Dla największych graczy na paliwowym rynku oznacza to, że lepiej budować nowe stacje niż inwestować w stare.

Proces konsolidacji rynku paliwowego w Polsce, w ciągu minionych kilku lat, znacznie zyskał na intensywności. W naszym kraju jest zarejestrowane ponad dwadzieścia jeden milionów samochodów, to ogromna ilość pojazdów, która tworzy chłonny rynek zbytu dla spółek paliwowych. Co więcej po drogach w naszym kraju porusza się coraz większa ilość pojazdów. Tej tendencji nie są w stanie wyhamować wysokie ceny paliw. Kierowcy nie porzucają swoich samochodów, ponieważ większość z nich nie ma transportowej alternatywy. Skorzystają na tym także niezależni dystrybutorzy z branży paliwowej – mówi Jacek Malec, prezes zarządu MOMO S.A. – Muszą oni liczyć się z coraz silniejszym naporem zagranicznych koncernów paliwowych, ale przede wszystkim w obrębie dużych aglomeracji. Tymczasem statystyczny kierowca w Polsce nie jest mieszkańcem dużego miasta, oznacza to, że na oblicze naszego rynku paliwowego jeszcze długo będą mieli wpływ niezależni dystrybutorzy, a proces koncentracji tego sektora gospodarki nie spowoduje ich szybkiej marginalizacji.

Mimo ciągle nasilającego się procesu koncentracji duże sieci należące do koncernów paliwowych nie opanowały nawet połowy rynku dystrybucji paliw w Polsce. Z ponad 6 tys. stacji działających w naszym kraju około 3,2 tys. to obiekty należące do prywatnych właścicieli bądź skupione w niezależnych sieciach. Tylko około 500 stacji, spośród grona niezależnych, skupione jest w sieciach zrzeszających przynajmniej dziesięć placówek. Duża część z pozostałych 2,7 tys. stacji funkcjonuje od kilku do kilkunastu lat i jest w znacznym stopniu wyeksploatowana. Ich ewentualne remonty pochłonęłyby setki milionów złotych.

Według danych Polskiej Organizacji Przemysłu i Handlu Naftowego (POPiHN) w Polsce działa 6755 stacji. Jeszcze w 2007 roku było ich 6904. Spadki utrzymują się jednak znacznie dłużej, niemal od dekady. Rynek kurczy się, bo zamykane są nierentowne stacje niezależne, nienależące do wielkich koncernów (jest ich 3220, a jeszcze pięć lat temu było 3,5 tys.). Eksperci twierdzą, że tak będzie jeszcze przez kilka najbliższych lat. Wygaszane są umowy patronackie zawierane nawet ponad 10 lat temu.

Analitycy spodziewają się największego załamania na rynku w 2013 roku. Powód? Za dwa lata wchodzi w życie zaostrzone przepisy o ochronie środowiska, które zobligują właścicieli stacji do kosztownych modernizacji. Wielu niezależnych operatorów nie będzie w stanie zrealizować tych inwestycji. Nawet 10 proc. prywatnych stacji będzie musiało zostać zamkniętych. Oznacza to, że z rynku zniknie co najmniej 300 stacji.

Odwrócić tego trendu nie zdołają hipermarkety. Ich sieci uruchomiły w 2010 roku 16 punktów sprzedaży paliw. To ponad dwa razy więcej niż w roku 2009. Ale najdynamiczniej w ubiegłym roku rozbudowywały się jednak należąca do PKN Orlen ekonomiczna sieć Bliska oraz zachodnie BP i Statoil.

Sieć płockiego koncernu (stacje działające zarówno pod logo Orlen, jak i Bliska oraz Petrochemia Płock) jest największa w Polsce, liczy 1714 obiektów. Co roku ubywa z niej jednak po kilkadziesiąt placówek. Tak było również w 2010 roku, kiedy sieć zmniejszyła się o 30 stacji. Inaczej z działającą w ramach koncernu siecią Bliska, która w ciągu czterech lat rozrosła się ze 170 do 459 placówek. Tylko w ciągu ostatniego roku przybyło jej 35 nowych punktów. O 18 stacji wzrosła natomiast sieć BP, a o 17 – Statoil.

**BADDOG PR**