



Logistyka

**RANKING
TSL
2021**

Rok 2020: początek słaby, koniec mocny

Przedsiębiorcy przeżyli w 2020 roku huśtawkę nastrojów: od pesymizmu przez panikę po ostrożny optymizm. **+L2**

Farmacja uratowała przewozy lotnicze

Po pierwszym kwartale poziom przewozów lotniczych przekroczył wyniki 2019 roku. **+L3**



Remonty zamiast wakacji

Rosnący pomimo pandemii rynek DIY jest szansą dla polskich eksporterów. **+L8-9**

Importerzy z Chin będą słono płacić za transport do końca roku

Już wydawało się, że ceny frachtów z Chin będą maleć, tymczasem w ostatnich tygodniach biją one kolejne rekordy. **+L20**



PROJEKT: KAMIL SKWAŁA, MATERIAŁY: SHUTTERSTOCK

PARTNERZY WYDANIA

ASSTRA
ASSOCIATED TRAFFIC AG**DACHSER**
Intelligent Logistics**DB** **SCHENKER****p3** **LOGISTIC
PARKS****Raben**

ANALIZA

Rok 2020: początek słaby, koniec mocny



Przedsiębiorcy przeżyli w 2020 roku huśtawkę nastrojów: od pesymizmu przez panikę po ostrożny optymizm. Na szczęście notowane w drugiej połowie roku odbicie przemysłowe okazało się solidne i zapewniło duży popyt na transport.

ROBERT PRZYBYLSKI

Bohaterami pandemii są pracownicy transportu, którzy trwali na stanowiskach i zapewnili nieprzerwane zaopatrzenie miast w żywność, a fabryk w surowce. – Najtrudniejsze były początki lockdownu, gdy doświadczaliśmy długiego oczekiwania na przejściach granicznych, utrudnień w przejazdach, ale także w rozładunkach i załadunkach. Musieliśmy dostosować się do warunków panujących w poszczególnych krajach. Z czasem zaobserwowaliśmy mniejszą liczbę poważnych zachwian spowodowanych przez pandemię na poszczególnych kierunkach. Wynikało to z rosnącego doświadczenia zarówno rządzących, jak i pracowników odpowiadających za transport – tłumaczy Head of Revenue and Product Management North & East Europe w DB Schenker Piotr Gola.

Jak wykazują wstępne dane GUS, przewóz ładunków w Polsce wzrósł o 17,7% wg masy, do 2 613,82 mln ton, a według pracy przewozowej powiększył się o 13,3% r./r., do 540,52 mld tonokilometrów.

GUS zaznacza, że w 2020 roku w odniesieniu do roku poprzedniego odnotowano wzrost przewozów ładunków oraz wykonanej pracy przewozowej w transporcie samochodowym. Wykonana praca przewozowa zwiększyła się również w przypadku transportu rurociągowego (przy nieznacznym spadku przewiezionych ładunków), natomiast w pozostałych rodzajach transportu odnotowano spadek obu tych wielkości.

Przewozy kolejną spadły według masy o 6,6% r./r. do 218,38 mln ton, a według

pracy przewozowej zmalały o 6,4% r./r., do 51,1 mld tonokilometrów. Urząd Transportu Kolejowego podaje nieco inne dane, spadek przewozów wg masy wylicza na 5,6%, do 223,2 mln ton, zaś wg pracy przewozowej na 6,6%, do 52,2 mld tkm.

UTK podaje, że największy spadek pracy przewozowej miał miejsce w kwietniu (22%), zaś we wrześniu, listopadzie i grudniu wyniki były lepsze w porównaniu z tymi samymi miesiącami roku 2019 (odpowiednio o 2,4%, 4,1% oraz 12,7%).

UTK podkreśla, że nieprzerwanie przez wszystkie kwartały 2020 roku rosły przewozy intermodalne: wg masy o 21,9%, do 19,5 mln ton, i o 10,9% wg pracy przewozowej, do 7,8 mld tkm. W rezultacie ich udział w pracy przewozowej ogółem powiększył się o 2,4 pkt proc., do 15%.

W Europie zabrakło samochodów

Przewozy samochodowe według masy wzrosły o 21,4% r./r., do 2 331,76 mln ton, a według pracy przewozowej powiększyły się o 16,8% r./r., do 461,58 mld tonokilometrów – wyliczył GUS.

Jako całość przewoźnicy samochodowi przetrwali pierwszy rok pandemii w dobrej kondycji, o czym świadczą rosnące pod koniec ub.r. zakupy taboru. W sumie zakupy nowych samochodów ciężarowych były w 2020 roku o 27% mniejsze niż rok wcześniej, ale już w lipcu 2020 roku rejestracje pojazdów o dmc powyżej 3,5 tony przekroczyły stan z roku wcześniejszego i utrzymały dobry poziom do grudnia. W ostatnim kwartale zaczęły nawet rosnąć w porównaniu z 2019 roku rejestracje naczip, co świadczyło o coraz

większym optymizmie przewoźników.

Lider polskiego rynku samochodów ciężarowych DAF zebrał w grudniu duże ilości zamówień. – Mamy bardzo dobry portfel zamówień – przyznał dyrektor marketingu w DAF Trucks Polska Zbigniew Kołodziejek.

W tabor inwestowali przede wszystkim przewoźnicy międzynarodowi, mający większe marże od firm operujących na krajowym rynku. Na koniec 2020 roku liczba międzynarodowych przewoźników zmalała o dwa podmioty, ale zarazem o blisko 4% powiększyła się flota, do 256 352 wypisów.

Zamrożenie gospodarki wystraszyło część przedsiębiorców i gdy latem gospodarka odbiła, na rynku zabrakło samochodów. Niemiecka spedycja Transporeon notowała od drugiej połowy ub.r. braki podaży wolnych samochodów. Stawki frachtowe wyraźnie poszły w górę, a wzrastające ceny sprawiły, że ci, którzy przetrwali pandemię, zaliczyli udany rok.

Z szacunków PKO Leasing wynika, że dynamika zysku netto firm transportu drogowego towarów o zatrudnieniu powyżej 49 osób wyniosła w pierwszym kwartale 2020 roku +33,0% r./r., w drugim +32,1% r./r., a w trzecim +85,6% r./r. – Firmy notują poprawę wprawdzie spadek przychodów, ale w znacznym stopniu udało im się obniżyć koszty – tłumaczył dyrektor rynku transportu ciężkiego w PKO Leasing Piotr Gąska.

Logiści zatrudniają i inwestują

Pandemia zmusiła 55,6% badanych przez „Rz” firm TSL do ograniczenia inwestycji, ponad 44% tymczasowo obni-

żyło płace członkom zarządu i pracownikom, ale taki sam odsetek firm logistycznych zadeklarował, że pandemia nie miała negatywnego wpływu na ich działalność. W ostatnim roku połowa przedsiębiorstw zwiększyła zatrudnienie. Zatrudnienie w logistyce w 2020 roku w Polsce wzrosło o 3%, gdy w UE zmalało o 5% – wynika z danych Eurostatu.

Z badań „Rz” wynika również, że 40% firm wprowadziło nowe usługi, a blisko co trzecia rozbudowała infrastrukturę. Z pomocy państwa skorzystało 27% podmiotów.

Pandemia nie zmniejszyła popytu na magazyny. – Odnawiamy niezwykle wysoką dynamikę rozwoju rynku magazynowego w całym regionie CEE, szczególnie w Polsce. Tylko w 2020 roku popyt na krajowym rynku powierzchni magazynowych osiągnął rekordowy poziom niespełna 5 mln mkw. i wzrósł znacząco o 24% r./r. Obserwujemy kontynuację zeszłorocznego trendu oraz istotne zainteresowanie nowymi powierzchniami w szeroko rozumianym sektorze magazynowo-logistycznym – zapewniał Associate eCommerce, Industrial & Logistics Agency, Cushman & Wakefield Michał Brzeziński.

Zasoby nowoczesnych powierzchni magazynowych i przemysłowych wyniosły 20,7 mln mkw. w 2020 roku, co oznacza wzrost o 12% w ciągu roku, wylicza firma doradczą Cresa.

Łączna wielkość transakcji na rynku inwestycyjnym w sektorze magazynowym i przemysłowym w 2020 roku była rekordowo wysoka i wyniosła 2,6 mld euro, co oznacza wzrost o 65% w porównaniu z rokiem poprzednim. Wskaźnik pustostanów w Polsce na koniec IV kwartału 2020 roku

wyniósł 6,9%, co oznacza spadek o 0,6 pkt proc. r./r. – szacuje Cresa.

Podobnie wygląda sytuacja w Europie. – Sektor logistyczny w Europie boryka się z ograniczoną dostępnością powierzchni, która spowodowana jest przez brak gruntów inwestycyjnych oraz rygorystyczne przepisy dotyczące planowania przestrzennego. W odróżnieniu od sytuacji sprzed globalnego kryzysu finansowego, gdy inwestycje o charakterze spekulacyjnym stanowiły ok. 80% nowej podaży, po jego zakończeniu powstawały głównie obiekty typu BTS, co doprowadziło do dużej luki podażowej na większości największych rynków logistycznych w Europie – stwierdził dyrektor działu badań rynku nieruchomości logistycznych i przemysłowych w regionie EMEA, Cushman & Wakefield Lisa Graham.

Dane na koniec ubiegłego roku wskazują na kontynuację trendu spadkowego pustostanów w większości kluczowych hubów logistycznych Europy. – Wskaźniki powierzchni niewynajętych wynoszące ok. 4% w Holandii i Wielkiej Brytanii oraz ok. 2% w Rotterdamie, Lyonie, Pradze i Budapeszcie świadczą o dużej luce podażowej, której dotychczas nie zmniejszył wzrost inwestycji o charakterze spekulacyjnym – podkreślała Graham.

Ponadto rosnący popyt ze strony klientów z sektora e-commerce i operatorów logistycznych 3PL, którzy powiększają swoje powierzchnie logistyczne, zniwelował wzrost wakatów spowodowany ogłaszaniem upadłości przez niektórych najemców w roku 2020. – Rozwój branży e-commerce, zarówno pod względem zasięgu geograficznego, jak i oferowanego asortymentu, będzie kluczowym czynni-

kiem popytu na nową powierzchnię w najbliższej dekadzie – przekonuje partner, dyrektor działu powierzchni przemysłowych i logistycznych w regionie CEE, Cushman & Wakefield Joanna Sinkiewicz.

Lekkie spadki w portach

W 2020 roku w portach w Gdańsku, Gdyni oraz Szczecinie-Swinoujściu przeładowano 103,8 mln ton towarów, podliczyła firma doradczą Actia Forum. To o 4% mniej niż w 2019 roku. Analitycy Actia Forum podkreślają, że obroty ucierpiały w pierwszej połowie 2020 roku z powodu obostrzeń sanitarnych, jednak nie przeszkodziło to polskim portom w osiągnięciu wysokiego poziomu przeładunków.

Port Gdańsk w 2020 roku przeładował 48,04 mln ton towarów. Zespół portów w Szczecinie i Swinoujściu zanotował 31,18 mln ton. Natomiast Port Gdynia osiągnął wynik przekraczający 24,6 mln ton przeładowanych towarów, co stanowi wzrost o 2,9% r./r. Łącznie daje to 103,82 mln ton przeładowanych towarów w polskich portach morskich w 2020 roku.

Wynik ten jest znacząco lepszy od prognoz uwzględniających wybuch pandemii i związanego z nią kryzysu. – Polskie porty obroniły ponad 100 mln ton przeładunków pomimo ogólnoświatowego kryzysu. To trzeci rok z rzędu, kiedy trzy największe terminale przekraczają liczbę niewyobrażalną jeszcze kilka lat temu. Optymizmem napawa to, że porty utrzymują wysoką pozycję i ustabilizowały poziom przeładunków – podkreślał wiceminister infrastruktury Marek Gróbarczyk. /©©

KOMENTARZ PARTNERA



TOMASZ PYKA,
dyrektor sprzedaży
Kłaster Europy
Północno-Wschodniej
w DB Schenker

Nie zauważamy, by praca zdalna spowolniła działalność DB Schenker – wręcz przeciwnie – odnotowujemy wzrost w zakresie naszych biznesów. Dzięki posiadanej technologii i infrastrukturze ponad 30 tys. osób na całym świecie może bezpiecznie pracować z domów

(z tego rozwiązania korzysta ponad 700 pracowników w Polsce, a także zespół DB Schenker Technology Center). Pandemia przyspieszyła wdrożenie podpisów elektronicznych i udoskonalenie elektronicznego obiegu dokumentów, co przyczyniło się do znacznej optymalizacji procesów. Podróże służbowe, ograniczone ze względu na wprowadzane lockdowny, zostały zastąpione spotkaniami online. Nasi pracownicy

wskazują, że dzięki temu zyskali więcej czasu – jednego dnia mogą być w kilku miejscach na świecie i sprawniej radzić sobie z pojawiającymi się wyzwaniami. Pierwsza fala Covid-19 i duże spadki liczby nadeń zmusiły nas do podjęcia szybkich działań. Uruchomiliśmy natychmiast procesy mające na celu stabilizację sieci i zapewnienie klientom możliwie nieprzerwanego serwisu. Z naszych obserwacji wynika, że klienci od chwili wybuchu

pandemii szukali nie tańszych, ale stabilniejszych rozwiązań. Na rynku przewozów oceanicznych znacznie wzrosły ceny kontenerów, których dostępność jest bardzo ograniczona – wpływa na to długi czas zamknięcia obrotu towarowego z Chinami czy ostatnie wydarzenia w Kanaale Sueskim. Szansa dla wielu firm stał się fracht kolejowy, który jest również bardziej ekologicznym rozwiązaniem w porównaniu z innymi środkami transportu. Nie

może on jednak obsłużyć tak dużych wolumenów jak morski. Zauważamy, że na aspekt ekologiczny większą uwagę zwracają międzynarodowe przedsiębiorstwa o ugruntowanej pozycji rynkowej (np. koncerny farmaceutyczne). Mimo wielu wyzwań wynikających z pandemii podejmowaliśmy działania, by ograniczyć nasz negatywny wpływ na środowisko. Między innymi przeprowadzamy testy zeroemisyjnych pojazdów czy inwestujemy w zielone terminale. /©©

ANALIZA

Farmacja uratowała przewozy lotnicze

Po pierwszym kwartale poziom przewozów lotniczych przekroczył wyniki 2019 roku.

ROBERT PRZYBYLSKI

IATA informuje, że tegoroczna praca przewoźowa w marcu była o 4,4 proc. większa od przedkryzysowego poziomu i zbliżyła się do 24 mld tkm. Praca wykonana w pierwszym kwartale 2021 roku była o 5,6 proc. większa niż w podobnym okresie 2019 roku i o 14,1 proc. większa niż w pierwszym kwartale 2020 roku.

IATA podkreśla, że krótkoterminowe prognozy dla przewoźników lotniczych są dobre. Nastroje w przemyśle sięgnęły w marcu 53,4 pkt, o 2,4 pkt proc. więcej niż w lu-

gdy możliwości przewozowe cargo samolotów pasażerskich zmalały w tym samym okresie o 38,4 proc.

Analitycy wskazują na zwiększone zapotrzebowanie na ekspresowe przewozy ze strony dostawców, którzy nie nadążają za rosnącym popytem. Na przewozy lotnicze nie miało wpływu zablokowanie Kanału Sueskiego przez kontenerowiec „Ever Given”. IATA oblicza, że ruch na trasie Azja-Europa zmalał w marcu o 3 proc. w stosunku do lutego.

IATA podaje, że stopień wykorzystania samolotów w marcu 2021 roku sięgnął 58,8 proc. i był o niemal 9 pkt proc.

Licząc tylko przewozy międzynarodowe, Europa miała 22 proc. rynku, Azja – 29,2 proc., Ameryka Północna – 17,6 proc.

W przypadku przewoźników lotniczych rok 2020 uratowały zlecenia na transport leków i środków ochrony. Duże firmy spedycyjne uruchomiły własne połączenia czarterowe. Dostawy szczepionek przeciw koronawirusowi były możliwe dzięki mostom powietrznym. Przykładem jest LOT Cargo, które ma certyfikat IATA CEIV Pharma.

W Polsce rynek przewozów farmaceutycznych wart jest 100 mln zł. LOT zamierza zbudować w Warszawie hub dla przesyłek farmaceutycznych rozwożonych po całym świecie. – Branża farmaceutyczna to rynek o unikalnych wymaganiach, dla którego kluczowy jest bezpieczny, bezpośredni i szybki transport. Dzięki odpowiedniemu zapleczu technologicznemu i rozwiniętej siatce połączeń dalekodystansowych realizowanych nowoczesną flotą, jesteśmy w stanie natychmiast spełnić te wymagania – przekonuje dyrektor Biura Cargo i Poczty w PLL LOT Michał Grochowski.

Urząd Lotnictwa Cywilnego nie podsumował całości ub.r. Pierwszy kwartał 2020 roku przyniósł 3,8-procentowy wzrost przeladunków cargo w polskich portach lotniczych, do 28,36 tys. ton. W drugim kwartale spadek wyniósł 33,6 proc., a w trzecim 28,3 proc. Po trzech kwartałach przeladunki były o 20,3 proc. mniejsze niż rok wcześniej i wyniosły 71,43 tys. ton, podlicza ULC. W 2019 roku polski rynek cargo po trzech kwartałach wzrósł o 6,8 proc..

/©©



MATERIAŁY PRASOWE

Krótkoterminowe prognozy dla przewoźników lotniczych są dobre

tym, rośnie liczba zamówień eksportowych, a spodziewane zniesienie restrykcji w przewozach pasażerskich przywróci zdolności przewozowe, które na świecie były o 12 proc. mniejsze niż przed kryzysem.

Zdolności przewozowe samolotów frachtowych wzrosły o 20,6 proc. w stosunku do marca 2019 roku,

lepszy niż w marcu 2019 roku. Najwyższy stopień wykorzystania notowali przewoźnicy europejscy (odpowiednio 68,5 proc. i 56,3 proc.). Na koniec marca, rynek europejski przewozów lotniczych stanowił 22,3 proc. światowego, ustępując rynkowi azjatyckiemu z udziałem 32,4 proc. oraz północnoamerykańskiemu, który ma 27,9 proc..

KOMENTARZ PARTNERA



MATE PRAS

MICHAŁ RENE, dyrektor Frachtu Lotniczego Kłustra Europy Północno-Wschodniej w DB Schenker

Ostatnie 12–14 miesięcy to dla rynku towarowego transportu lotniczego na świecie zupełnie nowa rzeczywistość. Nastąpił istotny spadek dostępnej powierzchni ładunkowej na pokładach samolotów

pasażerskich – nawet do 80 proc. w stosunku do tego samego parametru przed pandemią. Duże zmiany na rynku spowodowała także ograniczona możliwość wzrostu podaży powierzchni ładunkowych w samolotach typu cargo. Od kwietnia 2020 r. firmy takie jak DB Schenker zaczęły budowanie własnych operacji lotniczych opartych na regularnych połączeniach czarterowych, głównie pomiędzy Europą i Azją (Chiny oraz Indie), a także Europą i Ameryką Północną. Lot czarterowy to dedykowany samolot cargo zakontraktowany na danej trasie, najczęściej dla konkretnego klienta. Biorąc pod uwagę zmiany na rynku związane z pandemią, kontrakty czarterowe z liniami lotniczymi obejmują dłuższe okresy współpracy na stałych kierunkach, np. Szanghaj–Frankfurt, Monachium–Chicago, a loty otwarte są dla szerokiej grupy klientów DB Schenker. Aktualnie siatka takich połączeń

czarterowych, którą DB Schenker oferuje swoim klientom, to ponad 50 lotów w tygodniu łączących Europę, Azję i Amerykę – w większości w oparciu o wersje cargo samolotów Boeing 747 oraz Boeing 777. Dzięki tym połączeniom uniezależniliśmy się od wahań dostępności powierzchni ładunkowych na rynku oraz od wahań cen, a także od nieprzewidywalnych sytuacji rynkowych. Mam na myśli chociażby blokadę Kanału Sueskiego, trudną sytuację z dostępem do miejsca na statkach i do kontenerów na rynku morskim, a przede wszystkim zerwane przez pandemię łańcuchy dostaw. Czarterowa siatka połączeń DB Schenker to również gwarancja terminowych dostaw, gwarancja jakości, a przede wszystkim stabilności dostępnych dla klientów rozwiązań. Dzięki tym połączeniom w tygodniu do dyspozycji naszych klientów jest prawie 10 tys. ton dostępnej powierzchni ładunkowej.

/©©

RYNEK

Człowiek pozostaje kluczowym zasobem

Branża TSL musi poprawić wizerunek i otworzyć się na pracowników spoza specjalności.



MATERIAŁY PRASOWE

Pracodawcy wybierają często kandydatów o mniejszym potencjale, ale z doświadczeniem. W rezultacie tworzy się bariera wejścia na rynek pracy

ROBERT PRZYBYLSKI

Zainteresowanie branży TSL pracownikami wyraźnie wzrasta. – W wakacje ub.r. czuć było pierwsze odbicie, choć druga fala covidu wywołała niepewność. Nie odczuły jej duże podmioty, spowolnienie dotknęło tylko małych firm, zatrudniających do 50 osób, które czuły się niepewnie. W tym roku mamy powrót do stanu z 2019 roku: brak rąk do pracy. W 2020 roku zatrudniłem w TSL ok. 35 osób, w pierwszym kwartale tego roku już przekroczyłem ten wynik – porównuje Radosław Bugaj z firmy doradczej MoveON! Consulting.

Najpierw pracownicy, później technologia

Szersze badania potwierdzają indywidualne spostrzeżenia, że ostatnie miesiące przyniosły wyraźne ożywienie w sektorze logistyki. 80% polskich przedsiębiorstw pozytywnie ocenia perspektywę tego sektora, wynika z raportu „Logistyka w Polsce” przygotowanego przez Manpower we współpracy z Łukaszem Bugajem – Instytut Logistyki i Magazynowania.

Z raportu tego wynika również, że 34% respondentów wskazuje na niedobór wykwalifikowanego personelu. – Hamulcem w rozwoju branży staje się brak wykwalifikowanej kadry. Zwraca na to uwagę ponad jedna trzecia ankietowanych. Jednocześnie rośnie zainteresowanie innowacyjnymi technologiami z zakresu automatyzacji i robotyzacji w magazynach. Nadal jednak więcej niż połowa badanych jako najważniejszy obszar inwestycji w tym roku wskazuje pozyskanie nowych pracowników, mniejszą wagę przywiązując do wdrażania nowoczesnych technologii. Człowiek pozostaje więc kluczowym zasobem organizacji – podkreśla Tomasz Walenczak, dyrektor Manpower.

– Ważnym sygnałem jest to, że 54% firm chce w tym roku inwestować w nowych pra-

cowników. Mniej niż połowa badanych prowadzi sprzedaż przez internet, co oznacza, że jest w tym obszarze jeszcze duży potencjał rozwojowy, ale też sporo wyzwań, bo logistyka e-commerce jest bardziej skomplikowana niż handlu tradycyjnego, wymaga nie tylko innej infrastruktury, ale także pracowników z odpowiednimi kwalifikacjami – zaznacza dyrektor Łukaszewicz – Instytut Logistyki i Magazynowania dr hab. Arkadiusz Kawa.

Słaby wizerunek

Branża TSL jest liczącym się fragmentem całego rynku pracy. – Na najpopularniejszym portalu rekrutacyjnym naliczyłem 785 ogłoszeń wakatów na stanowisko spedytora w całej Polsce, a wszystkich ogłoszeń jest 8100. TSL to bardzo chłonna branża, ale ma jeden problem: wizerunek

„Firmy, które dbają i szanują kierowców, płacą w terminie i zgodnie z zawartą umową, mają dobrą organizację pracy, nie notują problemów z kierowcami

pracodawców. Prowadziłem rekrutację na stanowisko asystenta spedytora i dyspozytora i widzę, że firmy przekonują się, że ogłoszenie to za mało, aby pozyskać kandydata. Nabór to wielowymiarowy proces, wykorzystujący kilka kanałów: budowania marki pracodawcy i świadomości zespołu pracowników, że pracują w dobrym środowisku. Najlepszym ambasadorem jest pracownik. A o tym przez wiele lat zapomniano – zaznacza Radosław Bugaj z firmy doradczej MoveON! Consulting.

Uważa, że TSL musi otworzyć się na tych, którzy chcą się przebranżowić. – Osoby z doświadczeniem z innych sektorów mogą wnieść nowe

pomysły i rozwiązania i mogą mieć nieco mniejsze oczekiwania finansowe na początku, ale będą miały dużą motywację. Dla TSL to potencjał wart wykorzystania. Tymczasem pracodawcy oczekują kandydata doświadczonego, który jest gotowy od pierwszego dnia wejścia w rolę i nie będzie wymagał czasu na wdrożenie. Trudno przekonać przedsiębiorców, że osoby z potencjałem, ale bez doświadczenia, są równie cenne. Pracodawcy wybierają często kandydatów o mniejszym potencjale, ale z doświadczeniem. W rezultacie tworzy się bariera wejścia na rynek pracy – wskazuje Bugaj.

Niezależny doradca Grzegorz Woelke uważa, że nie ma deficytu zasobów w logistyce. – Jest tylko deficyt chęci zapłaty uczciwej ceny (adekwatnej do kosztów wytworzenia zasobu i rozsądnego zysku) za wymierną wartość. Dokładnie tak samo jest ze spedytorami. Większość pracodawców wy-

chowanych w kuli biznesu opartego na złotym strzale i okazji postrzeganej jako wykonywanie konkurentów nie rozważa w ogóle kwestii wytworzenia i utrzymania zasobów, gdyż żyje w przekonaniu, że można te zasoby komuś podobać – stwierdza Woelke.

Przykładem jest rynek pracy kierowców. – Firmy, które dbają i szanują kierowców, płacą w terminie i zgodnie z zawartą umową, mają dobrą organizację pracy, nie notują problemów z kierowcami. Ci, którzy nie rozumieją, że kierowca jest najważniejszym „środkiem produkcji”, będą ciągle narzekać na dużą rotację i brak kierowców – ocenia doradca Dariusz Wasilewski.

/©©

KALENDARIUM

FIRMA



1960 →
Objęcie sterów przez syna założyciela w 1960 roku – Theo Raben, który z wielką pasją rozwijał m.in. transport tekstyliów z i do Polski.



2002 →
Powstaje spółka Fresh Logistics specjalizująca się w obsłudze produktów świeżych, wymagających kontrolowanej O do +6°C w całym łańcuchu dostaw.



2012 →
Ewald Raben otrzymuje w Polsce nagrodę E&Y Przedsiębiorca Roku.



2018 →
Uruchomienie własnej sieci transportowej w Niemczech.



2019 →
Raben udostępniła narzędzie ETA pozwalające na śledzenie przesyłki w czasie rzeczywistym.



2020 →
Raben w odpowiedzi na Covid-19 uruchamia usługę PCD – Potwierdzenie dostawy zdjęciem.



1931
W Meddo-Winterswijk w Holandii Jan W. Raben, dziadek aktualnego CEO, zakłada firmę transportową.



1991
Pierwszy krok za granicę wykonał wnuk założyciela – obecny CEO firmy Ewald Raben. Otworzył pierwszy oddział rodzinnej firmy w Polsce w Baranowie pod Poznaniem.



2003–2019
Intensywny rozwój Raben w Europie (organiczny oraz poprzez przejęcia), otwarcie spółek na nowych rynkach: Ukraina, Litwa, Łotwa, Estonia, Niemcy, Czechy, Słowacja, Węgry, Rumunia, Włochy, Bułgaria.



2017
Powstaje Raben East i uzupełnia portfolio Raben o usługi międzynarodowego transportu drogowego, w tym regularne połączenia drobnicowe z krajami wschodnimi.



2018
Ewald Raben, CEO Grupy Raben, zostaje uhonorowany nagrodą LEO 2018 w Niemczech w kategorii przedsiębiorca roku przyznaną przez DVZ.



2019
Ewald Raben zostaje uhonorowany Medalem 100-lecia Odzyskania Niepodległości za zasługi dla rozwoju polskiej gospodarki.



2021
Grupa Raben świętuje 90-lecie istnienia.

Od przedsiębiorstwa rodzinnego do marki globalnej

Grupa Raben posiada własne oddziały w 13 krajach Europy, łącznie zatrudnia 10 tys. pracowników i każdego dnia na drogi wysyła ponad 8500 ciężarówek. Zaczęło się jednak bardzo niepozornie, od małej, holenderskiej firmy rodzinnej. W 2021 r. firma świętuje swoje 90-lecie i nadal ważne są dla niej wartości charakterystyczne dla rodzinnych organizacji, co pozytywnie wpływa na zaangażowanie pracowników i relacje z klientami.

MATERIAŁ POWSTAŁ WE WSPÓŁPRACY Z RABEN

Firma rodzinna ma przewagę nad innymi przedsiębiorstwami, ponieważ klientów i pracowników traktuje jak członków rodziny. Dlatego oferujemy logistykę „z ludzką twarzą”. Partnerstwo i lojalność wpisują się w ten styl współpracy. Mamy wielu długoterminowych klientów. Ich biznes na przestrzeni lat się zmienia i my dostosowujemy się do nich. Jesteśmy partnerami i wspólnie odpowiadamy na pojawiające się wyzwania i wspólnie się rozwijamy. Ten nieustanny rozwój jest wpisany w geny naszej firmy. Nie dostarczamy tylko usługi, ale składamy też obietnicę, która musi zostać spełniona – zawsze na czas, z dbałością o szczegóły i na najwyższym poziomie jakości. Dlatego od wielu lat poszukujemy innowacyjnych rozwiązań, zawsze stawiając naszych klientów na pierwszym miejscu. W ten sposób inwestujemy w przyszłość, w zrównoważone rozwiązania i projekty, które przynoszą długoterminowe korzyści – mówi Ewald Raben, CEO Grupy Raben. – Przed nami jeszcze niejedna droga, ale już teraz jestem przekonany, że razem możemy dotrzeć wszędzie tam, gdzie chcemy.

Początek marki globalnej

W 1931 r. w małym miasteczku Winterswijk w Holandii Jan W. Raben, dziadek aktualnego CEO, zaczął okolicznym rolnikom wozić produkty na targ. To on dał początek firmie, która dziś jest marką globalną. Kolejnym punktem na historycznej mapie Grupy Raben było objęcie sterów przez syna założyciela w 1960 r. – Theo Rabena. Pierwszy krok za granicę wykonał wnuk Ewald. Po przemianach 1989 r. dostrzegł szansę rozwoju na rynku polskim. Kupił wtedy mapę Polski i zaznaczył 12 punktów, które stanowiły oddziały ulokowane w różnych częściach kraju. Dziś Raben posiada ponad 150 oddziałów w 13 krajach Europy, zatrudnia 10 tys. osób oraz dysponuje około 1200 mln mkw. własnych powierzchni magazynowych. Naczezy z logo Raben można spotkać na większości europejskich dróg. Centrala firmy znajduje się w Robakowie pod Poznaniem, gdzie mieści się także największe centrum logistyczne Raben w Europie.

Ekspansja na Europę

Ostatnie 30 lat to historia nieustannego rozwoju i dynamicznej ekspansji na rynki zagraniczne. W

2002 r. powstało Fresh Logistics Polska, specjalizujące się w obsłudze produktów świeżych, wymagających temperatury kontrolowanej o do +6 stopni. W 2003 r. otwarto pierwszy oddział na Ukrainie, rok później zakres działalności Grupy Raben rozszerzył się o Litwę, Łotwę i Estonię. W 2008 r. firma weszła na rynek czeski i słowacki, a po dwóch latach była również obecna na Węgrzech. 2016 r. to początek biznesu w Rumunii. Natomiast w 2017 r. Grupa nabyła 20-procentowy udział we włoskiej firmie SITTAM, a od 2020 r. jest właścicielem włoskiej firmy Raben SIRRAM. W 2019 r. do ro-

się: żywność (30%), technologie konsumenckie (21%), automotive (17%), retail (12%) chemia (11%) oraz FMCG non-food (9%). Transport drogowy, który w Grupie odpowiada za 66% obrotów, to ogromna szansa, ale również wyzwania, na które firma Raben reaguje każdego dnia, dostosowując swoją siatkę połączeń drobnicowych, odpowiadających na oczekiwania klientów z całej Europy. Działania w ramach tworzenia sieci połączeń międzynarodowych idealnie wpasowują się w misję i wizję firmy, a ponieważ samochody z logo Raben spotkamy na wielu transportowych szlakach,



dziny Raben dołączyła Bułgaria, gdzie firma otworzyła swój pierwszy oddział w Sofii.

Bardzo istotne znaczenie dla Grupy Raben ma rynek niemiecki. Przedsiębiorstwo buduje tam swoją pozycję zarówno za sprawą rozwoju organicznego, jak i poprzez przejęcia. Aktualnie Raben posiada w Niemczech niezależną sieć transportową z 34 własnymi oddziałami.

Portfolio Grupy uzupełnia Raben East. Świadczy usługi międzynarodowego transportu drogowego, usługi agencji celnej i doradztwo w organizacji transportu na rynki wschodnie. Spółka obsługuje między innymi takie kraje jak: Armenia, Azerbejdżan, Białoruś, Gruzja, Irak, Kazachstan, Kirgistan, Mołdawia, Mongolia, Rosja, Tadżykistan, Turkmenistan, Turcja, Ukraina i Uzbekistan.

Droga do sukcesu

Raben w pełni wykorzystuje możliwości rynkowe, które pojawiły się wraz z otwarciem europejskich rynków i swobodnym przepływem towarów. Firma oferuje kompleksowe usługi TSL: logistykę kontraktową, sieć drogową (krajową, międzynarodową oraz na wschód), transport produktów świeżych, FTL & transport intermodalny, morski oraz lotniczy. Wśród głównych branż obsługiwanych przez nią w 2020 r. znalazły

się: żywność (30%), technologie konsumenckie (21%), automotive (17%), retail (12%) chemia (11%) oraz FMCG non-food (9%).

Rozwój poprzez innowacje

Grupa Raben od lat stawia na digitalizację. W obszarze automatyzacji wdraża zaawansowane rozwiązania IT, takie jak platformy automatycznie przekazujące informacje dla klientów oraz platformy prezentujące ETA (szacowany czas dostawy). W zakresie automatyzacji i robotyki magazynowej wdrażane są urządzenia mierzące przesyłki, autonomiczne lub półautonomiczne wózki widłowe, a także ramiona „cobotyczne”, sensory Internet of Things (IoT) i wiele innych rozwiązań zwiększających efektywność procesów magazynowania i transportu. W zakresie RPA podkreślić należy wdrożenia robotów software'owych wspomagających lub zastępujących pracę użytkowników w poszczególnych aplikacjach (WMS/TMS/FK) lub na styku pomiędzy systemami IT.

W trosce o bezpieczeństwo dostaw w czasie pandemii Grupa Raben, chcąc zachować zalecaną odległość między osobami biorącymi udział w realizacji dostawy, wprowadziła nową usługę dla przesyłek drobnicowych PCD (Picture Confirming Delivery). Polega ona na bezdotykowym potwierdzeniu dostawy za pomocą zdjęcia.

90 lat po drodze z ekologią

W DNA firmy rodzinnej, opartej o system wartości, w naturalny sposób wpisana jest odpowiedzialność społeczna. Firma do koncepcji CSR podchodzi w sposób kompleksowy, integrując działania społecznie odpowiedzialne ze strategią biznesową organizacji, skupiając się na bezpieczeństwie drogowym, edukacji i ekologii. Co roku inwestuje w bardziej efektywne i proekologiczne rozwiązania w transporcie i magazynach oraz sadi tysiące drzew neutralizujących tony CO2.



Raben zakupił także energię na 2021 i 2022 z gwarancją pochodzenia ze źródeł odnawialnych, co umożliwi redukcję emisji o ok. 30% w zakresie emisji bezpośrednich oraz pośrednich i pozwoli w 100% zasilać własne obiekty zieloną energią elektryczną.

Ekologia ma dla Raben duże znaczenie. Dlatego firma postanowiła świętować swoje 90-lecie w dość nietypowy sposób, zapraszając klientów i internautów w ekologiczną podróż po Europie „eco, way”. Ta niezwykła droga zaczęła się 1 kwietnia i potrwą do końca sierpnia 2021 r. Przewodnikami są pracownicy firmy i ekoentuzjaści, którzy pokażą 20 miejsc narażonych na skutki zmian klimatycznych i opowiedzą ich historię. Całą trasę można śledzić na stronie www.raben90years.com oraz w mediach społecznościowych firmy.

– Chcemy wyznaczać trendy na rynku w zakresie zrównoważonego rozwoju, nie tylko poprzez posiadanie ekologicznych ciężarówek i magazynów czy sadzenie drzew, ale także poprzez wszystkie procesy, które stosujemy. Staramy się uczynić je jak najbardziej przyjaznymi dla środowiska. To jest nasza odpowiedzialność. A ponieważ nasze relacje z klientami są oparte na partnerstwie, jestem przekonany, że oni również dołączą do nas w tym zrównoważonym sposobie prowadzenia biznesu” – wyjaśnia Ewald Raben. /©©



→ Ewald Raben, CEO Grupy Raben

ROZMOWA

Z powodu pandemii klienci nie uciekają

CEO DACHSER **Burkhard Eling** mówi o inwestycjach firmy w IT oraz o wpływie pandemii na branżę logistyczną.

MATERIAŁ POWSTAŁ
WE WSPÓŁPRACY
Z DACHSER

Pandemia nie pożarła zysków firmy?

Nie ujawniamy zysków, jednak mogę zapewnić, że mamy solidne podstawy finansowe, a w pandemii nasze przychody zmalały tylko o 0,9 proc., do 5,6 mld euro. Firma miała chwilowy spadek liczby przesyłek podczas pierwszego zamrożenia gospodarki, ale zaraz potem powróciliśmy do planów i poziomów sprzed pandemii. Gospodarka odrobiła straty, co jest szczególnie widoczne w Polsce, gdzie zanotowaliśmy ponad 10-proc. wzrost.

Jednak przeliczając przychody na zatrudnionego, DACHSER ma 237 tys. dol., podczas gdy Kuehne + Nagel 326 tys., a DSV Panalpina 318 tys. dol. Skąd takie różnice?

Mamy różne modele biznesowe. W naszym przypadku przychody pochodzą przede wszystkim z transportu drogowego, a konkurenci specjalizują się w spedycji morskiej i lotniczej. Utrzymanie wysokiej jakości usług w logistyce drogowej wymaga ludzi i to oni są kluczem do naszego sukcesu.

Pilny import z Chin środków ochrony chyba rozruszał spedycję lotniczą?

Linie lotnicze zawiesiły loty rejsowe, co zmusiło nas do zwiększenia liczby czarterów. Na początku na potrzeby dostaw maseczek ochronnych i innych artykułów medycznych, które były produkowane w Chinach i bardzo potrzebne w Europie. Później także dla klientów z innych branż. W sumie w 2020 roku wykonaliśmy 150 lotów czarterowych na

najważniejszych trasach między Azją, Europą i Stanami Zjednoczonymi. Dzięki temu udało nam się zwiększyć przychody działu Air & Sea Logistics o ponad 5 proc., do niemal 1,2 mld euro.

Firma wozi także szczepionki?

Skorzystaliśmy z dodatkowego popytu na loty z Chin do EU ze środkami ochrony osobistej. Szczepionek nie przewożymy, ale transportujemy leki i dostrzegamy możliwości rozwoju tego segmentu rynku.

Jaki jest potencjał Nowego Jedwabnego Szlaku?

Stawiamy na rozwój przede wszystkim w obszarze spedycji lotniczej i morskiej. Na Nowym Jedwabnym Szlaku też spodziewamy się wzrostu, ale jest to dość mały segment rynku, choć obiecujący. Pytanie brzmi, jak klienci mogą ten szlak wykorzystać, jak dużo mogą przetransportować tą drogą. Z naszej perspektywy interesujące jest połączenie transportu lotniczego, morskiego i kolejowego.

Czy rekordowo wysokie ceny przewozów zniechęciły część klientów do importu towarów z Azji?

Na Nowym Jedwabnym Szlaku i w spedycji morskiej nie dostrzegamy skutków wzrostu cen w postaci rezygnacji z importu. Wielkość przewozów jest większa niż w ubiegłym roku. W poprzednich latach nadawcy nie chcieli zaakceptować 3-4 proc. wzrostu kosztów, a teraz godzą się na 30-proc. podwyżki, ponieważ nie mają wyboru. Ceny są podyktowane dostępnością usług transportowych. W sklepach przecież nie może

zabraknąć artykułów sezonowych, np. mebli ogrodowych, dlatego liczby dostaw utrzymują się na takim samym poziomie.

Pandemia powstrzyma globalizację?

Koronawirus nie zatrzyma globalizacji. Zmieni się ocena ryzyka, łańcuchy dostaw będą lepiej zabezpieczone, aby zapewnić pewność dostaw, w czym od lat wspieramy klientów.

Jak zamknięcie sklepów wpłynęło na firmy logistyczne?

Sklepy stacjonarne są zamknięte, ale rośnie e-handel. Zauważamy, że wielkość dostaw jest stała, tylko zmienił się kanał sprzedaży. Dużo więcej towarów trafia do klientów e-commerce, mniej do sieci handlowych. To przesunięcie jest bardzo widoczne. Oferujemy klientom podejście omnichannel, w czym pomaga nam własny, globalny system informatyczny. Jeden zintegrowany system DACHSER zapewnia płynny przepływ danych w całej sieci obejmującej europejski transport drogowy, fracht lotniczy i morski. Z punktu widzenia klienta najważniejsza jest sprawna komunikacja oraz możliwość śledzenia przesyłki na każdym etapie łańcucha dostaw. Wyznaczamy najwyższe standardy w zakresie rozwiązań informatycznych i stale je ulepszymy, jednocześnie dbając o bezpieczeństwo danych. Do tego samego zachęcamy też naszych klientów.

Jak duże są inwestycje DACHSER w informatyzację?

Nie mogę zdradzić konkretnych liczb. Powiem tylko, że w 2020 roku



MATERIAŁ PRASOWY

CV

Burkhard Eling, który niedługo skończy 50 lat, dołączył do zespołu Dachser w 2012 roku, obejmując stanowisko deputy head of the Finance Legal and Tax executive unit. Rok później został członkiem zarządu jako Chief Financial Officer (CFO), w ramach którego był odpowiedzialny za strategię całej grupy i program zarządzania innowacjami operatora logistycznego. Eling posiada stopień naukowy w zakresie inżynierii przemysłowej i poprzednio pracował w grupie inżynierijno-usługowej Bilfinger SE, gdzie był szefem departamentów kontroingu i audytu wewnętrznego (controlling and internal audit departments), a także CFO oddziału w USA oraz całej firmy. Na początku swojej kariery Eling pracował w firmach budowlanych Hochtief AG i Philipp Holzmann AG. ■

całkowite inwestycje firmy wyniosły 14,2 mln euro, a w tym roku będzie to 190 mln euro. Dwie trzecie z tej sumy zostanie przeznaczona na infrastrukturę, a jedna trzecia właśnie na rozwój IT oraz wyposażenie. Znaczące jest również, że nasz dział IT liczy 800 osób, dodatkowo w chwilach wzrostu zapotrzebowania posiłkuje się pracownikami z zewnątrz.

Czy informatyzacja i automatyzacja zmniejszą zapotrzebowanie branży na ręce do pracy?

Dzięki nowym technologiom zmienimy procesy, ale dla nas zawsze ważna jest też jakość. Pod tym względem pracownicy są najważniejszym kapitałem.

Ponadto to oni proponują ulepszenia i z nich korzystają.

Wspomniał pan o bezpieczeństwie IT. Czy firma inwestuje w blockchain?

Ryzyko ataku jest realne, dlatego bezpieczeństwo jest bardzo ważne. Kładziemy duży nacisk na zabezpieczenia naszych systemów. Natomiast blockchain może być opcją na przyszłość, ale nie jest to priorytet w strategii rozwoju. Nie koncentrujemy się tylko na inteligentnych rozwiązaniach, mamy szersze pole działania i paletę usług. Oferujemy klientom logistykę informacji, łącznie z analityką. Klienci oczekują

pełnej wiedzy oraz wsparcia w różnych obszarach związanych z logistyką, co im zapewniamy. Zajmują się tym wyspecjalizowane zespoły posługujące się zaawansowanymi rozwiązaniami IT. Nasi klienci otrzymują pełną informację na temat całego procesu logistycznego, dzięki jednolitemu systemowi informatycznemu DACHSER na całym świecie.

Co oznacza brexit dla DACHSER?

Wiązało się to przede wszystkim z wieloma przygotowaniami związanymi np. z odprawą celną. Dla nas Wielka Brytania to ważny rynek i pozostaniemy na nim pomimo potężnych zawirowań. Odnotowaliśmy 30-40-proc. spadek eksportu z Wielkiej Brytanii do UE. W drugą stronę jest on mniejszy.

Pandemia nie przyniosła szkód w postaci np. zamykania oddziałów lub ucieczki pracowników?

Pandemia nie spowodowała wpływu pracowników. Przeciwnie, potrzebujemy więcej ludzi. Nie ucierpiał też nasz zespół usług. Nie musieliśmy zamykać żadnego obszaru działalności z powodu pandemii. Działamy normalnie. Przystosowaliśmy się do nowych warunków, wdrażając odpowiednie procedury. Dobrym tego przykładem jest terminal w Strykowie, w którym pracownicy z kolejnej zmiany nie mogą wejść do pomieszczenia, dopóki nie zostanie ono wywietrzone. Zmiany kończą pracę kwadrans wcześniej, a pracownicy, którzy źle się czują, zostają w domu. Wysyłamy ich na testy i jeśli wynik jest negatywny, mogą wrócić do pracy. Nie nadużywają tego mechanizmu i bardzo odpowiedzialnie podchodzą do tej sprawy. /©©

Rozmawiał Robert Przybylski

FIRMA

Jak znaleźć i wynająć magazyn w kilka godzin bez wychodzenia z domu?

Boom na zakupy internetowe napędził w ubiegłym roku sektor dostawczy jak nigdy dotąd. Wartość rynku logistycznego dla e-commerce wzrosła o ponad 27 proc., do 368 mld euro. Wraz z tym rośnie również zapotrzebowanie na narzędzia optymalizujące łańcuch dostaw.

MATERIAŁ PARTNERA



Eksperti PwC prognozują, że w ciągu najbliższych pięciu lat wartość polskiego rynku e-commerce wzrośnie o 12 proc., osiągając poziom 162 mld zł. W ubiegłym roku internetowe kanały sprzedaży osiągnęły 14-procentowy udział w wartości sprzedaży detalicznej w Polsce.

Wraz z tym rośnie również popyt na rozwiązania IT, które na każdym etapie łańcucha dostaw pomagają zautomatyzować procesy, sprowadzając je do kilku czynności.

Jednym z takich rozwiązań jest Wareh.com – platforma magazynowa, na której sklepy internetowe, dystrybutorzy i producenci są w stanie znaleźć magazyn dla swoich

towarów w dowolnym kraju Unii Europejskiej.

Proces odnalezienia i wynajęcia magazynu trwa zazwyczaj około trzech miesięcy i obejmuje wyszukanie magazynów, zebranie ofert, porównanie ich i zawarcie umowy współpracy. Wareh.com właśnie wdrożył rozwiązanie, które skracza ten proces do... nawet kilku godzin, niezależnie od tego, czy potrzebujesz tylko hali, czy masz konkretne wymagania dotyczące usług magazynowych.



MATERIAŁ PRASOWY

♦ **Patrycja Rubik**,
CEO Wareh.com

– Po wypełnieniu formularza zapotrzebowania klient wysła go w formie przetargu do nawet kilkuset obiektów spełniających jego kryteria. W odpowiedzi otrzymuje oferty



MATERIAŁ PRASOWY

od magazynów, by wybrać najlepszy z nich i nawiązać współpracę bez wychodzenia z domu. Cały proces jest w pełni zautomatyzowany i sprowadza się do kilku klik-

nięć – mówi Patrycja Rubik, CEO Wareh.com.

Wareh.com zadebiutował w 2019 r., kiedy został wybrany przez branżę TSL jako najlepszy startup logistyczny. /©©

SZKOLENIE

„Profesjonalni kierowcy” po raz szósty

Partnerzy przewoźników, w tym dostawcy taboru, opon, finansowania i ubezpieczeń, po raz kolejny wspierają w szkoleniu młodych ludzi, którzy chcą zostać kierowcami samochodów ciężarowych.

MATERIAŁ PARTNERA

Pierwsze szkolenie praktyczne w ramach akcji „Profesjonalni kierowcy” odbyło się 20 maja w siedzibie Phillips Poland. Uczestnicy zajęć wzięli udział w warsztatach teoretycznych oraz praktycznych, a jako główny plac manewrowy służył im teren firmy Phillips w Chęchle Pierwszym pod Łodzią.

Podczas tego szkolenia specjaliści Phillips podzielili się z uczestnikami wiedzą o działaniu złączy elektrycznych i pneumatycznych oraz ich eksploatacji, a także poprawnym i bezpiecznym sprzęgnięciu ciężarówki z naczepą.

Za kursantami są już dwa szkolenia teoretyczne w formule online (odbyły się 12 kwietnia i 17 maja). Zapisy na kolejne szkolenia wciąż trwają, do tej pory zgłosiła się rekordowa liczba ponad 150 chętnych. Potwierdzeniem przygotowania do zawodu jest certyfikat „Profesjonalnego kierowcy” przyznawany po zakończeniu akcji.

Warsztaty dla chętnych

Inicjatywa „Profesjonalni kierowcy”, której jednym z głównych organizatorów jest Volvo Trucks, to największa akcja CSR dla branży transportowej w Polsce. Program skierowany jest do osób posiadających prawo jazdy kategorii C+E, które nie pracują w zawodzie. Jej celem jest spopularyzowanie zawodu kierowcy,

podnoszenie bezpieczeństwa na drodze i wzrost świadomości społecznej dotyczącej wagi usług transportowych.

Program akcji „Profesjonalni kierowcy” obejmuje serię bezpłatnych warsztatów teoretycznych prowadzonych przez ekspertów z różnych sektorów powiązanych z transportem (producentami ciężarówek, naczep, opon itd.) oraz szkoleń praktycznych z bezpiecznego prowadzenia samochodu ciężarowego. Po ukończeniu akcji uczestnicy otrzymują certyfikat „Profesjonalni kierowcy” potwierdzający ich przygotowanie do zawodu.

Na szkoleniach teoretycznych i praktycznych kierowcy mają szansę zdobyć wiedzę wykraczającą poza standardowe kursy w szkołach jazdy. Doświadczeni instruktorzy ze Szkoły Doskonalenia Jazdy Volvo Trucks Polska dzielą się z uczestnikami wiedzą dotyczącą zabezpieczania różnych typów ładunków, manewrowania naczepą, paliw LNG i pojazdów elektrycznych.

Głównym pomysłodawcą akcji jest Volvo Trucks Polska. – Jesteśmy pozytywnie zaskoczeni rozwojem i zasięgiem naszej akcji. Od lat czyniliśmy wiele starań, aby zachęcić zarówno kursantów, jak i nowych partnerów do dołączenia do akcji, by stale zwiększać jej zasięg. W 2021 roku w dniu inauguracji 6. edycji mogę z pełną świadomością potwierdzić, że akcja „Profesjonalni kierowcy” ma już swoją renomę i jest rozpoznawalna w branży TSL – podkreśla dyrektor zarządzająca Volvo Trucks Polska Małgorzata Kulis.

Ubiegłoroczna edycja, po raz pierwszy częściowo przeprowadzona w internecie, pomimo ograniczeń narzuconych przez walkę z pandemią okazała się sukcesem. – Do najnowszej edycji przystępujemy bogatsi o digitalowe doświadczenia z zeszłego roku. Zwiększamy ilość szkoleń teoretycznych online, widząc duże zainteresowanie naszych kursantów systematycznym doszkalaniami. Dodatkowo chcemy być liderem szkoleń przyszłych kierowców zawodowych z obsługi pojazdów z niższą emisją CO₂, jakimi są pojazdy zasilane gazem LNG, a prześlemy też pierwsze informacje o pojazdach elektrycznych Volvo Trucks. Nasi instruktorzy Szkoły Jazdy Volvo będą dostępni dla kursantów na trzech szkoleniach praktycznych, z których największe odbędzie się na Autodromie Jastrzęb – zaznacza dyrektor zarządzająca Volvo Trucks Polska.

Bezpieczeństwo na pierwszym planie

Volvo Trucks Polska jest wspierane przez partnerów: MJM Brokers, Volvo Financial Services (VFS), MAK Ubezpieczenia, Phillips Poland, Wielton, Continental, PKO Leasing, Ergo Hestia oraz Shell Polska.

– Akcja „Profesjonalni kierowcy” jest na stałe wpisana w kalendarz aktywności MJM Brokers. Byliśmy i będziemy partnerem każdej edycji. MJM Brokers we współpracy z Risk Guard, spółką inżynierską wchodzącą w skład MJM Holdings, podczas szkoleń teore-



MATERIAŁ PRASOWY

tycznych i praktycznych będzie przekazywać wiedzę w zakresie zarządzania bezpieczeństwem i ekonomią jazdy – zapewnia wiceprezes zarządu MJM Brokers Błażej Szczerba.

Partnerzy podzielili się z kursantami wiedzą o swojej specjalizacji. – Phillips od zawsze na pierwszym miejscu stawia bezpieczeństwo, dlatego cieszymy się, że jako producent złączy elektrycznych oraz pneumatycznych możemy przekazać swoją wiedzę i doświadczenie w tej dziedzinie – wskazuje dyrektor zarządzający ds. sprzedaży i marketingu Phillips Poland Grzegorz Handzlik.

Shell powie, jak istotne są prawidłowo dobrane środki smarne. – Wpływają na trwałość podzespołów pojazdu, umożliwiają oszczędzanie energii oraz dłuższą eksploatację środka smarnego, czego efektem jest obniżenie całkowitego kosztu użytkowania. Przybliżymy wiedzę o unikalności środków smarnych Shell wytwarzanych z wykorzystaniem syntetycznej bazy olejowej powstającej z gazu ziemnego – wymienia Key Account Manager w Shell Polska Adam Mieszala.

W kontekście bezpieczeństwa nie może zabraknąć in-

formacji o oponach i sposobach utrzymania ich w dobrej kondycji. – Zaprezentujemy między innymi nową gamę opon EcoRegional, które są odpowiedzią na wprowadzenie VECTO i pozwalają obniżyć emisję CO₂ przy zachowaniu bardzo dobrych przebiegów w ruchu regionalnym. Aby wspierać klientów, uruchomiliśmy również stronę wszystkich narzędzi pozwalające ocenić wpływ np. ogumienia na emisję CO₂ – przypomina dyrektor działu sprzedaży flotowej Continental Opony Polska Krzysztof Otrząsek.

Wielton przypomina, że konsekwentnie wspomaga inicjatywy mające na celu poprawę bezpieczeństwa na drogach, a także rozwój kompetencji kierowców pojazdów ciężarowych, podniesienie prestiżu ich zawodu oraz budowanie świadomości społeczeństwa, jak wielka odpowiedzialność spoczywa na kierowcach zawodowych. – Działania te mają szczególne znaczenie teraz, gdy branża transportowa nieustannie zmagą się z niedoborem kierowców, a w obliczu pandemii odgrywa kluczową rolę w utrzymaniu ekosystemu gospodarczego – zapewnia dyrektor marketingu

i PR Wielton Małgorzata Barańska.

Ergo Hestia kolejny rok z rzędu bierze udział w akcji „Profesjonalni kierowcy”. – Widzimy, jak efektywne potrafią być szkolenia. Sami na co dzień pracujemy nad zwiększeniem świadomości kierowców – od ekof jazdy po wykorzystanie zaawansowanego symulatora różnych wydarzeń drogowych i technik jazdy. Z perspektywy ubezpieczyciela wiemy, że działania prewencyjne są kluczowe dla zminimalizowania ryzyka i widać to w praktyce – kierowcy po szkoleniach jeżdżą znacznie bezpieczniej – przekonuje zastępca dyrektora przedstawicielstwa korporacyjnego ERGO Hestii w Gliwicach Grzegorz Piskun.

Lider usług leasingowych w Polsce stara się być jednocześnie partnerem dla klientów. – Jesteśmy świadomi, z jakimi wyzwaniami na rynku pracy borykają się firmy transportowe, i czujemy się w obowiązku wspierać je w ciągłym rozwoju. W tegorocznej edycji akcji dzięki szkoleniom online będziemy mogli dotrzeć do jeszcze większej liczby kierowców – tłumaczy dyrektor rynku transportu ciężkiego PKO Leasing Piotr Gąska. /©©

PARTNERZY AKCJI PROFESJONALNI KIEROWCY



Volvo Financial Services



W SKRÓCIE

PANDEMIA SPOWODOWAŁA WYRAŹNY SPADEK ZAUFANIA W BIZNESIE

■ Blisko połowa (47 proc.) firm z sektora MŚP deklaruje, że w pandemii mniej ufa swoim kontrahentom. W przypadku 44 proc. firm zaufanie pozostało na tym samym poziomie, a tylko w 8 proc. przedsiębiorstw wzrosło. Najczęstszym powodem ograniczenia zaufania do partnerów biznesowych stała się niepewność i nieprzewidywalność warunków prowadzenia biznesu w czasie koronakryzysu (75 proc. wskazań). W dużym stopniu przyczyniły się do tego także problemy finansowe partnerów biznesowych (44 proc.) oraz opóźnienia płatności (35 proc.) – wynika z badania „Rok biznesu w pandemii” przeprowadzonego wiosną 2021 r. przez Instytut MANDS na zlecenie Krajowego Rejestru Długów i Rzetelnej Firmy. 77 proc. MŚP stwierdziło, że rzetelność pomaga w przetrwaniu tego trudnego czasu. Aż 91 proc. MŚP jest też zdania, że firmy mogą istotnie zyskać na rzetelnej postawie.

RUSZA EUROPEJSKA SIEĆ DROBNICOWA PANECO

■ Powstał europejski alians spółek świadczących usługę europejskich (nie tylko unijnych) przewozów przesyłek drobnicowych Pan European Cooperation. Członkami Paneco jest 16 firm, które już pokrywają 80 proc. gospodarczego potencjału Europy. Należące do Paneco spółki specjalizują się w drobnicy krajowej, ale dzięki oprogramowaniu przygotowanemu przez Paneco europejskie przesyłki otrzymują jeden spójny numer, który umożliwi nadawcy śledzenie przesyłki. Informatyka podpowie, jaka droga jest najszybsza i najtańsza, umożliwi także komunikację w języku ojczystym. Członkowie pracują na kosztach netto i według własnych cenników oraz standardów. System podpowie, jak dużą przesyłkę można nadać i jakiego rodzaju. Paneco ma obsługiwać towary ADR i spalające dowolnych wymiarów.

DB SCHENKER Z NOWYM MAGAZYNEM

■ DB Schenker przeniósł operacje z dotychczasowego obiektu w Lublinie do nowoczesnego terminala położonego w Strefie

Aktywności Gospodarczej w Świdniku, obok lotniska i trasy S17. To już druga, obok Rzeszowa, inwestycja zrealizowana w ostatnich miesiącach. W obie te lokalizacje spółka zainwestowała łącznie ponad 100 mln zł. Terminal w Świdniku, wzniesiony przez Panattoni, ma prawie 4500 mkw. powierzchni operacyjnej i 45 doków ładunkowych. 665 mkw. przeznaczonych jest na część biurową.

NOWE SORTERY POZOSTY POLSKIEJ

■ Poczta Polska ogłosiła przetarg na zakup trzech w pełni zautomatyzowanych maszyn sortujących. Trafia one do sortowni we Wrocławiu, w Lisim

Ogonie (pod Bydgoszczą) i Lublinie. Wydajność nowych sorterów zaplanowano na poziomie od 8 do 11 tys. przesyłek na godzinę. Pozwola one na efektywne sortowanie rosnących ilości przesyłek KEP (kurierskich, ekspresowych i paczkowych). Poczta Polska planuje, że pierwsza maszyna sortująca zostanie oddana do użytku jeszcze w 2022 roku we Wrocławiu, kolejne zostaną zainstalowane w 2023 roku. W ramach realizacji nowej strategii Poczta Polska planuje przeznaczyć aż 1,2 mld zł na inwestycje w zakresie automatyzacji, cyfryzacji i rozbudowy architektury swojej sieci logistycznej.



MATERIAŁ PRASOWY

ZAWOCOWAŁY WĘGERSKIE KONTAKTY RABENA

■ Od lutego grupa rozpoczęła obsługę Bonduelle w magazynie w Rudzie Śląskiej, który zasilany jest przez Rabena dostawami z fabryk klienta. W Polsce Bonduelle produkuje na rynek polski i eksport w dwóch fabrykach w Gniewkowie i Rucho-cicach. Raben odpowiada także za dystrybucję do sieci handlowych, a wkrótce będzie także odpowiadał za usługi dodane, m.in. z co-packing. Bonduelle i Grupa Raben już od 2011 roku współpracują na Węgrzech, w ramach takich usług jak dystrybucja lokalna, dostawy drobnicowe czy dostawy z magazynu klienta do jego odbiorców.

DAIMLER ROZPOCZĄŁ PRÓBY WODOROWYCH CIĘŻARÓWEK

■ Udoskonalony prototyp ciężarówki Mercedes-Benz GenH2 Truck poddawany jest próbom, mającym potwierdzić zdolność konstrukcji do ciągłego użytkowania, zbadać wpływ zmiennych warunków pogodowych i drogowych na pracę ogniw oraz innych mechanizmów i stwierdzić zachowanie pojazdu w różnych manewrach drogowych, w tym hamowanie awaryjne i jazdę po krawężnikach. Planowany czas użytkowania pojazdu to 10 lat, przebieg 1,2 mln km, czyli 25 tys. motogodzin. Daimler Trucks zapowiada jeszcze w tym roku testy ciężarówki na drogach publicznych, a rozpoczęcie testów z udziałem klientów zaplanowano na rok 2023. Od 2027 roku pierwsze pojazdy seryjne GenH2 Truck powinny trafiać do klientów. /©©



MATERIAŁ PRASOWY

FIRMA

Zielona gwiazda na magazynowej mapie Polski



MATERIAŁ PRASOWY

Blisko 400 drzew, 32 miejsca dla rowerów, 5 miejsc do ładowania pojazdów elektrycznych i tyle samo domków dla owadów – to wszystko i jeszcze więcej znajduje się przy magazynie zrealizowanym przez P3 Logistic Parks na terenie parku w Mszczonowie, który otrzymał jeden z najwyższych na polskim rynku wyników w systemie certyfikacji BREEAM 2016 NC Industrial.

MATERIAŁ PARTNERA

Wostatnim kwartale ubiegłego roku P3 oddało do użytku i przekazało najemcy – firmie InPost – nowy magazyn na terenie parku P3 Mszczonów. Obiekt o powierzchni ponad 17 300 mkw. pełni funkcję centrum cross-dockowego obsługującego oddziały InPostu z całego kraju oraz centrum sortownicze dla kluczowego rejonu Warszawy. Wspomaga także pracę głównej sortowni operatora mieszczącej się na terenie parku P3 Piotrków. Codziennie opuszcza go nawet kilkaset tysięcy paczek posortowanych przez 300 pracowników.

Magazyn został zaprojektowany i wybudowany w oparciu o wytyczne oceny zrównoważonego rozwoju BREEAM i otrzymał ocenę „very good” z jednym z najwyższych wyników na polskim rynku magazynowo-przemysłowym – 65,4 proc. – zgodnie z systemem BREEAM 2016 NC Industrial.

– Współpraca P3 i InPostu sięga wielu lat wstecz. Mamy za sobą już kilka bardzo udanych wspólnych projektów. Cieszymy się, że to właśnie dla naszego wieloletniego partne-

ra mogliśmy zrealizować tak wyjątkowy obiekt. Wyjątkowy z wielu względów. Nie tylko z uwagi na rolę, jaką pełni w sieci dystrybucji InPost w Polsce, ale również na zastosowane w nim rozwiązania, które przyczyniły się do uzyskania najwyższej oceny w systemie certyfikacji BREEAM. Ekologiczne i energooszczędne systemy, budowanie w zgodzie z najbliższym otoczeniem oraz sąsiadami, a także najwyższy standard obiektów są od wielu lat wpisane w działania P3. Uzyskanie certyfikatu na tak wysokim poziomie jest kolejnym krokiem milowym w realizacji naszej strategii zrównoważonego rozwoju. Naszym celem jest tworzenie „lepszich przestrzeni” poprzez świadome wykorzystanie zasobów naturalnych i gospodarowanie nimi, a jednocześnie jak najlepiej dopasowanych do potrzeb klientów – mówi Bartłomiej Hofman, dyrektor zarządzający P3 Logistic Parks w Polsce.

Z dbałością o detale

Projekt obiektu był konsultowany z ekologiem, w efekcie czego opracowano specjalistyczny raport z rekomendacjami. Ich wdrożenie oraz

szereg podjętych działań i różnorodnych rozwiązań zastosowanych w magazynie przyczynił się do uzyskania tak wysokiej oceny w procesie certyfikacji.

– Od dawna wiadomo, że prowadzenie zrównoważonych środowiskowo praktyk to nie moda, lecz konieczność. Tworzenie zrównoważonych rozwiązań jest ważniejsze niż kiedykolwiek wcześniej – szczególnie w sektorze logistycznym – zwłaszcza w świetle dynamicznego wzrostu handlu internetowego – dodaje Bartłomiej Hofman.

Przy budowie magazynu w Mszczonowie zastosowano materiały posiadające certyfikat EPD (Environmental Product Declaration) informujący, z czego wykonany jest dany produkt i jaki ma wpływ na środowisko w całym jego cyklu życia, a także drewno z potwierdzeniem jego legalnego pozyskiwania w postaci certyfikatu FSC – Forest Stewardship Council.

W obiekcie wykorzystano m.in. panele z rdzeniem PIR efektywniej izolujące budynek od czynników zewnętrznych i zapobiegające stratom ciepła. Dla części biurowo-socjalnej jego źródłem jest kotłownia gazowa. Dodatkowo nad tą częścią budynku znajduje się

instalacja i układ ośmiu kolektorów słonecznych, które wykorzystywane są do podgrzewania ciepłej wody użytkowej. Z kolei w celu gromadzenia wody deszczowej z dachu oraz terenów utwardzonych zaprojektowano specjalistyczny zbiornik retencyjny. Ponadto armatura w łazienkach została dobrana pod kątem określonych przepływów wody. Dzięki czemu oszczędność wody w obiekcie sięga aż 55 proc.

Istotny wpływ na wysoką ocenę w czasie certyfikacji miał model energetyczny obiektu, na który złożyły się wszystkie wdrożone rozwiązania, jak m.in. energooszczędne oświetlenie LED wraz z automatycznym sterowaniem, przegrody o odpowiednim współczynniku przenikania ciepła, minimalizowanie efektu wyspy cieplnej poprzez zastosowanie na dachu jasnych materiałów odbijających promienie słoneczne, dzięki czemu nie dochodzi do przegrzania obiektu w okresie letnim, i tym samym zmniejszenie zapotrzebowania na chłód, strefowanie przestrzeni i system sterowania instalacjami budynkowymi, kolektory słoneczne wpływające na mniejsze zapotrzebowanie na energię do podgrzewania wody użytkowej.

W dobrym towarzystwie

Zadbano nie tylko o budynek i to, co w jego wnętrzu, ale także o jego otoczenie. Przy magazynie została założona łąka kwietna, na której stanęło pięć budek dla owadów, które otrzymując schronienie, w zamian dbają o lokalną roślinność. A tej jest tutaj pod dostatkiem. W bezpośrednim sąsiedztwie obiektu posadzono blisko 400 drzew, z czego ponad 80 proc. stanowią gatunki rodzime, niewymagające podlewania, dobrane tak, by zwiększyć bioróżnorodność. Są wśród nich m.in. jarzęby pospolite, graby oraz brzozy. Wykonano także pasy ochronne z drzew i krzewów.

– Odpowiednie rozmieszczenie nasadzeń pozwala stworzyć schronienie dla owadów, ptaków i małych ssaków, daje osłonę przed wiatrem, pomaga ograniczyć parowanie i zwiększyć retencję wodną. Pasy zadrzewień zatrzymują również zanieczyszczenia pyłowe, skutecznie odgradzając od nich inwestycję – wyjaśnia Justyna Chmielewska, Head of Sustainability, Senior Sustainability Advisor Gleeds Polska.

Pracownicy sortowni mogą korzystać z alternatywnych

środków transportu. Do ich dyspozycji jest specjalnie przygotowana wiatka ze stojakami dla rowerów, które pomieszczą 32 jednoślady. Na terenie inwestycji przygotowano także infrastrukturę umożliwiającą podłączenie stacji ładowania pojazdów elektrycznych z pięcioma stanowiskami dla samochodów osobowych.

– W coraz większej liczbie firm zrównoważony rozwój staje się częścią strategii biznesowej. Wdrażanie zasad zrównoważonego rozwoju opłaca się już od etapu planowania budowy, poprzez realizację, aż po jej długotrwałą eksploatację. Zyskują na tym nie tylko najemcy budynków, w dłuższej perspektywie zyskuje cała populacja – dzięki zmniejszeniu emitowanych zanieczyszczeń, ochronie zasobów oraz bogatszemu i bardziej zróżnicowanemu środowisku naturalnemu – podsumowuje Bartłomiej Hofman.

Przy planowaniu zrównoważonej strategii i certyfikacji BREEAM, a także w zakresie nadzoru inwestorskiego, zarządzania inwestycją i jej kosztami inwestora wspierała firma Gleeds Polska. Generalnym wykonawcą projektu była firma Kajima Poland. /©©

ROZMOWA

Magazyny z perspektywą na lata

„Naszym celem jest tworzenie coraz to »lepszich przestrzeni«. O potencjalne rynki magazynowe, zachodzących na nim zmianach i związanych z tym planach inwestycyjnych P3 opowiada **Bartłomiej Hofman**, dyrektor zarządzający P3 Logistic Parks w Polsce.

MATERIAŁ PARTNERA

Ostatni rok dla wszystkich był wyjątkowy i zaskakujący. Jak firma P3 mogłaby podsumować ten czas?

BARTŁOMIEJ HOFMAN: Pomimo pandemii rynek magazynowy w Polsce jest w dobrej kondycji. Ogólnopolskie zasoby powierzchni magazynowej powiększyły się o ok. 10 proc. w stosunku do roku 2019. W P3 w minionym roku wybudowaliśmy i przekazaliśmy naszym klientom łącznie 80 tys. mkw. powierzchni magazynowej w dwóch obiektach w Mszczonowie. W szczycie pandemii kupiliśmy także dwie miejskie działki w Warszawie – jedną przy ul. Faradaya, a

drugą w gminie Lesznów. Odnotowaliśmy również większy odsetek umów krótkoterminowych – firmy szukały powierzchni, która mogłaby obsłużyć zwiększony popyt. Łącznie w ubiegłym roku wynajęliśmy ponad 250 000 mkw. powierzchni magazynowej.

Biorąc pod uwagę optymizm branży, jakie w związku z tym macie państwo plany na ten rok?

Nie ukrywam, że to dla nas bardzo pracowity okres. Cały czas skupiamy się na rozbudowie już istniejących parków. Od początku roku wybudowaliśmy i oddaliśmy do użytku ponad 23 tys. mkw. powierzchni magazynowo-biurowej, a w trakcie

budowy są kolejne obiekty o łącznej powierzchni niemal 52 tys. mkw. Pracujemy także nad kolejnymi projektami. W najbliższym okresie planujemy rozpoczęcie dwóch nowych inwestycji w Warszawie. Równocześnie rozważamy kolejne inwestycje miejskie w innych lokalizacjach. Aktywnie poszukujemy także nowych, atrakcyjnych terenów pod budowę kolejnych parków logistycznych o interregionalnym potencjale. Dostrzegamy ogromny potencjał rynku magazynowego w regionie Mazowsza, obszarze Górnego i Dolnego Śląska oraz Łodzi. Obecnie w tych lokalizacjach finalizujemy zakupy nowych terenów inwestycyjnych.



MATERIAŁ PRASOWY

Deweloperzy coraz chętniej wprowadzają ekologiczne rozwiązania do magazynów. Czy wynika to z rosnących wymagań klientów i przyjętej przez nich polityki zrównoważonego rozwoju?

W Polsce świadomość wpływu działalności człowieka na środowisko jest coraz większa. Stosowanie ekologicznych rozwiązań przynosi nie tylko korzyści dla środowiska, ale też realne oszczędności dla samej firmy. Jeszcze kilka lat temu wymagania naszych

najemców w obszarze energetyki dotyczyły głównie ogrzewania, klimatyzacji, chłodzenia i oświetlenia, a innowacje ograniczały się do instalacji czujników ruchu i montowania energooszczędnego oświetlenia. Obecnie wachlarz proponowanych i wdrażanych rozwiązań jest znacznie szerszy i wszystko wskazuje na to, że będzie się jeszcze zwiększał. Naszym celem jest tworzenie coraz to „lepszich przestrzeni”. Staramy się świadomie wykorzystywać zasoby naturalne i nimi gospodarować, a jednocześnie jak najlepiej dopasowywać proponowane rozwiązania do potrzeb klientów. Od zawsze stawiamy na najwyższy standard obiektów i to się nie zmienia. Potwierdzeniem tego są realizowane przez nas inwestycje, jak np. magazyn dla spółki InPost w parku P3 Mszczonów.

Jak długo pańskim zdaniem utrzyma się boom w branży magazynowej? Jak ocenia pan perspektywy rynku?

Nie spodziewam się zastojów w branży. Rynek napędzany jest m.in. przez wzrost popularności e-commerce. Wpływ pandemii na handel

detaliczny wykracza poza krótkoterwale zwiększenie sprzedaży przez internet i już widać, że spowodował on radykalną zmianę zachowań konsumentów. W 2020 r. ogólnosiłatowa sprzedaż przez internet osiągnęła wartość 4,28 bln USD, co oznacza wzrost o blisko 28 proc. w porównaniu z rokiem 2019. Aktualne prognozy mówią, że do 2022 roku osiągnie poziom 6,54 biliona dolarów. Detaliści powinni zaakceptować fakt, że handel elektroniczny to dla wielu klientów preferowany kanał zakupów i konieczna jest reorganizacja łańcucha dostaw oraz działań logistycznych. Ponadto w Polsce nadal mamy spore braki w powierzchniach magazynowych – na jednego mieszkańca przypada około 0,5 mkw., a w Niemczech około 1 mkw. By osiągnąć taki wynik, przy tempie rozwoju rynku magazynowego z 2020 roku, czyli 2 mln mkw., mamy potencjał wzrostowy na kolejne dziesięć lat. To bardzo dobra perspektywa, zważywszy, że nasza gospodarka dynamicznie się rozwija, a w szczególności w sektorze powierzchni magazynowych i przemysłowych. /©©

W SKRÓCIE

15 LAT DACHSER
W POLSCE

■ Spółka od 2006 roku przewiozła blisko 13,5 mln przesyłek o łącznej masie ponad 5 mln ton. Firma zatrudnia 627 pracowników w 9 oddziałach zlokalizowanych w całej Polsce. W 2020 roku firma wygenerowała obroty na poziomie 547 milionów złotych, to o ponad 10,5 proc. więcej niż w 2019 roku, dostarczając 1,97 miliona przesyłek. W ubiegłym roku zakończyły się dwa największe projekty inwestycyjne: pierwszy to budowa nowego obiektu logistycznego pod Wrocławiem, na który składa się terminal przeładunkowy o powierzchni ok. 5300 mkw. oraz liczący ponad 14 000 mkw. magazyn wysokiego składowania. Drugi dotyczył rozbudowy terminala przeładunkowego w podlódzkim Strykowie, który uzyskał łączną powierzchnię 6500 mkw., oraz biurowego o powierzchni ponad 2400 mkw. Firma dysponuje w Polsce 25 tys. mkw. powierzchni przeładunkowej oraz prawie 33 tys. mkw. magazynów do obsługi logistyki kontraktowej.

SPODZIEWANY
WZROST LICZBY
UPADŁOŚCI

■ W 2020 r. w Monitorze Sądowym i Gospodarczym opublikowano 41 875 ogłoszeń związanych z toczącymi się postępowaniami upadłościowymi, w tym 587 to ogłoszenia upadłości firm, a 800 to ogłoszenia o rozpoczęciu postępowania restrukturyzacyjnego. Eksperti eFaktora spodziewają się, że w tym roku te liczby będą większe. Uważają, że wielu przedsiębiorców będzie zmuszonych do restrukturyzacji przez przedłużający się lockdown. Najważniejszy powód restrukturyzacji to chęć poprawy płynności finansowej – z tym problemem zmagają się wg tego samego badania 27 proc. firm, wynika z badania KPMG „Perspektywy i nastroje przedsiębiorców” przeprowadzonego na przełomie II i III kwartału 2020 roku.

GLS CHCE BYĆ NA CZELE

■ Firma w nowej strategii Accelerate GLS planuje podwoić zyski operacyjne i uzyskać średnio dwucyfrowe tempo wzrostu w najbliższych pięciu latach. Wzrosty mają być możliwe głównie dzięki przesyłkom B2C oraz międzynarodowym. Firma nie wyklucza przejęć. W roku rozliczeniowym 2019/2020 firma zanotowała 3,6 mld euro przychodów (wzrost o 13 proc.) oraz 238 mln euro zysku operacyjnego. Liczba paczek była o 10 proc. większa i sięgnęła 667 mln, z czego 48 proc. stanowiły przesyłki B2C. W roku 2020/2021 (skończył się 31 marca) liczba doręczonych przesyłek wzrosła o 25 proc., do 835 mln, przy 57-procentowym udziale przesyłek B2C. Przychody sięgnęły 4,5 mld euro (wzrost o 24 proc.), a zysk operacyjny 320 mln euro.

DLA ZDROWIA
ZAWODOWYCH
KIEROWCÓW

■ Zawodowi kierowcy spędzają w pracy od 192 do nawet 294 dni w roku, szacuje OCRK. Według badań Instytutu Medycyny Pracy w Łodzi ponad 6 na 10 kierowców zawodowych cierpi na bóle kręgosłupa, 40 proc. ma zaburzenia układu krążenia, a 33 proc. problemy z układem pokarmowym. Presja czasu na terminowe dostawy i praca w trudnych warunkach sprawiają, że zawód kierowcy ciężarówki jest jednym z najbardziej stresujących. Grupa INELO i Fundacja Truckers Life z pomocą ekspertów poprzez cykl podcastów poświęconych zdrowiu radzą, jak radzić sobie ze stresem.

/©©

BRANŻA DIY

ROBERT PRZYBYLSKI

Rynek dóbr remontowo-budowlanych, wewnątrzskich czy ogrodowych (oznaczany często DIY czyli Do It Yourself – zrób to sam) był jednym z niewielu, które nie załamały się podczas pandemii.

Ubocznym efektem zamrożenia europejskiej gospodarki był remont domu zamiast wakacji. Skutkiem masowego odnawiania mieszkań i domów był poważny wzrost rynku DIY. W niemieckim handlu zagranicznym np. sprzedaż wyrobów ogrodowych wzrosła o 28%, wyrobów struganych o 20%, produktów wykończeniowych i podłóg o 12%.

Na całym świecie wszystkie asortymenty dla sektora DIY i outdoor odnotowały solidny wzrost. Pociągnął on za sobą sprzedaż elektronarzędzi, narzędzi ręcznych oraz ogrodowych. W I kwartale br. nadal utrzymuje się zwyżkowy trend z roku ubiegłego. Choć eksperci obawiali się, że początek 2021 roku może się wiązać ze spadkami, klienci nadal przeznaczają fundusze na remonty domów i pielęgnację ogrodów, co napędza rynek narzędzi i DIY. Szacuje się, że rynek DIY w Europie w drugiej połowie 2021 roku może osiągnąć wartość 21,6 mld euro, co oznacza wzrost o 3% w stosunku do 2020 roku.

Dobry początek roku
w Polsce

GfK Polonia w badaniu Cenzus DIY wylicza, że siła nabywcza polskich konsumentów w handlu detalicznym sięga 456 mld zł. Polacy wydają na dobra szybko zbywalne blisko 60% tej kwoty, a na produkty remontowo-budowlane, wewnątrzarskie czy ogrodowe 16%, czyli ponad 50 mld zł.

Z raportu przygotowanego na zlecenie Bricomarché wynika, że 73% Polaków zdecydowało się w ostatnim czasie na przeprowadzenie prac remontowych w swoich czterech kątach. Ankietowani najczęściej odświeżali ściany (72%) oraz zmieniali wystrój wnętrz (59%). Prace remontowe najczęściej dotyczyły kuchni i salonu. Ze względu na pandemię badani częściej podejmowali się odświeżenia domu na własną rękę. Najczęściej kupowane online kategorie produktów remontowo-wykończeniowych to dekoracje (62%), oświetlenie (57%) i farby (45%).

W badaniu Payback największej pytanym (29%) zmieściło się z kwotą remontu w przedziale 1000–5000 zł. Co piąty (19%) przeznaczył na ten cel między 5 a 10 tys. zł, a 16% – między 10 a 20 tys. zł. Kwotę do tysiąca zł wydało 13%. Nieco więcej, bo 14% ankietowanych, zdecydowało się na najkosztowniejsze remonty (powyżej 30 tys. zł).

Jeśli chodzi o planowane remonty, 24% badanych przewiduje wydatek między 10 a 20 tys. zł. 22% respondentów planuje zainwestować 5–10 tys. zł, a prawie tyle samo (21%) między 1 a 5 tys. zł. 14% ankietowanych zamierza przeprowadzić remont o wartości po-

wyżej 30 tys. zł. Osoby, które planują szybkie i tanie odnawianie za mniej niż tysiąc zł, stanowiły 12% badanych.

W takich warunkach nie dziwią dobre wyniki sieci handlowych. W 2020 roku sieć detaliczna Mrówka zanotowała 2,95 mld zł przychodów, o 16% więcej r./r., zaś w I kwartale 2021 roku dynamika powiększyła się do 21%.

Przychody konkurencyjnej spółki Superhobby, właściciela sklepów budowlanych OBI, wyniosły 3,1 mld zł i były o prawie 10 proc. wyższe niż rok wcześniej. W tym samym czasie zysk spółki wzrósł o 25 proc., do 101,6 mln zł.

Klienci polubili internet

Wzmiankowana już ankieta Bricomarché pokazuje, że markety budowlane wybiera 70% respondentów. Dla 15% pierwszym wyborem są małe sklepy branżowe, a 8% używa kanału internetowego. Przy zakupie artykułów remontowo-wykończeniowych na pierwszym miejscu stoją wygoda i różnorodna oferta materiałów. Respondenci najbardziej cenią sobie, gdy są one dostępne w jednym miejscu.

Kanał internetowy jest bardzo młody, ale obiecujący. – W ostatnich miesiącach przekonaliśmy się, jak ważna jest elastyczność oraz umiejętność szybkiego reagowania na zmiany. Z pandemicznego kryzysu obronną ręką wyszli ci przedsiębiorcy, którzy jak najszybciej dostosowali się do nowej sytuacji. Sprzedawcy dotknięci ograniczeniami w handlu musieli znaleźć nowy sposób dotarcia do klientów. Naturalnym krokiem w tej sytuacji był zwrot w kierunku sprzedaży wielokanałowej, ze szczególnym naciskiem na e-commerce, co doskonale widać na przykładzie rynku DIY – podkreśla kierownik rozwoju biznesu Dachser DIY-Logistics w Polsce Juliusz Pakuński.

Pomimo ciągłego wzrostu zainteresowania zakupami online artykuły wyposażenia wnętrz i dodatki do domu klienci nadal wolą kupować stacjonarnie (71%). W porównaniu z zakupami budowlano-remontowymi w dziedzinie aranżacji większy jest odsetek osób, które zaopatrzą się przez internet. 29% badanych korzysta ze sklepów online lub portali ogłoszeniowych.

Wybierają czasem postępowanie hybrydowe: najpierw szukają informacji o interesujących ich produktach w internecie, a następnie kupują je w sklepie stacjonarnym. W sieci Bricomarché w Polsce robi tak 48% kupujących. Dachser wskazuje, że sklepy DIY w centrach miast stają się coraz częściej salonami wystawowymi.

Internetowy handel zmienia znaczenie logistyki, w szczególności dostaw ostatniej mili.

Dlatego sieci handlowe inwestują w e-commerce oraz rozwiązania, które ułatwiają klientom zakupy online. Przykładem są CastoMaty, które działają 24 godz. na dobę. Odbiór towaru jest możliwy 2 godz. po złożeniu zamówienia.

Podobne są Bricomaty, czyli boksy, w których można odebrać wcześniej zamówione towary. Jest ich zamontowanych już kilkadziesiąt przy sklepach Bricomarché, a do końca tego roku będą przy wszystkich sklepach sieci. Maszyny działają w systemie 24/7 oraz umożliwiają odbiór różnorodnych produktów, także wielkogabarytowych, takich jak drzwi czy płyty OSB. Od połowy 2020 roku zakupy przez internet są możliwe we wszystkich sklepach sieci Bricomarché.

Również klienci OBI zyskali możliwość zamawiania towarów z dostawą do domu na terenie całego kraju, nie tylko w najbliższym zasięgu marketów. Projekt był związany z uruchomieniem platformy online oraz dostaw za pośrednictwem firm kurierskich.

OBI planuje rozwój Centrum Dystrybucyjnego jako bazy do zwiększenia zakupów importowych oraz obsługi sklepu internetowego (e-commerce), uruchomionego w maju ub.r.

Nowe realia i rosnąca rola e-commerce wpłynęły jednak na strukturę sprzedaży. Asortyment dostępny online jest mniejszy, a sklepy sprzedają więcej produktów o bardziej standardowych wymiarach transportowych, bo są łatwiejsze do obsługi przez handel internetowy. – To też wpływa na preferencje sieci, jeśli chodzi o zamówienia od dostawców, przynajmniej na razie. Spodziewam się jednak, że z czasem asortyment online będzie rozwijany, ponieważ „wysoki gabaryt”, taki jak meble, stolarka i ogród, to ważna część biznesu sklepów – uważa Pakuński.

Logistyczne wyzwania

Logistyka materiałów branży DIY jest trudnym zadaniem z powodu nieporęcznych, zróżnicowanych wymiarów (np. długość przedmiotów sięgająca 6 m) i dużej masy. Te czynniki stają się jeszcze bardziej kłopotliwe w handlu internetowym.

Dlatego obsługa branży DIY należy do wyspecjalizowanych firm lub ich działów. LIT stworzył oddzielną specjalizację w magazynie w Moers, która w Niemczech obsługuje sklepy DIY. Dla uniknięcia strat związanych z przeładunkiem ładunki dostarczane są do sklepów bezpośrednio z magazynu.

Dachser powołał cały dział specjalizujący się tylko w obsłudze sieci DIY. Samochody tego operatora docierają do 18 tys. europejskich sklepów, rozwożąc 7,5 mln przesyłek rocznie w skali całej sieci Dachser w Europie.

Dodatkowym wyzwaniem jest systematycznie malejąca wielkość zamówień składanych przez sieci DIY, przy

jednoczesnym zwiększaniu częstotliwości. W ten sposób handlowcy elastycznie zarządzają ofertą i unikają trzymania zapasów, które kosztują i wymagają dodatkowej powierzchni.

GfK Polonia szacuje liczbę działających w Polsce sklepów DIY na niemal 13,4 tys., ale mają one nierówny potencjał sprzedażowy. – Zaledwie cztery województwa odpowiadają obecnie za 44% dystrybucji – podkreśla strategic insight manager w GfK Polonia Marcelin Matusiak.

Tłumaczy, że niemal połowa punktów sprzedaży materiałów remontowo-budowlanych zlokalizowana jest na wsiach i miastach do 20 tys. mieszkańców. W największych miastach powyżej 200 tys. mieszkańców ulokowane jest zaledwie 16% punktów sprzedaży.

Jednocześnie pozycja dużych sieci w tym sektorze jest wyjątkowo silna. Z danych GfK wynika, że wiodące sieci DIY stanowią zaledwie 2,7% analizowanych punktów sprzedaży, lecz ich lokalizacje mają dostęp aż do ponad 42% potencjału rynkowego. Pozostałe 58 proc. przypada na sklepy czy hurtownie.

Logistyczni operatorzy odpowiadają nie tylko za dostarczenie towaru do sklepów, ale też oferują dodatkowe usługi, jak opakowanie, budowa stojaków, zarządzanie zwrotami i paletami, rozładunek kontenerów. Dachser dysponuje np. zespołem merchandiserów, którzy zajmują się wykładaniem produktów bezpośrednio na półki w sklepach. Pakuński zauważa, że w ostatnich 20 latach logistyka z roli czynnika kosztowego przeszła na pozycję czynnika wpływającego na sukces firm w branży.

Szansa dla polskich
eksporterów

Europejski, a w szczególności niemiecki, rynek DIY jest szansą także dla polskich dostawców i eksporterów. W



MATERIAŁY PRASOWE

wakacji

Niemczech średnie roczne wydatki na ofertę „home improvement” to 465 euro na mieszkańca, podczas gdy w Polsce poziom ten jest ponad trzy razy niższy i wynosi zaledwie 183 euro per capita.

Pakuński jest zdania, że rodzimi wytwórcy mogą walczyć o europejskiego konsumenta ceną, jakością i wzornictwem, jednak oprócz tego muszą być spełnione jeszcze inne warunki, by na dłużej utrzymać się w ofercie tak wymagających partnerów, jakimi są europejskie sklepy DIY.

Podkreśla, że polscy producenci, muszą reagować szybciej i być bardziej elastyczni. – Kiedy na początku roku stanęła produkcja w wielu chińskich fabrykach, firmy obawiały się, że nie będą miały towaru dla swoich odbiorców, a już kilka tygodni później musiały weryfikować w dół plany sprzedażowe. Tymczasem po wznowieniu produkcji w Azji wcześniej zamówiony towar dotarł do Europy i spowodował nadmiar zapasów. W tej sytuacji producenci i sieci pilnie szukali magazynów na składowanie tymczasowe, co obserwowaliśmy również w polskich oddziałach Dachser – opisuje niedawną sytuację Pakuński.

Operatorzy musieli przechować towar, który za chwilę mógł być znów potrzebny, co się ziściło. – Przykładem jest asortyment ogrodowy czy farby i lakiery. Najpierw był zastój, a potem popyt ruszył i towaru zaczęło wręcz brakować. Oto realia dzisiejszego planowania i w najbliższych miesiącach będzie to raczej zasada, a nie wyjątek, stąd tak ważna jest zdolność firm do szybkiego reagowania. Wszystkie te perturbacje sprawiły też, że w branży można się spodziewać zwrotu w kierunku dywersyfikacji źródeł zaopatrzenia, by uniknąć uzależnienia się od łańcuchów dostaw jednego dostawcy – zastrzega Pakuński.

Bliska współpraca z dostawcami przynosi efekty. – W 2020 roku zanotowaliśmy 14-proc. wzrost liczby przesyłek DIY z Polski w porównaniu z rokiem 2019. Nadal realizujemy dostawy od polskich eksporterów do sklepów na półkę, ale coraz częstsze są dostawy zamówień internetowych z opcją odbioru w markecie, tzw. click & collect, oraz dostawy bezpośrednio od producenta czy dystrybutora do klientów indywidualnych w ramach usługi targo on-site. W rekordowym kwietniu ub. r. wolu-

men ostatnich z wymienionych przesyłek w sieci Dachser był czterokrotnie wyższy niż w tym samym okresie roku poprzedniego – porównuje Pakuński.

Przypomina, że niemiecki rynek DIY jest największy w Europie. W 2019 roku jego wartość wyniosła 39,9 mld euro, co stanowiło 23% całkowitej sprzedaży w Europie. Ten sektor handlu rósł w 2019 roku szybciej niż niemiecka gospodarka – sprzedaż produktów DIY zwiększyła się o 3,6 % r./r., do 19,5 mld euro, podczas gdy PKB Niemiec wzrósł o 0,6%.

Ostatnie badania niemieckiego Federalnego Urzędu Statystycznego pokazują, że udział naszego zachodniego sąsiada w całościowym eksporcie Polski wzrósł od stycznia do sierpnia 2020 r. o 0,7 pkt proc. względem tego samego okresu rok wcześniej i wyniósł 28,4%.

W tym wzroście udział ma także zaopatrzenie sklepów DIY. – Europejskie sieci DIY pozostają otwarte, z czego korzystają także nasi klienci. Ich aktywność pomogła nam osiągnąć w 2020 roku nawet wyższe wolumeny niż w roku ubiegłym, mimo pandemii i początkowych spadków zamówień z sieci DIY – zapewnia Pakuński. /©©

RYNEK

Europa majsterkowiczów

Szybko rosnący popyt w sklepach DIY może zostać zahamowany przez podwyżki cen.

ROBERT PRZYBYLSKI

Rynek wyposażenia ogrodowego, remontowo-budowlanego i dla majsterkowiczów jest w Europie wart 170 mld euro. 400 sieci handlowych walczy o klienta, a największe to Grupa Adeo (dawniej Leroy Merlin) z przychodami w 2019 roku 21,3 mld euro przed Kingfisherem z 13,1 mld euro. W najbliższych trzech latach wartość tego rynku wzrośnie o prawie 24 mld euro.

W 2020 roku największy europejski rynek Do It Yourself, Niemcy, urosł dwucyfrowo. Dwaście największych niemieckich sieci handlowych DIY podało, że ich przychody wzrosły o 12,1 proc., do ponad 26 mld euro. Najwyższą dynamiką mogą się pochwalić Hornbach (21,2 proc.), Rewe (marki Baumarkt/B1 17,5 proc.) i Bauhaus (14,4 proc.). Rynkowy lider OBI zwiększył sprzedaż o 12,2 proc., to jest 0,5 mld euro.

Ten rok zapowiada się jako jeszcze lepszy. W pierwszym

kwartale (kończącym się 30 kwietnia) brytyjski Kingfisher zaraportował ponad 64-proc. wzrost (r./r.) obrotów, do przeszło 3,4 mld funtów. Porównując wyniki z 2019 roku, wzrost sięgnął 22 proc. Polska była jedynym rynkiem, na którym grupa zanotowała spadek (o 8,9 proc.) z powodu zamknięcia wielkopowierzchniowych sklepów.

Sprzedaż w e-handlu wzrosła o 63 proc. w porównaniu z 2020 rokiem, a o 258 proc. w porównaniu z 2019. Ponad jedna czwarta obrotów grupy Kingfisher tworzona jest przez internetowy kanał sprzedaży.

Także hiszpańskie sieci DIY spodziewają się bardzo dobrego roku, do czego uprawnia je dwucyfrowy wzrost przychodów w pierwszym kwartale. Popyt jest tak duży, że 85 proc. ankietowanych ma trudności, by go zaspokoić. 70 proc. zwiększyło eksport, a 65 proc. zwiększyło sprzedaż przez internet.

Francuski sklep internetowy ManoMano, działający w sześciu krajach, podwoił w 2020 roku obroty do 1,2 mld

euro. Notuje 50 mln indywidualnych użytkowników miesięcznie (o 70 proc. więcej niż rok wcześniej) i 7 mln aktywnych klientów (dwa razy więcej niż rok wcześniej).

Jednak przedsiębiorców niepokoją opóźnienia w dostawach towaru oraz znaczne podwyżki cen. Szczególnie bolesna dla klientów może się okazać rosnąca cena drewna.

W Polsce co trzeci producent mebli raportuje niedobór komponentów. Przekroczony został próg 300 euro/m³ drewna klejonego warstwowo. Cena gotowego produktu (belki z drewna klejonego) wzrosła w zaledwie pół roku we Włoszech i Niemczech z 400 do prawie 600 euro/m³. Producenci nie wiedzą, skąd taki wzrost i dlaczego sytuacja cenowa jest w tej chwili całkowicie poza kontrolą.

Dlaczego jest tak, że to, co zostało uzgodnione w poniedziałek, często nie jest już aktualne w piątek? Dlaczego pomiędzy nimi jest różnica 50 euro/m³? – pyta jeden z przedsiębiorców. Czy wysokie ceny schłodzą popyt? /©©

RYNEK

5 trendów, które zmieniają logistykę DIY

Wielokanałowość, postępująca cyfryzacja i rosnące wymagania sieci handlowych względem dostawców zwiększają rolę operatorów logistycznych w branży budowlano-remontowej i ogrodniczej.

MATERIAŁ PARTNERA

W 2019 r. wartość sprzedaży akcesoriów ogrodowych i produktów do majsterkowania, określanych jako DIY, przekroczyła na świecie 600 mld euro. Ponad jedna czwarta sprzedaży przypada na zachodnią Europę, z czego największym udziałowcem są Niemcy. Według statystyk BHB, organizacji zrzeszającej firmy z branży DIY z Niemiec, Austrii i Szwajcarii, niemieckie markety budowlane w 2020 r. zwiększyły swoje obroty o 13,8 procent w porównaniu z rokiem poprzednim, do 22,14 mld euro.

Szacuje się, że do 2024 r. europejska branża produktów do domu i ogrodu powiększy się o kolejne 25,41 mld dolarów, rozwijając się w tempie blisko 3% rocznie. To ogromny i stale rosnący rynek, o który walczą również polscy producenci. Z naszego kraju do Niemiec trafiają m.in. materiały budowlane, meble, stolarka, artykuły łazienkowe, elektroinstalacje czy akcesoria ogrodowe. Wszystko jednak zależy

od tego, jak branża DIY poradzi sobie z nowymi wyzwaniami. Oto pięć z nich.

1. Boom na e-commerce

Pomimo pandemii i ograniczeń w handlu Europejczycy nie zrezygnowali z remontów czy ulepszenia swoich balkonów, tarasów i ogrodów. Podczas pierwszego wiosennego lockdownu artykuły do ogrodu oraz renowacji domów i mieszkań były jednymi z najlepiej sprzedających się grup produktowych w internecie. Według analiz rynkowych nawet co czwarty zakup w sieci w ubiegłym roku dotyczył kategorii „dom i ogród”.

Wzrost liczby zamówień internetowych spowodował rozwój rozwiązań w obszarze logistyki ostatniej mili i dostaw bezpośrednio do konsumenta. O tym, jak ważny jest to element procesu zakupowego, świadczy fakt, że dostawa bezpośrednia pod wskazany adres jest formą doręczenia, która w największym stopniu zachęca i motywuje klientów do zakupów w konkretnym sklepie internetowym.

2. Omnichannel

Wzrost znaczenia e-commerce nie musi jednak wiązać się z kresem tradycyjnych sklepów. Wielu klientów preferuje model mieszany – sprawdza produkty online w celu porównania ofert, a następnie idzie do sklepu, by „na żywo” przyjrzeć się danemu przedmiotowi i dokonać zakupu właśnie w sklepie stacjonarnym.

Zachowanie to, nazywane „channel hopping”, stawia przed firmami poważne wyzwania, wymagając perfekcji w każdym z kanałów sprzedaży – online i offline. Sprzedawcy muszą zadbać o dostępność towarów na półce w sklepie, dostaw zamówień internetowych z opcją odbioru w markecie tzw. click & collect, a także dostawy bezpośrednio do klienta.

3. Pełna kontrola i transparentność

Wraz z upowszechnieniem strategii omnichannel coraz ważniejszą rolę odgrywają zaawansowane systemy IT i

integracja danych pomiędzy producentami, sklepami i operatorem logistycznym. Klienci oczekują pełnego wglądu w swoje zamówienia, dlatego istotne jest zapewnienie płynnego przepływu informacji oraz możliwości jego śledzenia na każdym etapie procesu logistycznego. Szczególnie przy bardziej złożonych projektach z wieloma partnerami w sprawnej komunikacji pomaga elektroniczna wymiana danych.

Zlecenia klientów DACHSER DIY-Logistics, globalnego operatora logistycznego dostarczającego towary do 18 tys. sklepów budowlanych, centrów ogrodniczych oraz specjalistycznych sklepów w całej Europie, trafiają drogą elektroniczną do systemu zarządzania transportem. Dzięki temu klienci mogą śledzić status swojej przesyłki po numerze zamówienia np. sklepu w czasie rzeczywistym online lub za pomocą najnowocześniejszej technologii API aż do momentu dostawy.

Ponadto już kilka minut po dostawie mają oni do wglądu dokument dostawy z potwierdzeniem odbiorcy i jego nazwiskiem.

4. Elastyczność

Ostatnie miesiące pokazały, że konieczne jest stworzenie łańcuchów dostaw odpornych na zmienne warunki rynkowe. Wymaga to dokładnej analizy ryzyka, zmiany podejścia do zarządzania zapasami, stworzenia alternatywnych scenariuszy dla różnych kanałów dystrybucji i zaopatrzenia, a także staranniejszego wyboru i dywersyfikacji dostawców.

Cała sztuka polega na stworzeniu solidnej sieci transportowej, dzięki której łańcuchy dostaw zyskają większość sprawność, elastyczność i odporność na niekorzystne czynniki zewnętrzne.

5. Dopasowanie do wymagań sieci DIY

Na prawdziwy międzynarodowy sukces mogą liczyć eksporterzy, którzy będą umieć dostosować się do wysokich wymagań europejskich sieci handlowych i spełnić wysokie standardy współpracy. Konsumentom bardzo cenią swój czas oraz komfort zakupów, a w dobie wysokiej konkurencyj-

ności, dostępność towarów w sklepie jest dla nich jednym z priorytetów. Rzadko decydują się czekać na konkretny produkt, wybierają z artykułów dostępnych na półce. Tymczasem sieci handlowe unikają trzymania zapasów, które kosztują i wymagają dodatkowej powierzchni składowania.

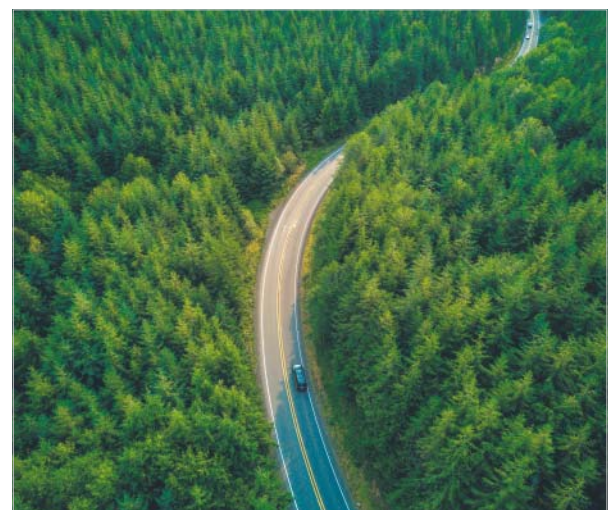
Dzięki dostępowi do stałych okien czasowych oraz rozbudowanej sieci codziennych połączeń DACHSER można w elastyczny sposób zarządzać dostawami, unikając w ten sposób braków w asortymencie. Coraz częściej rola partnera logistycznego nie kończy się w momencie dostarczenia towaru pod rampę. Na przykład w ramach rozwiązania DACHSER DIY-Logistics Pipeline operator może zarządzać całym procesem realizacji zamówień – od konfekcjonowania, przez etykietowanie zgodnie z wymaganiami sieci, transport do marketów pojedynczych palet oraz serwis w sklepach, czyli budowanie ekspozycji, kontrolę jakości i ilości towaru, po dbanie o ekspozycję produktów na półce i display. /©©

Juliusz Pakuński,
kierownik rozwoju biznesu
DACHSER DIY-Logistics w Polsce

ŚRODOWISKO

Karta Shell Card z usługą kompensacji emisji CO₂

Wszyscy stoimy przed wyzwaniem zmniejszania wpływu działalności operacyjnej na środowisko. W szczególności dotyczy to branży TSL, która odpowiada obecnie za około 25% emisji CO₂ na świecie. W ograniczeniu oddziaływania na środowisko nie zawsze jest potrzebna nowoczesna technologia. Jednym ze sposobów szybkiej i efektywnej neutralizacji emisji CO₂ jest ich kompensacja.



MATERIAŁ PARTNERA

Polska pozostaje liderem branży TSL w Unii Europejskiej. W 2018 roku polskie firmy miały największy udział w drogowym transporcie towarów i łącznie przewiozły aż 270 mln ton, czyli 23% całego przewozu produktów. Przy takich danych wielu firmom zapala się czerwone światło – co zrobić, aby zminimalizować emisję dwutlenku węgla? W długofalowych planach niezbędne jest przejście z diesla na odnawialne źródła energii. Jednak zanim to nastąpi, można skorzystać z innych rozwiązań, które nie wymagają dużych nakładów finansowych i technologicznych.



uniknięcie lub usunięcie 1 tony dwutlenku węgla ze środowiska.

Spójna polityka środowiskowa kluczem do pozyskiwania klientów

Wspieranie bioróżnorodności jest jednym z aspektów polityki środowiskowej wielu firm, a dzięki dobrowolnej kompensacji emisji CO₂ mogą mieć one wpływ na ochronę przyrody, ekosystemów i społeczności lokalnych. Takie działania mogą również pozytywnie wpłynąć na relacje biznesowe. Coraz częściej klienci i pracownicy chcą współpracować z firmami, które przeciwdziałają zmianom klimatycznym i tworzą zrównoważoną przyszłość energetyczną.

Kompensacja emisji z Shell: wsparcie projektów od Indonezji po Amazonię

Polski rynek dopiero rozwija się pod kątem możliwości kompensacji emisji CO₂, ale Shell już wprowadził

taką możliwość dla klientów biznesowych w Polsce. Z paliwa zakupionego za pomocą karty paliwowej Shell oblicza i równoważy emisję CO₂, a następnie kupuje w imieniu klienta kredyty węglowe odpowiadające ilości emisji CO₂ floty. Kredyty węglowe zasilają jeden z 25 projektów na całym świecie. Shell jest zaangażowany w projekty chroniące lasy w Amazonii i Indonezji czy sadzenie drzew w Europie, Azji i Afryce. W jego ramach zasadzono już 42 miliony drzew na 120 000 akrów powierzchni. Projekty te są niezależnie weryfikowane przez certyfikowanych audytorów, którzy kontrolują, czy prowadzą one do rzeczywistych redukcji emisji przy jednoczesnym wsparciu lokalnej społeczności. Klienci decydujący się na kompensację otrzymują roczny certyfikat potwierdzający zakupione kredyty węglowe.

Szereg korzyści z Shell Card

Użytkowanie Shell Card niesie ze sobą duże korzyści nie tylko dzięki

usłudze kompensacji. To rozwiązanie jest przede wszystkim gwarancją bezpieczeństwa i oszczędności, a także stanowi niezastąpione narzędzie w trasie dla każdego kierowcy. Każda karta chroniona jest chipem i indywidualnym numerem PIN. Karty Shell są akceptowane na ponad 22 tys. stacjach Shell w Europie i blisko 16 tys. stacjach partnerskich. W Polsce jest to ponad 900 stacji Shell i Lotos. Karta umożliwia również wygodne uiszczanie opłat za przejazdy drogami, tunelami i mostami w 25 krajach oraz sprawne rozliczanie VAT i akcyzy. Dzięki partnerstwu z TRAVIS przewoźnicy mogą zarezerwować takie usługi, jak parkingi, mycie ciężarówek i cystern, za które zapłacą kartą paliwową Shell Card. Wszystkie transakcje dokonane kartą Shell Card są widoczne w jednym miejscu – na platformie Shell Fleet Hub. Do dyspozycji spedytorów jest również aplikacja Shell Fleet Assistant, która pomaga wyznaczać najbardziej optymalną kosztowo trasę oraz wspomaga w monitorowaniu statusu zleceń. /©©

REKLAMA 907404

KIERUNEK SKANDYNAWIA

Logistyka przyszłości.

- Transport drogowy
- Przesyłki ekspresowe
- Przeprawy promowe
- Logistyka magazynowa
- Transport ADR
- Truck Serwis

Nasz ze elastyczne i dedykowane rozwiązania w pełni usprawniają cały proces łańcucha dostaw.

- Jit just in time**
na konkretną godzinę
- Day definite**
na konkretny dzień
- Time definite**
w określonym przedziale czasowym

Galan Logistics Sp. z o.o.
ul. Szczecińska 26
73-108 Kobylanka
tel.: +48 91 447 15 21

www.galanlogistics.pl
kontakt@galanlogistics.pl

ROZMOWA

Lider windykacji dla branży TSL z apetytem na zagraniczne rynki

Kiedyś znani jako windykacja Transa. Dzisiaj lider windykacji dla branży TSL w Polsce, z apetytem na zagraniczne rynki. **Bartłomiej Socha**, dyrektor windykacji polubownej, mówi, jak Transcash.eu SA rośnie w siłę.

MATERIAŁ PARTNERA



Ostatni rok zweryfikował plany rozwojowe wielu firm. Wy, przewrotnie, wykorzystaliście ten czas, aby rozwinąć skrzydła.

BARTŁOMIEJ SOCHA: Na początku chciałbym podkreślić, że funkcjonowanie w ramach Platformy Trans.eu to nadal ważna, ale niejedyna część naszego biznesu. Od wielu lat świadczymy kompleksowe usługi windykacyjne, prawne i finansowe dla całego sektora TSL.

Przed wszystkim postawiliśmy na cyfryzację w windykacji, zapewniając klientom pełny dostęp do naszych usług online. Z każdego miejsca i z każdego urządzenia. Wystarczy kilka kliknięć, aby podpisać umowę online, zgłosić sprawę i na bieżąco śledzić nasze działania.

Kolejna ważna zmiana to uruchomienie własnej kancelarii prawnej, specjalizującej się w prawie trans-

portowym i mocne wejście z naszymi usługami na rynek europejski. Dodatkowo, odpowiadając na potrzeby rynku, rozpoczęliśmy prace nad nowymi rozwiązaniami i produktami. Z ostatniego badania, przeprowadzonego na nasze zlecenie przez Instytut Badań Keralla Research, wynika, że blisko 70 proc. firm transportowych dokonuje weryfikacji firmy, z którą rozpoczyna współpracę. Głównym źródłem informacji o potencjalnych

media. Co 10. respondent weryfikuje kontrahenta w Biurach Informacji Gospodarczej.

To pozytywna zmiana, która mamy nadzieję utrzyma się również po pandemii. Jednak samodzielna weryfikacja jest czasochłonna i obciążona ryzykiem błędów. Dlatego chcemy odciążyć naszych klientów i już jesienią startujemy z nowymi usługami mającymi na celu podniesienie bezpieczeństwa transakcji w transporcie m.in. z windykacją z gwarancją płatności.

” Postawiliśmy na cyfryzację w windykacji, zapewniając klientom pełny dostęp do naszych usług online

partnerach biznesowych są m.in. aktualni bądź byli klienci, giełdy transportowe, giełdy dłużników, fora internetowe, a także social

A konkretnie, jakie rozwiązania oferujecie, co więcej możecie zaproponować niż uniwersalna windykacja?



MATERIAŁ PARTNERA

Stawiamy na dwa elementy, które razem sprawiają, że to, co robimy, przynosi dobre rezultaty. Specjalizacja i skupienie się na jednej branży – transportowej. Windykujemy już od 15 lat i to doświadczenie sprawia, że wiemy, jak robić to dobrze. Znajomość prawa przewozowego, w tym międzynarodowego oraz sankcje skuteczne w tej branży to coś, czego nie ma żadna tzw. uniwersalna windykacja. Kolejny czynnik, który osobiście uważam za najważniejszy, to ludzie. Wyjątkowy zespół specjalistów z pokaźnym bagażem doświadczeń w windykacji

właśnie dla branży transportowej oraz olbrzymią wiedzą na temat zwyczajów płatniczych i zachowań dłużników. Ta wiedza to często kluczowy czynnik, decydujący o powodzeniu naszych działań. Nie ograniczają się one wyłącznie do windykacji w dosłownym tego słowa znaczeniu, ale przede wszystkim do ustalenia stanu faktycznego i prawnego wiarygodności. Osiągnięcie tak wysokiego poziomu kompetencji i specjalizacji w konkretnej branży wymaga lat szkoleń, pogłębiania wiedzy, a przede wszystkim praktyki, nabytej w trakcie prowadzenia setek spraw windykacyjnych.

Porozmawiajmy o waszych planach dotyczących zagranicznych rynków.

Muszę podkreślić, że my od lat windykujemy dłużników z różnych krajów i od początku obsługujemy klientów zagranicznych. W samym 2021 roku ok. 25 proc. wartości nominalnej wierzytelności przyjętych do obsługi to sprawy z przeterminowanymi płatnościami wobec firm zagranicznych. Nasz zespół specjalistów z zakresu windykacji oraz prawa przewozowego mówi w kilkunastu językach.

Nawiązaliśmy współpracę z kancelariami prawnymi w różnych krajach, które wspierają nas w odzyskiwaniu należności na terenie całej Europy. Dodatkowo jesteśmy w trakcie rejestracji spółek windykacyjnych w dwóch kolejnych krajach UE.

Jakie rozwiązania możecie zaproponować dużym firmom, które często mają własne działy windykacji?

Faktycznie, wielu naszych klientów posiada w swojej strukturze komórkę odpowiedzialną za windykację. W takim przypadku nasze działania mają charakter wspierający, np. obsługujemy wierzytelności po procesie wewnętrznej windykacji klienta, na etapie polubownym bądź sądowym. Zachęcamy również klientów do przekazania nam reprezentatywnej próbki swojego portfela, już na wczesnym etapie przeterminowania, i wcielamy się w rolę benchmarku dla windykacji wewnętrznej naszego zleceniodawcy. W wyniku takiego eksperymentu klient może poprawić swój wewnętrzny proces windykacji lub podjąć decyzję o przekazywaniu wszystkich wierzytelności do obsługi przez Transcash.

/©©

REKLAMA 909841

TWÓJ PARTNER W OMNICHANNEL!

omni-fmlogistic.com

Co-packing



Logistics for e-commerce



Customer Service

Contract Logistics



Domestic transport



International transport



FM LOGISTIC

Znajdź nas na LinkedIn



FM Logistic Central Europe

Logistyka jako barometr gospodarki?

Wysoka liczba zakłóceń w łańcuchach dostaw w wyniku pandemii Covid-19 spowodowała, że operatorzy logistyczni oraz ich klienci musieli zewrzeć szyki i znaleźć rozwiązanie w trudnej sytuacji. Działania wymagały szybkich decyzji i były dla operatorów doskonałym sprawdzianem elastyczności i szybkości podejmowania decyzji. O bieżących wyzwaniach dla branży logistycznej i przemysłu, wykorzystaniu informacji z łańcuchów dostaw do badania koniunktury oraz o najtrudniejszym dniu dla logistyki po wybuchu pandemii rozmawiamy z **Rafałem Krajewskim**, dyrektorem generalnym GEFCO Polska.



MATERIAŁ PARTNERA

Na ile logistykę można wykorzystać do prognozowania sytuacji gospodarczej?

Dzisiejsze łańcuchy dostaw są bardzo rozbudowane i zwykle dobrze monitorowane dzięki postępującej digitalizacji w logistyce i przemyśle. Każde odchylenie od normy – zarówno pozytywne, jak i negatywne – jest łatwe do identyfikacji i może służyć jako źródło do dalszych analiz i prognoz. Horyzont obserwacji jest ograniczony wyłącznie liczbą operacji logistycznych i branż, dla których pracujemy. Przy dzisiejszym tempie rozwoju technologii łatwo sobie wyobrazić, że operator logistyczny może obserwować w czasie rzeczywistym wahania w gospodarce przez

GEFCO pracuje dla wielu branż. Jak sobie radzicie w obecnej sytuacji?

Firma wywodzi się z branży motoryzacyjnej, nasi pierwsi klienci to producenci pojazdów, części zamiennych czy komponentów, a także zarządcy flotami, importerzy i dilerzy. Jednak na przestrzeni wielu lat grupa na świecie i w Polsce wykonała strategiczny ruch dywersyfikacji sektorowej. Obecnie jako GEFCO Polska jesteśmy gotowi odpowiedzieć na oczekiwania każdej firmy, bez względu na profil działalności, a naszą mocną stroną jest wsparcie globalnej sieci. W dobie koronawirusa staramy się wykorzystywać przewagę, jaką daje obsługa logistyczna wielu branż. Sektor

dowiedział się o Covid-19. Sprawdzian, jaki musieliśmy przejść wspólnie z naszymi klientami, wypadł bardzo dobrze, za co chciałbym podziękować wszystkim pracownikom. Dodatkowo wzmocniliśmy relacje z wieloma naszymi klientami. Na niektóre sytuacje – na przykład opóźnienia dostaw w wyniku kontroli sanitarnych na granicach – nie mieliśmy wpływu. Inne wymagały wprowadzenia zmian w łańcuchach dostaw. Dla przykładu, jeden z naszych klientów z branży AGD zatrzymywał i wznawiał produkcję w kilkunastu zakładach, dopasowując ją w mniejszym stopniu do popytu, a w większym do wymogów bezpieczeństwa i zmieniającego się prawa. Naszym zadaniem było wspieranie klienta w tych zmaganiach poprzez reakcje i dopasowywanie się z dnia na dzień.

Jakie transporty z pierwszej fali pandemii są warte przypomnienia?

GEFCO przetransportowało 500 ton ważnych części motoryzacyjnych z Wuhan do Francji. Transport został zrealizowany przy użyciu jednego z pierwszych pociągów blokowych, które wyruszyły z Wuhan po wybuchu światowego kryzysu Covid-19. Innym przykładem są dostawy tysięcy łóżek medycznych do szpitali i klinik w Europie, transport lotniczy 400 tys. kombinezonów medycznych dla szpitali z Polski oraz dostawy środków medycznych, w tym testów na obecność koronawirusa Covid-19, dla klientów z branży farmaceutycznej. Z kolei gdy europejskie montownie samochodów wstrzymały pracę, GEFCO zorganizowało magazyny przy lotniskach. Dzięki temu nasi klienci mieli szybki dostęp do części po wznowieniu produkcji.

Pandemia wymusiła wprowadzenie również wielu zmian wewnątrz firmy. Powołaliśmy specjalny zespół kryzysowy do spraw zwalczania zagrożeń związanych z koronawirusem. Osoby, które mogą pracować zdalnie, zostały wysłane na home office. Dla innych zorganizowaliśmy dodatki paliwowe lub auta służbowe, aby nie musiały podróżować komunikacją zbiorową. Do dzisiaj przy wejściu do naszych obiektów monitorowana jest temperatura. Każdy z pracowników posiada dostęp do maseczek ochronnych i rękawiczek jednorazowych, a na terenie firmy działają liczne punkty umożliwiające dezynfekcję.

Pamięta pan najtrudniejszy dzień dla branży logistycznej po wybuchu pandemii?

Covid-19 spowodował rekordową w historii logistyki liczbę zakłóceń w łańcuchach dostaw. Pandemia udowodniła, jak ważna jest elastyczność dostawcy usług logistycznych i jak ważne jest posiadanie planu B. Wygranym, jeżeli można tak określić kogokolwiek w obecnej sytuacji, były te firmy, które potrafiły błyskawicznie reagować na zmiany i dostosowywać się do nowej sytuacji na rynku. Filozofia biznesu według GEFCO opiera się na hasle Partners Unlimited i według tego kompasu staraliśmy się współpracować z naszymi

” Filozofia biznesu według GEFCO opiera się na hasle Partners Unlimited i według tego kompasu staraliśmy się współpracować z naszymi klientami w czasie zamknięcia gospodarki. Uczestniczyliśmy w wielu konsultacjach dotyczących losów produkcji i reorganizacji pracy w zakładach. Zamiast szukać najtrudniejszego dnia, łatwiej jest mi przypomnieć sobie atmosferę ogromnej mobilizacji i jedności, która towarzyszyła nam w pierwszych dniach przygotowań do zapewnienia bezpieczeństwa pracownikom oraz ciągłości biznesu naszych klientów w dniach bezpośredniego poprzedzających lockdown. Nowe informacje na temat sytuacji docierały do nas co chwilę, na granicach wewnątrzunijnych tworzyły się niewidziane od lat wielokilometrowe kolejki, a decyzje trzeba było podejmować i realizować w błyskawicznym tempie. Funkcjonowanie firm uzależnione było w dużej części od decyzji polityków i ekspertów ds. chorób zakaźnych, co nigdy nie miało miejsca na taką skalę w historii polskiego biznesu po 1989 roku.

” W GEFCO patrzymy na nową rzeczywistość z nadzieją i dostrzegamy szanse, które niesie przyszłość. Mamy za sobą ponad 70 lat zbierania doświadczeń i z optymizmem oraz entuzjazmem patrzymy na kolejne lata

Trzy rzeczy, które pandemia zmieni w branży logistycznej to...

Po pierwsze, dalszy wzrost zainteresowania firm digitalizacją procesów biznesowych. Nowe wyzwania przekonały wielu sceptyków do cyfryzacji, która pomaga oszczędzać, ale wymaga zwrócenia większej uwagi na kwestie bezpieczeństwa danych. Po drugie, zdolności firm do reagowania na sytuacje kryzysowe. Z jednej strony mam na myśli budowanie skutecznych planów antykryzysowych na negatywne zdarzenia, które są w zasięgu przewidywań firm, z drugiej natomiast budowanie odporności przedsiębiorstw na wszelkie sytuacje, również te, które wydają się nieprawdopodobne i są pomijane przy budowaniu planów antykryzysowych. Po trzecie, obecny kryzys pokazał jak ważna jest dywersyfikacja biznesu. Firmy operujące w wielu sektorach, aktywne geograficznie w wielu krajach i posiadające wiele usług w swojej ofercie wyjdą z pandemii ze zwiększonym udziałem rynkowym w stosunku do specjalistów od jednego produktu czy rynku. W GEFCO patrzymy na nową rzeczywistość z nadzieją i dostrzegamy szanse, które niesie przyszłość. Mamy za sobą ponad 70 lat zbierania doświadczeń i z optymizmem oraz entuzjazmem patrzymy na kolejne lata.

” Decyzje podejmowane podczas pierwszej fali pandemii były dla GEFCO najlepszym sprawdzianem elastyczności w biznesie

analizę dynamiki przepływów od fazy wydobycia surowców, przez logistykę produkcji do fazy utylizacji produktów. Gdyby spojrzeć na temat z perspektywy rozwoju tzw. logistyki wyprzedzającej, to obecne możliwości w zakresie prognozowania trendów rynkowych można uznać za ograniczone. Dzięki wykorzystaniu sztucznej inteligencji, uczenia maszynowego i analiz big data, w przyszłości możliwe będzie prognozowanie popytu, a dostawy będą realizowane z wyprzedzeniem. Możliwości logistyki wyprzedzającej będą sprzyjać dalszej optymalizacji łańcucha dostaw, ale również przyniosą wiele korzyści producentom towarów i dostawcom usług.

motoryzacyjny niewątpliwie mocno odczuł skutki pandemii, ale na przykład branża e-commerce umożliwia nam częściową rekompensatę poniesionych strat. Otrzymujemy nowe zlecenia i na tej sytuacji korzystają także nasi podwykonawcy, na przykład przewoźnicy kontraktowi, których przekierowujemy do pracy na innych trasach.

Pandemia była zatem swoistym testem dla całej branży logistycznej.

Dokładnie. Decyzje podejmowane podczas pierwszej fali pandemii były dla GEFCO najlepszym sprawdzianem elastyczności w biznesie. A przypomnę, że właśnie ta cecha operatora logistycznego była najbardziej pożądana, jeszcze zanim świat

ROZMOWA

Jesteśmy w przededniu wielkiej zmiany

Bartosz Mierzwiak, Managing Director CEE & Northern Europe z Logicator, mówi o aktualnej formie rynku magazynowego i kluczowych aspektach, które mogą zmieniać rynek w nadchodzącym czasie.

MATERIAŁ PARTNERA

Zacznijmy od ogólnego podsumowania ostatnich 12 miesięcy.

BARTOSZ MIERZWIAK: Cały rynek powierzchni magazynowych w Europie Środkowo-Wschodniej w ciągu ostatniego roku przechodzi przez ogromną rewolucję. Jest ona napędzana sprzyjającymi warunkami rynkowymi, rosnącą aktywnością branży e-commerce oraz dużym apetytem inwestorów. Podaż łatwo dostępnych zasobów magazynowych „na żądanie” jest niewielka, istnieje silna konkurencja w pozyskiwaniu gruntów pod nowe magazyny, a projekty deweloperskie są obecnie w pełni komercjalizowane jeszcze w fazie planowania. Pracuję w branży nieruchomości logistycznych w Europie Środkowo-Wschodniej od ponad dekady i muszę przyznać, że zainteresowanie magazynami nigdy nie było tak duże.

Jak ta sytuacja wpłynie na Polskę?

Polska ma możliwości, by sprawnie odpowiedzieć na rosnący popyt, i pomimo wielu wyzwań Logicator ma niezbędną wiedzę, doświadczenie, zespół i narzędzia, by skutecznie dostarczać rozwiązania dla najbardziej wymagających klientów. Możliwość pozyskania atrakcyjnych gruntów, nowa i dobrze skomunikowana infrastruktura drogowa oraz wysoko wykwalifikowana siła robocza sprawiają, że polski rynek jest bardzo atrakcyjny dla klientów z innych krajów. Obecnie wiele firm, zwłaszcza z państw zachodnich, rozważa zmianę swojego łańcucha dostaw i przeniesienia miejsc produkcji do Europy. Polska może tylko na tym skorzystać.

Jak bardzo zmienił się rynek najmu przez ostatni rok?

Koszty realizacji nowych inwestycji znacznie rosły. Jest to spowodowane głównie wzrostem cen gruntów oraz stali. Koszt

gruntów w wielu miejscach wzrósł przez ostatni rok nawet o połowę. Można by się spodziewać, że ceny najmu także wzrosną, niemniej nie widać tutaj istotnej korelacji z uwagi na niższe stopy zwrotu. Możemy zatem mówić o swoistym paradoksie dysproporcji. Niemniej pamiętajmy, że to, co dzieje się przez ostatnie miesiące w aspekcie wysokości cen najmu, jest konsekwencją działań, które miały miejsce jeszcze przed wiosną 2021 r. Oczywiście znajdziemy przypadki, gdzie czynsz wzrósł, ale uważam, że takie sytuacje są zdeterminowane wzrostem wolumenów produkcyjno-operacyjnych naszych klientów, którzy zabezpieczając dodatkową powierzchnię magazynową, nie tylko chcą stworzyć sobie warunki do ekspansji biznesu, ale równocześnie modernizować używaną przestrzeń, inwestując w liczne prośrodowiskowe rozwiązania. To wpływa na stawkę najmu, ale w szerszej perspektywie przynosi wiele wymiernych i policzalnych korzyści.



Możemy się spodziewać stabilizacji czy raczej postępujących zmian?

Patrząc na to, jak dynamicznie zmieniają się procesy łańcuchów dostaw na całym świecie i jak wrażliwe są one teraz, wierzę, że w przyszłości nadal będziemy obserwować postępujące istotne zmiany. W dalszej perspektywie

klienci i inwestorzy będą chcieli znacząco poprawiać wpływ swojej działalności na środowisko.

Jakie czynniki odgrywają obecnie kluczową rolę przy wyborze projektu magazynowego przez klientów?

Z dnia na dzień coraz więcej firm wyznacza sobie

nowe standardy nie tylko w aspektach środowiskowych, ale także w obszarze społecznej odpowiedzialności i ładu korporacyjnego. Nowe podejście znajduje swoje odbicie w doborze powierzchni magazynowych i rozwiązań, jakie się w nich znajdują. Na przykład jakość przestrzeni biurowej jest aktualnie tak samo ważna jak powierzchnie produkcyjne czy magazynowe. Jeszcze kilka lat temu niewielu klientów inwestowało tak dużo w poprawę komfortu pracowników czy rozwiązania, które pozytywnie wpłyną na redukcję emisji CO₂. Razem z naszymi klientami analizujemy aktualnie szereg koncepcji, które, mamy nadzieję, zaowocują niebawem realizacją kilku wyjątkowych projektów dbających przede wszystkim o człowieka i środowisko. W 2020 r. Logicator potwierdził swoje zobowiązanie wprowadzenia pozytywnych zmian poprzez uruchomienie pięcioletniego planu ESG i mianowanie dyrektora ds. zrównoważonego rozwoju. Jestem przekonany, że aktualnie znajdujemy się w przededniu wielkiej zmiany środowiskowo-społecznej, która istotnie wpłynie na naszą branżę w najbliższym czasie. /©©

MATERIAŁ PARTNERA

REKLAMA 910297



KOMMODUS SA
International Pallet Distribution.

Kommodus S.A.

– pierwsza niezależna sieć firm TSL

Jesteśmy wyłącznym polskim
partnerem paneco.eu

Wierzymy we współpracę i partnerstwo

Jeśli chcesz poszerzyć grono
swoich kontrahentów, dzielisz z nami
dążenie do wspólnego rozwoju
– zapraszamy do współpracy

Kommodus.pl to miejsce dla Ciebie



PANECO

TRANSPORT

CieŜarówk droŜeją i coraz trudniej je kupić

Zleceń przewozowych jest bardzo duŜo, brakuje taboru, fabryki nie nadążają z dostawami.

ROBERT PRZYBYLSKI

Przeprosiłem się z uŜywanymi naczepami, kupiłem kilka sztuk z drugiej ręki, bo nie mogłem czekać pół roku na nowy tabor. Podobnie jest z ciągnikami siodłowymi. Zamawiane teraz, są do odbioru w maju-czerwcu przyszłego roku – mówi Karol Rychlik z firmy transportowej Eurotrans.

Dilerzy mają puste place. – Długie terminy odbioru to skutek eksplodującego popytu i problemów z dostępnością komponentów. Są to półprzewodniki i materiały. Rosną także ceny poddostawców, a w rezultacie moje ceny też idą w górę o kilka procent – tłumaczy dyrektor sprzedaży Renault Trucks Polska Marcin Majak.

Brakuje odlewów, odkuwek, wiązek elektrycznych, a przede wszystkim półprzewodników. Volvo ostrzegło klientów, że z powodu niedostatecznej podaŜy półprzewodników będzie wstrzymywana produkcja we wszystkich zakładach koncernu.

PACCAR (właściciel marek DAF, Kenworth i Peterbilt) podał, że z powodu braku półprzewodników nie wyprodukował w pierwszym kwartale 3 tys. cieŜarówek. Dostawy wyniosły 42 tys. pojazdów.

Z tego samego powodu zmniejszył produkcję Daimler Trucks. Scania zapewnia, że jej fabryki działają, choć zdarzają się problemy z różnymi komponentami. Braki są uzupełniane na miejscu, w fabryce obok linii montażowej, lub samochody przyjeżdŜają do dilerów wybrakowane. Brakujące części montowane są

wówczas przez serwisy fabryczne.

Kupuje cała Europa

Dostawcy części nie mogą sprostać wysokiemu globalnemu popytowi. W kwietniu rejestracje cieŜkich samochodów cieŜarowych w UE, krajach EFTA i Wielkiej Brytanii wzrosły r./r. o 89,4 proc., wynika z danych ACEA.

Po czterech miesiącach wzrost sięgnął 25,8 proc., do 120,95 tys. pojazdów. W przypadku pojazdów najciŜszych o dmc pow. 16 ton kwietniowy wzrost wyniósł 106,8 proc., a po czterech miesiącach 30,6 proc.

Kwietniową dynamiką wyróżniają się Słowacja (347 proc.) i Łotwa (303,8 proc.), ale oba rynki są niewielkie (odpowiednio 304 i 105 rejestracji). W Polsce rejestracje wzrosły o

ponad 295 proc. i sięgnęły 2952 samochodów, co było trzecim wynikiem w kwietniu, za Niemcami (5018 aut i wzrost o 44 proc.) i Francją (3375 samochodów i dynamika 156,8 proc.).

W kwietniu w urzędach zarejestrowano 3166 samochodów cieŜarowych, to jest najlepszy wynik kwietniowy w historii statystyk Polskiego Związku Przemysłu Motoryzacyjnego. Jest to o ponad 241 proc. lepszy wynik niż w 2020 roku. Cztery pierwsze miesiące zanotowały o 88,6 proc. leŝy wynik niż w 2020 roku.

Tegoroczne rejestracje ciągników siodłowych przekroczyły 3940 sztuk, z tego w kwietniu zarejestrowano 2551 sztuk. Dla porównania: w 2017 roku kwietniowe rejestracje wyniosły 1527 sztuk, w 2018 roku 1982 ciągniki, w 2019 roku 2196 ciągników.

Wśród cieŜarówek o dmc powyŜej 3,5 tony prym w

kwietniu wiedzie DAF (968 szt., o 365 proc. więcej niż rok wcześniej), przed Scanią (531 szt., 315 proc. wzrostu) i Mercedes-Benz (531, o 277 proc. więcej).

Rekordowy popyt

Zakupy nie kończą się na ciągnikach. Przewoźnicy masowo modernizują park naczep. Rejestracje w tym segmencie wręcz eksplodowały. W kwietniu rejestracje naczep zwiększyły się do 2750 sztuk, co jest czterokrotnym wzrostem w stosunku do 2020 roku. W czterech pierwszych miesiącach roku rejestracje sięgnęły 9154 naczep cieŜarowych, co stanowi ponaddwukrotny wzrost w stosunku do 2020 roku. Tegoroczny wynik jest o blisko pół tys. naczep lepszy niż w bardzo dobrych latach 2019 i 2018.

W rankingu marek od początku roku prowadzi Schmitz (wzrost o ponad 150 proc., do 2243 sztuk) przed Krone (wzrost o ponad 160 proc., do 2264 sztuk) i Wielton (wzrost o niemal 70 proc., do 1074 sztuk). Udziały wynoszą (odpowiednio) 25,6 proc., 24,7 proc. i 11,7 proc.

JeŜeli te wielkości rejestracji utrzymają się do końca roku, będzie to rok porównywalny do rekordowego 2018 roku, gdy rejestracje sięgnęły 29,9 tys. cieŜarówek o dmc powyŜej 3,5 tony.

W przypadku najciŜszych modeli o dmc pow. 16 ton, rejestracje po trzech kwartałach wyniosły 5758 aut, co stanowi 66,5 proc. wzrostu. Utrzymanie tego poziomu oznacza rynek na poziomie 22,8 tys. sztuk. W najlepszym do tej pory 2018 roku rejestracje wyniosły 22,17 tys. sztuk. /©©



ANALIZA

Logistyczna zawierucha w dostawach just-in-time

Koncepcja just-in-time (JIT) została zapoczątkowana w latach 50. XX wieku w fabrykach samochodowych Toyoty. Z czasem znalazła zastosowanie w procesach logistyczno-magazynowych, natomiast dziś stanowi element filozofii lean management (koncepcja zarządzania przedsiębiorstwem). Pandemia i zmiany w funkcjonowaniu gospodarki przeformowały podejście do organizacji logistyki JIT.

► Daniel Hajduk:

Koronawirus uwypakował wady koncepcji JIT. Spowodowane pandemią zakłócenia w płynności dostaw wpłynęły na niemożność dostarczenia towarów na czas



MATERIAŁ PARTNERA



Metoda JIT przynosi korzyści związane z redukcją zapasów i minimalizacją marnotrawstwa w postaci nadprodukcji bądź oczekiwania cieŜarówki na załadunek. W rezultacie wdroŜona koncepcja inteligentnego zarządzania wydajnością produkcji znacznie skraca czas realizacji dostaw. Jakość, zróżnicowana oferta oraz stawki są niewystarczającymi elementami strategii rynkowej. To właśnie manipulacja czasem w łańcuchu dostaw jest głównym wyznacznikiem efektywnych działań.

Koronakryzys i uwarunkowane pandemią zmiany na arenie międzynarodowej wpłynęły na standardy oraz aktualne rozwiązania w transporcie i logistyce. Początkowe utrudnienia pojawiły się w momencie wprowadzenia stanu epidemiologicznego w Chinach.

– Wraz z wybuchem pandemii w Państwie Środka doświadczyliśmy zakłóceń w zarządzaniu łańcuchem dostaw i dostępności do poszczególnych towarów. Wirus podkreślił stopień uzależnienia państw od importowanych towarów.

Konsumenci mieli do czynienia z sytuacjami, gdy artykuły pierwszej potrzeby, takie jak rękawiczki jednorazowe, ŝele antybakteryjne czy papier toaletowy, były produktami deficytowymi – komentuje Daniel Hajduk, Team Leader of Warsaw Express Delivery Team.

Kolejne etapy rozprzestrzeniania choroby Covid-19 zmusiły zakłady motoryzacyjne, chemiczne i spoŜywcze do tymczasowego zawieszenia produkcji. Z powodu zablokowanych dróg dostaw oraz ograniczeń w handlu kontynuowaniu modelu JIT stało się niemożliwe. Firmy nie opracowały planów awaryjnych. Przetrwali wyłącznie ci, którzy wykazali się elastycznością i szybkością w działaniu.

– Koronawirus uwypakował wady koncepcji JIT. Spowodowane pandemią zakłócenia w płynności dostaw wpłynęły na niemożność dostarczenia towarów na czas. Dlatego przedsiębior-

Brak informacji stanowił istotny kłopot w logistycznej zawierusze. Pomimo odrodzenia chińskiego przemysłu firmy wciąż stoją przed zadaniem udoskonalenia struktury łańcucha dostaw.

” BranŜa transportowo-logistyczna dąŜy do cyfryzacji procesów oraz skonstruowania wspólnych platform do wymiany aktualnej informacji pomiędzy uczestnikami procesu

stwa zostały zmuszone do ponownej oceny i dywersyfikacji planów oraz określenia niezbędnego poziomu zapasów – dodaje Daniel Hajduk.

Reorganizacja wiąŜe się ze zmianą transportu drogowego na kolejowy, morski lub lotniczy, poniewaŜ terminowe otrzymanie kluczo-

wych towarów i komponentów jest zadaniem priorytetowym.

Aby uniknąć podobnych sytuacji w przyszłości, firmy planują skupić się również na utrzymaniu lokalnych podaŜy, zrównowaŜeniu podaŜy i popytu, cyfryzacji oraz digitalizacji łańcucha dostaw. W ten sposób wzrośnie znaczenie dostaw JIT i tendencja do lokalności.

– Mamy szansę na doprecyzowanie i naprawienie luk dawnych systemów oraz ustrojów. BranŜa transportowo-logistyczna dąŜy do cyfryzacji procesów oraz skonstruowania wspólnych platform do wymiany aktualnej informacji pomiędzy uczestnikami procesu, których obecnie brakuje – podsumowuje Daniel Hajduk. /©©

MAGAZYNY

Pustostanów coraz mniej

E-handel i nearshoring napędzają popyt na magazyny.

ROBERT PRZYBYLSKI

zarządzająca Axi Immo Renata Osiecka.

Rynek magazynowy nie chce zwolnić. Po bardzo dobrych ostatnich latach znów dostał wiatru w żagle, tym razem dzięki e-commerce. – Zautomatyzowane centra dedykowane temu sektorowi stanowią już 35% wszystkich naszych projektów. Szybko zwiększa się też liczba parków miejskich dedykowanych obsłudze tzw. ostatniej mili, zarówno w Niemczech, Wielkiej Brytanii, jak i Polsce – opisuje CEO Panattoni Robert Dobrzycki.

Sumarycznie w I kwartale aktywność najemców była o 59% wyższa w porównaniu z tym samym okresem sprzed roku (1,6 mln mkw.) – wylicza Axi Immo. Ponadto nowe źródła finansowania, a także większa pewność deweloperów, skutkowały wzrostem powierzchni w budowie, która na zakończenie marca br. wyniosła 2,3 mln mkw. (+11% r./r.) – dodaje Axi Immo. – Rozwój sektora e-commerce, a także spodziewana większa regionalizacja czy skrócenie łańcuchów dostaw, powoduje, że segment logistyczny i produkcyjny jest dla wielu inwestorów bezpieczną przystanią do alokowania kapitału – wskazuje partner

Przenoszenie produkcji z Azji

Do wzrostu zainteresowania deweloperów rozbudowywaniem magazynowego portfolio w Polsce przyczyniła się pandemia Covid-19 i trendy, które ze sobą przyniosła, m.in. na nearshoring. – Firmy coraz częściej decydują się na lokowanie produkcji bliżej kraju macierzystego czy regionu sprzedaży, ponieważ lokalizacja centrów produkcyjnych w regionach Azji zaczęła być postrzegana jako stosunkowo ryzykowna – tłumaczy analityk w dziale doradztwa i badań rynku w Colliers Agnieszka Bogucka.

W rezultacie coraz ważniejszym segmentem są projekty przemysłowe. – Kolejne 25% wszystkich naszych realizacji stanowią wysoce zaawansowane technologicznie projekty produkcyjne. Zamieszczenie, które pandemia poczyniła w łańcuchach dostaw, powoduje, że wiele firm myśli teraz o relokacji swoich biznesów produkcyjnych lub ich części do Europy, by być bliżej klienta. Rynki środkowoeuropejskie, na których operujemy, tylko na tym zyskają – przekonuje Dobrzycki.

Wysoki popyt zachęca do inwestycji. Wartość rynku in-



westycyjnego w sektorze magazynowym w Polsce sięgnęła 425 mln euro. Wynik ten stanowi ponad 30% kapitału zainwestowanego w nieruchomości komercyjne nad Wisłą i jest przede wszystkim efektem transakcji z rynku pierwotnego, czyli nabycia nieruchomości planowanych lub będących na etapie budowy.

– W budowie jest blisko 2,5 mln mkw. nowoczesnej powierzchni magazynowej – szacuje Bogucka. Wśród największych inwestycji w fazie budo-

wy wymienia BTS Amazon Świebodzin (203,5 tys. mkw.), kolejne etapy Central European Logistics Hub (w sumie 179,2 tys. mkw.) czy Hillwood Stryków II (72,9 tys. mkw.).

Magazyny wykupione do ostatniego metra

Cushman & Wakefield oblicza, że popyt netto, na który składają się nowe umowy i ekspansje, wyniósł 1,1 mln mkw., tj. 71% ilości transakcji

najmu, a pozostałe 29% stanowiły przedłużenia umów.

Najwięcej transakcji zawarto na rynkach Poznania (23% całkowitego popytu), w regionie Warszawy (19%), na Górnym Śląsku (17%) oraz w Polsce centralnej (14%). W strukturze branżowej popytu nadal największy udział mają firmy z branży logistycznej (30% całkowitego popytu) i handlowej / FMCG (21%), przy czym rośnie aktywność firm produkcyjnych (13%) i motoryzacyjnych (11%).

Pod koniec I kwartału 2021 roku na rynku magazynowym dostępne do wynajęcia (wg Cushman & Wakefield) było ok. 1,41 mln mkw., co stanowiło 6,5% całkowitej podaży powierzchni magazynowej w Polsce. Pomimo wysokiej skali podaży wolumen powierzchni niewynajętej pozostał na stabilnym poziomie, natomiast wskaźnik pustostanów uległ dalszemu obniżeniu o 0,3 pkt proc. w ujęciu kwartalnym i o 0,9 pkt proc. w ujęciu rocznym. Czynsze bazowe wahają się od 2,50–3,80 euro/mkw./miesiąc w przypadku obiektów typu BIG-BOX do 4,00–5,25 euro/mkw./miesiąc w przypadku obiektów typu SBU (Small Business Units) w obszarach miejskich na kluczowych rynkach.

W pierwszym kwartale 2021 roku deweloperzy ukończyli prawie 750 tys. mkw. powierzchni magazynowej, a całkowite jej zasoby wzrosły do 21,5 mln mkw. Spośród 36 ukończonych projektów do największych należały: drugi etap inwestycji BTS dla EURO-net w Prologis Park Janki, projekty dla BBK SA i DPD w ramach Panattoni Park Gdańsk Airport, a także inwestycja Panattoni BTS Czeladź dla firmy 4F i projekt BTS dla Polomarket w 7R Park Tczew – wymienia Cushman & Wakefield. /

REKLAMA 910460

NOWE LOKALIZACJE

SIEDLCE / WAŁBRZYCH / KOSZALIN
KOLUSZKI / GORZÓW WLKP. / BŁONIE
RADOM / RZESZÓW / OLSZTYN

 PANATTONI

W CIĄGU OSTATNICH 16 LAT DOSTARCZYLIŚMY
PONAD 12 MILIONÓW M² NOWOCZESNEJ POWIERZCHNI MAGAZYNOWEJ

www.panattonieurope.com

fot. Daniel Remian

Ranking najlepszych firm spedycyjnych

Poz. 2020	Poz. 2019	Nazwa firmy [grupy]	Przychody ze sprzedaży w 2020 r. (w tys. zł)	Zmiana 2020/2018 (w proc.)	Przychody ze sprzedaży w 2019 r. (w tys. zł)	Przychody ze sprzedaży w 2018 r. (w tys. zł)	Zysk brutto w 2020 r. (w tys. zł)	Zysk brutto w 2019 r. (w tys. zł)	Zysk netto w 2020 r. (w tys. zł)	Zysk netto w 2019 r. (w tys. zł)	Aktywa w 2020 r. (w tys. zł)	Aktywa w 2019 r. (w tys. zł)	Kapitały własne w 2020 r. (w tys. zł)	Kapitały własne w 2019 r. (w tys. zł)	Zatrudnienie ogółem 2020 r.
1	1	Poczta Polska SA GK, Warszawa ¹⁾	7 200 000	0,62	7 155 391	6 758 790	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
2	2	PKP Cargo SA GK, Warszawa	4 075 600	-14,76	4 781 600	5 183 000	b.d.	73 500	-224 300	36 000	7 559 400	7 991 300	3 143 800	3 423 300	22 279
3	5	Amazon Fulfillment Poland sp. z o.o., Warszawa	3 669 685	64,23	2 234 414	1 779 775	b.d.	83 287	28 673	60 875	4 323 446	3 875 792	2 341 329	2 312 656	17 323
4	3	Grupa Raben, Robakowo	2 900 904	1,95	2 845 473	2 498 826	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	5 323
5	6	DPD Polska sp. z o.o. GK, Warszawa	2 793 193	25,80	2 220 417	1 892 048	b.d	b.d	b.d	b.d	1 737 191	1 512 198	b.d	b.d	3 807
6		Grupa Integer.pl SA, Kraków	2 517 768	104,36	1 232 044	726 154	475 659	86 747	361 348	50 857	2 486 782	1 569 825	631 592	389 489	2 832
7	4	Havi Logistics sp. z o.o., Warszawa ¹⁾	2 500 000	0,71	2 482 394	2 182 680	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
8	9	DHL Parcel Polska sp. z o.o., Warszawa ¹⁾	1 780 000	9,59	1 624 266	1 456 138	b.d.	32 083	b.d.	21 807	b.d.	882 373	b.d.	154 691	b.d.
9	8	Schenker sp. z o.o., Warszawa	1 776 146	1,42	1 751 196	1 648 524	52 579	50 909	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	2 426
10	7	Grupa DSV w Polsce, Ołtarzew	1 556 268	7,86	1 442 900	894 311	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	1 285
11		UPS Polska sp. z o.o., Warszawa ¹⁾	1 340 000	10,07	1 217 412	1 116 182	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
12	11	Hegelmann Transporte sp. z o.o., Częstochowa	1 204 623	10,56	1 089 582	636 691	29 841	59 367	19 644	46 014	751 864	787 504	146 770	127 136	2 692
13	14	Rohlig Suus Logistics SA, Warszawa	1 156 401	21,63	950 783	910 521	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	1 701
14	10	FM Polska sp. z o.o. (FM Logistic)	1 108 644	6,02	1 045 660	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
15	15	Pantos Logistics Poland sp. z o.o., Warszawa ¹⁾	960 000	2,78	934 071	669 054	b.d.	26 254	b.d.	20 198	b.d.	305 682	b.d.	54 460	b.d.
16	12	Grupa PEKAES sp. z o.o., Błonie	917 316	5,31	871 028	802 075	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
17	17	Kuehne + Nagel sp. z o.o., Gądkı	888 619	2,87	863 860	821 325	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	204 386	14 868 550	52 162	2 169
18	13	OT Logistics SA GK, Szczecin	853 356	-13,36	984 965	982 647	-113 533	-111 178	-116 727	-116 476	868 843	1 947 948	-86 062	341 649	1 870
19	22	General Logistics Systems Poland, Komorniki	810 292	14,84	705 576	608 681	127 000	119 771	101 571	96 110	412 002	394 927	281 641	268 571	970
20	19	Grupa Rhenus SA, Warszawa ¹⁾	800 000	5,14	760 908	628 004	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
21	18	Fedex Express Poland sp. z o.o., Warszawa	737 758	-3,91	767 798	b.d.	b.d.	-3 156	-23 563	-9 218	695 080	198 185	652 762	132 807	962
22	21	Lotos Kolej sp. z o.o., Gdańsk	735 192	-0,45	738 504	711 990	69 665	59 784	55 890	47 826	652 377	661 626	78 437	71 669	1 098
23	26	VGL Group sp. z o.o., Gdynia	683 048	12,83	605 388	527 170	49 857	28 338	31 141	19 299	281 834	174 971	64 766	47 092	795
24	35	Grupa FIEGE Polska, Warszawa	662 078	47,35	449 338	266 155	b.d.	33 190	49 142	25 825	b.d.	233 497	b.d.	68 528	5 948
25	24	Optima Logistics Group SA, Warszawa	646 117	2,54	630 138	558 074	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	317
26	20	Silva sp. z o.o., Strzelce Opolskie	645 725	-14,55	755 649	725 383	b.d.	634	3 194	742	240 913	288 847	22 024	16 980	680
27	25	JAS-FBG SA, Katowice	625 775	1,99	613 589	586 841	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	1 116
28		Rhenus Logistics SA, Warszawa	605 196	14,41	528 966	b.d.	b.d.	b.d.	63 597	43 434	331 135	315 112	b.d.	175 103	1 275
29	27	Omida Group sp. z o.o. GK, Gdańsk	593 584	5,14	564 542	585 336	15 970	8 550	8 445	4 255	204 371	213 657	53 714	45 269	480
30		DHL Express (Poland) sp. z o.o., Warszawa ¹⁾	590 000	4,06	566 980	538 669	b.d.	b.d.	b.d.	16 612	b.d.	190 455	b.d.	86 039	b.d.
31	28	DCT Gdańsk, Gdańsk ¹⁾	590 000	5,54	559 029	500 203	b.d.	b.d.	b.d.	193 375	b.d.	1 683 638	b.d.	874 125	b.d.
32	16	Gefco Polska sp. z o.o., Warszawa	546 299	-14,81	641 263	555 838	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	572
33	30	Skat Transport sp. z o.o. sp.k., Gdańsk	508 144	2,97	493 478	446 876	32 141	16 712	32 140	16 712	129 213	125 925	77 648	76 544	214
34	32	Omega Pilzno ITiS sp. z o.o. GK, Pilzno	493 032	0,00	493 029	439 363	27 474	26 190	21 441	25 373	471 634	447 052	257 245	236 902	501
35	23	Adampol SA, Zaścianki	490 204	-3,86	509 894	482 157	6 423	8 241	4 912	6 668	260 892	250 477	109 799	104 888	833
36	34	Hellmann Worldwide Logistics Polska sp. z o.o. sk, Raszyn	466 243	2,29	455 795	398 051	10 851	6 690	10 851	6 690	142 542	128 059	57 660	46 809	531
37	33	GEODIS Polska sp. z o.o., Warszawa	437 330	-9,20	481 658	408 671	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
38	40	PCC Intermodal SA, Gdynia	428 204	5,84	404 588	360 260	b.d.	27 115	6 992	21 340	448 580	440 478	149 049	142 105	470
39		Van Cargo SA, Warszawa	422 411	0,63	419 749	421 112	b.d.	b.d.	14 521	6 116	103 081	109 607	b.d.	18 030	210
40	29	Link sp. z o.o., Wiązowna	415 337	-22,02	532 644	508 668	3 764	3 409	2 199	2 314	154 019	212 130	8 671	6 472	856
41		Yusen Logistics Polska sp. z o.o., Warszawa	385 945	0,97	382 236	382 236	5 413	8 428	4 308	6 580	104 337	98 817	36 742	32 434	268
42	49	Cargo-Partner Spedycja sp. z o.o., Pruszków	364 186	25,60	289 968	259 672	16 930	7 375	12 813	5 121	86 617	62 589	29 773	21 057	259
43		Flextronics Logistics Poland sp. z o.o., Łódź	322 328	-2,42	330 320	92 019	25 085	-12 073	17 910	-12 887	136 662	170 924	8 963	-8 947	504

Ranking najlepszych firm spedycyjnych

Poz. 2020	Poz. 2019	Nazwa firmy [grupy]	Przychody ze sprzedaży w 2020 r. (w tys. zł)	Zmiana 2020/2018 (w proc.)	Przychody ze sprzedaży w 2019 r. (w tys. zł)	Przychody ze sprzedaży w 2018 r. (w tys. zł)	Zysk brutto w 2020 r. (w tys. zł)	Zysk brutto w 2019 r. (w tys. zł)	Zysk netto w 2020 r. (w tys. zł)	Zysk netto w 2019 r. (w tys. zł)	Aktywa w 2020 r. (w tys. zł)	Aktywa w 2019 r. (w tys. zł)	Kapitały własne w 2020 r. (w tys. zł)	Kapitały własne w 2019 r. (w tys. zł)	Zatrudnienie ogółem 2020 r.
44	47	No Limit sp. z o.o., Warszawa	322 000	3,15	312 168	304 297	20 104	7 504	15 957	4 701	131 559	130 907	48 916	38 074	649
45	44	PKS Gdańsk-Oliwa SA, Gdańsk	307 151	-11,70	347 851	333 050	7 799	3 845	6 103	2 535	73 961	85 460	49 476	45 884	209
46	51	Spedimex sp. z o.o., Stryków	305 272	12,90	270 399	239 572	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	740
47	56	Regesta Group, Pińczów	301 515	0,04	301 397	255 877	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	612
48	48	NTG Polar Road sp. z o.o., Warszawa	296 953	0,10	296 648	265 637	13 418	7 125	10 771	5 446	69 973	58 705	21 412	15 268	92
49	55	Orlen Koltrans SA, Płock	271 682	6,06	256 148	242 029	1 405	3 015	931	2 167	270 738	129 139	59 595	58 938	b.d.
50		VGL Road sp. z o.o., Gdynia	261 778	-21,49	333 439	300 617	b.d.	b.d.	7 035	5 263	71 216	83 033	17 607	14 835	190
51	57	Greenyard Logistics Polandsp. z o.o., Żabia Wola	251 046	0,36	250 157	141 002	-13 753	-16 738	-13 753	-17 192	180 010	186 275	-2 860	-4 907	453
52	62	ATC Cargo SA, Gdynia	243 090	5,26	230 939	222 657	7 781	4 961	5 894	4	76 322	58 893	28 501	24 464	138
53	59	Freightliner PL sp. z o.o., Warszawa	241 221	3,29	233 530	230 717	17 650	2 699	14 263	994	b.d.	57 776	b.d.	19 303	263
54	68	Logwin Poland sp. z o.o., Piaseczno	233 628	15,84	201 676	163 816	15 409	13 647	11 674	10 108	80 679	67 899	29 340	22 498	646
55		Morska Agencja Gdynia sp. z o.o., Gdynia	229 014	6,74	214 548	236 034	8 701	1 611	6 702	1 086	103 611	95 241	31 422	24 720	238
56	58	Trade Trans Combi sp. z o.o., Wrocław	221 680	-9,07	243 782	243 188	9 157	6 238	7 366	5 027	53 551	59 384	14 679	9 835	69
57	63	Sokołów-Logistyka sp. z o.o., Sokołów Podlaski	198 905	-12,06	226 175	174 912	17 587	15 565	14 191	12 497	67 821	64 201	38 777	36 351	180
58	67	Mexem sp. z o.o., Warszawa	193 720	-6,76	207 765	209 699	7 742	4 592	6 134	3 658	101 648	100 858	73 229	68 006	227
59		FF Fracht sp. z o.o., Wrocław	193 444	-7,74	209 662	199 097	4 789	2 718	3 759	1 960	58 738	50 015	13 912	11 153	177
60	73	Grupa Transportowa sp. z o.o., Piotrków Trybunalski	192 069	4,95	183 002	120 917	4 696	98	4 130	-58	71 412	60 955	8 937	4 806	220
61		Zarząd Morskich Portów Szczecin i Świnoujście SA, Szczecin	189 457	0,64	188 260	183 863	57 291	33 249	57 008	32 756	1 886 616	1 407 785	1 037 116	988 000	293
62	76	ABC Czepczyński sp. z o.o. sp.k., Międzychód	182 923	4,96	174 285	173 046	b.d.	3 209	3 795	3 209	63 507	67 703	11 986	10 786	105
63	80	Targor Truck sp. z o.o., Rzekuń	180 308	6,89	168 680	154 567	3 502	4 902	2 264	3 930	92 006	80 461	32 181	29 918	522
64	83	Krotrans Logistics sp. z o.o., Tychy	171 442	7,62	159 303	135 774	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	6 857	6 546	75
65		Ikea Distribution Services SA, Raszyn	169 752	7,03	158 597	118 478	b.d.	b.d.	3 801	2 465	241 872	209 830	33 525	29 724	32
66	69	Quiza sp. z o.o., Gdynia	169 450	-10,08	188 444	b.d.	b.d.	6 436	3 144	5 142	34 553	33 483	17 249	14 120	20
67	84	EPO-Trans Logistic SA, Tychy	167 119	5,55	158 324	146 643	1 898	2 328	1 592	1 782	183 711	132 085	19 974	18 383	494
68	102	Savino Del Bene Poland sp. z o.o., Gdynia	165 935	27,89	129 753	133 451	b.d.	751	2 439	529	36 667	29 490	9 084	7 445	103
69	97	Uni-Logistics sp. z o.o., Gdynia	160 076	11,37	143 739	142 448	5 195	3 306	4 254	2 604	50 275	32 096	12 007	8 064	110
70		H Z Transport Poland sp. z o.o., Kamienica Polska	155 912	6,61	146 241	135 909	10 446	4 846	8 305	3 728	75 981	59 406	36 967	28 662	432
71	110	ACP Global Forwarding sp. z o.o., Warszawa	142 999	24,94	114 454	105 279	9 368	6 040	7 386	4 623	47 517	31 986	24 414	17 027	63
72	100	Euro Solution sp. z o.o., Suchy Las	139 788	6,24	131 574	112 527	-503	306	-630	172	22 921	18 604	42	672	48
73	94	PHU Euro Trans sp. z o.o., Warszawa	137 203	-1,67	139 537	152 312	12 756	15 293	10 059	11 909	85 681	75 986	57 267	47 209	86
74	85	Imperial Transport sp. z o.o., Swarzędz	136 290	-11,44	153 891	127 256	b.d.	1 122	1 805	639	33 166	34 484	14 096	12 291	379
75	92	Pol-Agent sp. z o.o., Szczecin	135 731	-5,19	143 154	131 622	11 007	10 495	9 081	8 571	36 465	38 422	20 402	19 821	84
76	90	Sachs Trans International sp. z o.o., Radlin	134 347	-2,09	137 211	139 244	6 404	1 961	5 274	2 008	106 653	96 916	20 946	15 672	504
77	103	Sped Partner sp. z o.o., Leszcze	134 343	5,51	127 327	115 428	3 122	1 159	2 382	1 113	28 756	24 240	12 788	11 206	133
78		CHOMAR sp. z o.o., Kąty Wrocławski	133 064	9,30	121 740	119 800	15 890	2 533	12 347	1 939	55 808	42 725	24 572	13 414	242
79		Seifert Polska sp. z o.o., Mysłowic	131 853	4,78	125 838	b.d.	5 532	3 641	4 333	2 821	45 614	33 840	15 351	11 018	126
80		CD Cargo Poland sp. z o.o., Warszawa	131 762	-13,57	152 444	b.d.	14 248	22 149	11 446	17 531	148 955	144 730	84 967	90 351	95
81	101	Visline sp. z o.o., Gdynia	127 084	-2,75	130 682	119 999	b.d.	4 283	7 056	3 443	46 988	36 270	15 946	12 013	94
82	86	Adar sp. z o.o., Gdańsk	126 447	-15,74	150 070	154 467	b.d.	462	4 158	180	27 249	23 888	14 710	10 642	96
83	107	Greencarrier Freight Services Poland sp. z o.o., Warszawa	125 966	4,60	120 427	113 677	3 408	2 551	2 779	1 998	24 758	23 049	4 983	2 204	70
84		Frigo Logistics sp. z o.o., Żnin	122 637	0,95	121 484	91 524	5 415	3 416	12 386	2 668	87 604	67 901	29 701	17 315	356
85	106	Tirsped sp. z o.o., Warszawa	122 636	1,03	121 388	119 413	3 301	1 501	2 647	1 106	44 537	42 508	23 314	20 667	180
86		Uniq Logistic sp. z o.o. s.j., Łódź	120 299	-2,03	122 787	b.d.	b.d.	b.d.	1 472	1 325	43 036	40 126	5 521	4 765	171

Ranking najlepszych firm spedycyjnych

Poz. 2020	Poz. 2019	Nazwa firmy [grupy]	Przychody ze sprzedaży w 2020 r. (w tys. zł)	Zmiana 2020/2018 (w proc.)	Przychody ze sprzedaży w 2019 r. (w tys. zł)	Przychody ze sprzedaży w 2018 r. (w tys. zł)	Zysk brutto w 2020 r. (w tys. zł)	Zysk brutto w 2019 r. (w tys. zł)	Zysk netto w 2020 r. (w tys. zł)	Zysk netto w 2019 r. (w tys. zł)	Aktywa w 2020 r. (w tys. zł)	Aktywa w 2019 r. (w tys. zł)	Kapitały własne w 2020 r. (w tys. zł)	Kapitały własne w 2019 r. (w tys. zł)	Zatrudnienie ogółem 2020 r.
87		Paula Fish sp.j., Słupsk	119 682	32,54	90 299	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	220
88	95	Imperial Logistics sp. z o.o., Swarzędz	117 128	-16,00	139 433	127 871	b.d.	5 609	-7 089	4 241	76 382	80 044	54 147	61 236	734
89	98	Enpire Łukasz Wojciechowski, Bydgoszcz	117 021	-11,96	132 916	108 280	b.d.	359	b.d.	359	b.d.	34 982	b.d.	1 591	b.d.
90	112	Pharmalink sp. z o.o., Łódź	114 933	2,21	112 443	89 409	8 552	5 375	6 715	4 290	42 324	36 324	16 715	14 290	177
91	99	Mega Sierpc sp. z o.o., Sierpc	114 287	-13,86	132 678	92 810	556	1 130	350	852	46 190	42 823	36 874	36 894	154
92	108	AsstrA Polska sp. z o.o., Warszawa	110 314	-8,24	120 222	114 135	468	595	341	412	27 091	25 538	6 603	8 262	172
93	157	Amplus Logistic sp. z o.o., Prandocin-Itly	106 982	91,70	55 807	54 185	b.d.	552	2 850	552	71 693	34 808	3 578	714	83
94		Sanmar sp. z o.o., Poznań	104 000	12,21	92 686	74 668	3 200	1 746	2 900	1 351	27 000	25 982	6 800	4 952	68
95		OEX-E Business sp. z o.o., Warszawa	100 831	-10,86	113 110	b.d.	b.d.	b.d.	-1 681	-8 905	80 358	84 773	b.d.	7 773	176
96	53	Trans Polonia SA GK, Tczew	100 048	-4,17	104 401	240 120	b.d.	b.d.	14 301	12 022	278 586	291 187	133 160	121 546	791
97		PUH Eksport-Import, Sierpc	99 424	-1,92	101 374	103 565	b.d.	b.d.	4 024	-1 405	64 990	37 702	15 615	11 591	260
98		Spedycja i Transport Acropol sp. z o.o. sp. k., Kalisz	98 528	-11,28	111 058	112 163	7 784	3 940	7 784	3 940	56 550	55 539	22 884	22 392	b.d.
99		Green Factory Logistics sp. z o.o. sp. k., Zątuski	93 777	3,93	90 233	80 591	11 471	11 534	11 471	11 534	43 665	41 843	12 953	10 021	137
100		Grupa Delta Trans sp. z o.o., Świętochłowice	92 151	-16,89	110 880	157 023	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	222 298	229 569	121 837	114 246	717
101	127	Supertrans sp. z o.o., Karczew	92 062	22,67	75 051	58 830	2 566	1 262	2 049	998	27 242	21 150	9 818	7 769	116
102		SM Logistic sp. z o.o., Wieprz	90 100	-33,89	136 284	138 193	b.d.	b.d.	-547	-423	45 959	51 122	21 883	22 430	63
103		Przedsiębiorstwo Przeladunku Paliw Płynnych Naftoport sp. z o.o., Gdańsk	89 216	-18,37	109 294	98 574	23 592	40 802	19 029	32 984	168 096	184 660	155 308	169 264	45
104	123	Galan Logistics sp. z o.o., Kobylanka	87 787	9,57	80 119	63 413	5 183	4 320	4 098	3 210	37 471	29 198	14 652	10 554	36
105		Firma Transportowa Mirko sc, Bolesławiec	84 677	-9,95	94 034	80 884	b.d.	b.d.	7 673	5 931	32 840	21 111	20 827	13 157	88
106	133	A. Hartrodt (Polska) sp. z o.o., Szczecin	82 428	16,59	70 699	71 452	2 131	466	1 619	312	17 014	13 046	6 153	4 534	64
107		JSW Logistics sp. z o.o., Katowice	82 175	-14,39	95 984	75 766	5 005	7 214	3 969	5 373	56 253	65 277	38 910	35 039	301
108	129	Chemikals sp. z o.o., Braniewo	76 577	4,95	72 967	76 961	10 356	9 722	8 468	7 765	114 964	125 191	90 037	96 568	191
109	138	Spedycja Polska Spedcont sp. z o.o., Łódź	76 005	14,55	66 349	74 548	6 785	3 509	5 516	2 787	44 306	34 868	25 882	20 366	98
110		Grabowski Furniture Logistic sp. z o.o. sk, Świecko	74 994	1,35	73 994	66 457	-4 589	9 641	-4 589	9 641	122 725	125 470	20 580	27 271	237
111		Oex Cursor SA, Warszawa	74 762	-44,52	134 748	115 986	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	309
112		PPSKIZ Transmeble Poznań sp. z o.o., Śrem	74 744	28,05	58 371	57 611	1 005	920	776	774	9 403	9 406	2 777	2 654	b.d.
113		BERTANI Poland sp. z o.o., Bieruń	74 365	-3,26	76 868	b.d.	8 456	5 507	6 740	4 342	55 489	41 613	31 421	24 681	b.d.
114	122	Futura Cargo sp. z o.o., Warszawa	73 414	-10,06	81 628	69 899	1 636	1 333	1 414	1 007	25 119	27 728	7 083	5 669	45
115		Tevox Logistics sp. z o.o., Grodzisk Wielkopolski	72 072	-12,90	82 747	b.d.	1 590	1 569	1 228	1 495	48 006	43 860	37 153	35 925	108
116	145	Spedman Global Logistics sp. z o.o., Gdynia	71 934	12,73	63 810	48 169	4 070	4 014	3 253	3 214	15 352	13 847	5 882	5 754	28
117	134	Enterprise Logistics sp. z o.o. sp.k.a., Stargard	68 190	-4,37	71 307	67 273	6 477	3 051	6 061	2 201	42 136	36 465	29 554	25 493	24
118	128	F L Polska sp. z o.o., Szczecin	68 008	-8,24	74 113	79 694	1 634	2 152	748	1 617	52 440	11 877	17 904	2 225	347
119		Natanex Logistics Poland sp. z o.o., Warszawa	66 917	6,08	63 083	b.d.	b.d.	b.d.	1 892	1 743	28 272	26 181	9 336	7 444	37
120	140	Coltrans sp. z o.o., Klaudyn	66 483	1,52	65 488	62 026	662	433	1 189	239	29 980	26 995	6 953	5 765	b.d.
121		Magemar Polska sp. z o.o., Szczecin	66 012	12,11	58 880	b.d.	1 308	1 916	1 034	1 527	19 034	20 115	10 886	10 616	37
122		Fedex Trade Networks Transport & Brokerage sp. z o.o., Warszawa	64 609	-1,11	65 335	b.d.	b.d.	b.d.	31	316	29 731	30 963	23 725	23 693	35
123		M&M Air Sea Cargo SA, Warszawa	64 559	3,42	62 422	53 685	1 303	763	994	529	9 969	9 547	2 820	2 064	75
124	136	Sped Trans Polska sp. z o.o., Katowice	63 056	-7,65	68 276	76 944	1 847	1 552	1 491	1 209	16 957	17 894	10 395	8 903	20
125		Asotra Polska sp. z o.o., Będzin	62 133	-24,86	82 693	b.d.	2 914	7 759	2 363	6 245	23 980	23 490	12 932	15 564	12
126	168	M Logistic sp. z o.o., Tychy	61 194	21,93	50 186	46 457	3 892	5 401	3 688	5 328	227 332	242 717	143 236	139 548	178
127		PHU AN-TOR, Nieszawa	59 530	14,90	51 812	b.d.	b.d.	b.d.	7 262	3 096	25 000	20 024	16 353	13 821	97
128	156	Nowa Trans sp. z o.o., Zabrze	59 148	5,00	56 330	60 258	2 957	1 424	2 331	1 258	36 434	30 595	11 789	9 458	148
129	155	KMC Services sp. z o.o., Kraków	58 870	2,89	57 218	52 789	1 078	1 718	889	1 322	5 291	452	3 245	3 292	117

Ranking najlepszych firm spedycyjnych

Poz. 2020	Poz. 2019	Nazwa firmy [grupy]	Przychody ze sprzedaży w 2020 r. (w tys. zł)	Zmiana 2020/2018 (w proc.)	Przychody ze sprzedaży w 2019 r. (w tys. zł)	Przychody ze sprzedaży w 2018 r. (w tys. zł)	Zysk brutto w 2020 r. (w tys. zł)	Zysk brutto w 2019 r. (w tys. zł)	Zysk netto w 2020 r. (w tys. zł)	Zysk netto w 2019 r. (w tys. zł)	Aktywa w 2020 r. (w tys. zł)	Aktywa w 2019 r. (w tys. zł)	Kapitały własne w 2020 r. (w tys. zł)	Kapitały własne w 2019 r. (w tys. zł)	Zatrudnienie ogółem 2020 r.
130		BFI sp. z o.o. sp.k., Gdynia	57 249	-	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	1 376	0	11 535	0	650	0	35
131	152	PPHU Zadroga sp.j., Ostrów Mazowiecka	56 630	-2,60	58 140	53 268	6 309	6 516	6 309	6 516	32 365	32 249	25 922	26 064	248
132		Robi Robert Olszewski sp. z o.o. sp.k., Kwidzyn	56 186	13,88	49 340	b.d.	b.d.	b.d.	6 355	1 580	18 819	13 732	6 776	1 878	1
133		Firma Transportowo Usługowa Iwona Krasoń, Koszyce Małe	55 877	3,74	53 864	b.d.	b.d.	b.d.	4 201	2 745	16 108	14 695	4 496	456	313
134	153	Elltrans sp. z o.o. sp.k., Gdańsk	55 846	-3,81	58 061	53 332	b.d.	744	415	744	42 081	34 995	2 084	2 064	187
135		Matrans Sun Kije Poland sp. z o.o. sp.k., Warszawa	55 594	3,76	53 579	27 001	b.d.	b.d.	13 944	4 056	42 228	39 795	9 928	7 661	109
136	169	Trans Truck Serwis Drob sp.j., Tychy	55 557	10,81	50 139	43 226	11 489	6 228	11 489	6 228	60 338	50 951	37 945	32 684	24
137	159	TS Transport Service sp. z o.o., Gdynia	54 199	-2,66	55 678	51 405	2 210	1 754	1 868	1 403	40 164	43 573	16 552	16 684	59
138	143	Global Motion sp. z o.o., Kraków	52 393	-19,55	65 122	64 630	1 489	1 064	1 072	783	34 856	40 976	13 813	12 741	131
139		G2 Transport sp. z o.o. sp.k., Rzeszawa	52 305	10,00	47 551	b.d.	b.d.	b.d.	1 034	-2 560	16 094	18 771	3 877	2 842	106
140		Metro Logistics Polska sp. z o.o. i ska, Warszawa	52 198	-7,37	56 354	56 693	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	13
141		Interfoll Construction sp. z o.o., Gdańsk	52 178	-11,32	58 839	25 036	b.d.	b.d.	16	4 990	34 819	40 630	9 276	9 260	5
142		Spedycja Międzynarodowa Argoland Sp z o.o.	52 097	11,17	46 863	49 608	862	111	690	77	14 081	12 836	7 531	6 917	32
143		Roos Spedition sp. z o.o., Cieszyn	52 091	15,12	45 248	b.d.	b.d.	b.d.	300	-5 119	7 532	7 762	-3 400	-3 700	301
144		EV Cargo Global Forwarding sp. z o.o., Warszawa	50 419	3,53	48 699	47 242	2 785	2 108	2 224	1 670	14 237	15 644	5 676	9 189	30
145		Warentrans sp. z o.o., Kielce	50 192	37,07	36 617	b.d.	b.d.	b.d.	4 478	1 545	28 147	25 955	-1 024	-5 503	172
146		Transforwarding International sp. z o.o., Raszyn	48 882	-	b.d.	45 483	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
147		Beweship Polska sp. z o.o., Warszawa	48 358	-2,30	49 495	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
148	149	Convoy Logistics Platform sp. z o.o., Niepołomice	48 215	-22,06	61 859	64 999	b.d.	3 296	b.d.	2 675	b.d.	10 428	b.d.	5 319	b.d.
149		Omegair Cargo sp. z o.o., Goleniów	47 413	17,65	40 301	34 547	3 710	921	2 993	650	12 287	7 836	6 044	3 669	38
150		Andersen Euro Handel sp. z o.o., Koszalin	44 723	-8,45	48 849	44 330	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.

Źródło: ankieta, Dun & Bradstreet, Internet; ¹⁾ - dane szacunkowe

RANKING TSL 2021

E-HANDEL POTĘGĄ JEST I BASTA

ROBERT PRZYBYLSKI

Tegoroczny ranking zdominowany został przez spółki z branży kurierskiej i e-handlu. Na trzecie miejsce z piątego awansował Amazon Fulfillment Poland, a na szczycie rankingu znajdują się jeszcze DPD Polska, Grupa Integer i DHL

Parcel Polska. Od liczebności podziw jeszcze bardziej budzi roczna dynamika wzrostu przychodów w tym segmencie, w przypadku Grupy Integer przekraczająca 100 proc.!. Wynik robiący tym większe wrażenie, że nie mówimy o dziesiątkach milionów zł, lecz miliardach. Pozostali gracze z tej branży też mają się czym pochwalić: Amazon Fulfillment Poland zwiększył przychody o

68 proc., DPD Polska o 27 proc., DHL Parcel Polska o blisko 19 proc. Nic dziwnego, że Poczta Polska próbuje zdobyć większe udziały w przewozach kurierskich. W przypadku spółek specjalizujących się w logistyce kontraktowej i magazynowej przychody były stabilne z lekko zwyżkową tendencją, choć po wiosennym zamrożeniu gospodarki wydawało się, że

branża logistyczna będzie miała fatalny rok. Na szczęście tak się nie stało, gospodarka odbiła, co przedsiębiorcy skrzętnie wykorzystali. Udało się tego dokonać nawet przedsiębiorstwom z branży kolejowej: Lotos Kolej i Freightliner powiększyły obroty. Przychody wszystkich firm rankingu w 2020 roku wyniosły 65,98 mld zł, co oznacza

6,2-procentowy wzrost w stosunku do roku wcześniej-szego. Branża TSL uzyskała dynamikę wzrostu przychodów o 2,6 pkt proc. niższą od zanotowanej w 2019 roku. Firmy o przychodach powyżej miliarda złotych (14 podmiotów z łącznymi obrotami 35,58 mld zł) zanotowały 10,9 proc. wzrostu. W tej grupie są wszystkie wymienione wyżej spółki zajmujące się e-handlem i KEP.

Kolejne 20 spółek (łącznie przychody 12,89 mld zł) odnotowało dynamikę wzrostu obrotów sięgającą 2,8 proc. Firmy od 35. do 50. miejsca zanotowały spadek przychodów o blisko 1 proc. Dodatnia dynamikę, wynoszącą 3,7 proc., zanotowała także druga pięćdziesiątka firm rankingu. Ostatnia pięćdziesiątka zwiększyła przychody o 0,6 proc.

/©©

OPINIA

ROK PRZEJĘĆ I POŁĄCZEŃ

TOMASZ STARZYK

Pandemia wyhamowała rozwój polskiego transportu kołowego, ale go nie zatrzymała. Rok 2021 będzie czasem fuzji, przejęć i połączeń. Covid-19 przede wszystkim uderzył w małe firmy. Zyskują duże przedsiębiorstwa z własną flotą pojazdów i kadrą kierowców. Pierwsza fala pandemii do minimum zredukowała liczbę zamówień. Dodatkowo reżim sanitarny wprowadził liczne utrudnienia i przeorganizował pracę spedytorów. Podejmowane przez państwa członkowskie Unii Europejskiej środki mające zapobiegać rozprzestrzenianiu się koronawirusa stordedowały bieżącą pracę spedytorów. Wielu przedsiębiorców, szczególnie tych najmniejszych, nie wytrzymało kryzysu i w



MAT. PRAŚ.

konsekwencji zmuszonych zostało do zamknięcia firmy. Wykreślone po cichu, bez ogłaszania spektakularnej upadłości przez sąd gospodarczy. Pierwszy powiew optymizmu przyszedł wraz z latem ub.r. Gospodarka ożyła, a liczba zleceń systematycznie rosła. Wiosną dało się obserwować

zwiększony popyt na przewóz towarów spożywczych, kosmetyków, wyrobów przemysłu chemicznego czy wreszcie farmaceutycznego. Liczba nowo rejestrowanych firm polskiego transportu kołowego w 2020 roku w porównaniu z 2019 rokiem wzrosła o 9 proc., głównie małych przedsiębiorstw dysponujących niewielką flotą niewielkich samochodów dostawczych i małych samochodów ciężarowych wykonujących przewozy kurierskie. To w bezpośredni sposób wiąże się z dynamicznym rozwojem e-commerce. Najwięcej firm zarejestrowało się od czerwca do września. Lawina nowo powstałych firm transportowych została zatrzymana przez zapowiedź kolejnego lockdownu. Niepewność co do przyszłości skutecznie wyhamowała nie

tylko liczbę nowych firm, ich bieżącą działalność, ale także inwestycje w już istniejące podmioty. W normalnych warunkach wraz z rosnącą liczbą zleceń rosła także flota spedytorów. Zysk firm transportowych był dzielony także między firmami leasingowymi. Pandemia to zmieniła. Wiele firm, szczególnie tych małych, nieposiadających własnej floty nie jest w stanie na bieżąco wywiązywać się ze swoich zobowiązań. Skutkiem jest brak wolnych pojazdów. Przedsiębiorcy w obawie o kolejne miesiące nie podejmują zbytniego ryzyka, nie wiążą się długofalowymi umowami, nie inwestują. Na to wszystko nakłada się problem z dostępnością kierowców. Szczególnie w kontekście transportu międzynarodowego. Kierowani strachem przed zakażeniem kierowcy unikali

pracy. Odmawiali wyjazdów lub korzystali ze zwolnień lekarskich. W tej patowej sytuacji wygranymi okazały się duże, międzynarodowe firmy spedycyjne. Posiadające własną flotę pojazdów, jak i dysponujących zakontraktowanymi i związanymi umową kierowcami. Zyskują kosztem tych najmniejszych firm, co znajduje swoje odzwierciedlenie w liczbie firm zawieszających na czas pandemii działalność. Według danych zebranych przez Dun & Bradstreet w 2020 roku polscy przedsiębiorcy zawiesili blisko 5 tys. firm działających w branży transportu drogowego, to 13 proc. wszystkich działających firm w branży. W porównaniu z 2019 rokiem to wartość wyższa o blisko 6 proc., a w zestawieniu z 2018 rokiem – o blisko 40 proc. Fakt ten nie powinien dziwić, szczególnie w

kontekście tego, że to właśnie te najmniejsze firmy mają kłopot z realizacją bieżących zleceń, pozyskania kierowców, a często i płynnością finansową. Wygląda na to, że gwarantem trwałości trwania biznesu są duże firmy, z własną flotą. I to właśnie do tych największych trafi większość zleceń. Rok 2021 będzie czasem licznych fuzji, przejęć i połączeń. Konsolidacja na rynku wydaje się czymś nieuniknionym, przed czym nie da się uciec. Dzisiaj możemy mówić o sytuacji, gdzie spośród blisko 700 zbadanych pod względem ich finansów firm, zaledwie 9,6 proc. firm z branży transportu kołowego jest w kondycji bardzo dobrej, kolejne 38,3 proc. – w dobrej, 30 – w słabej i 22 proc. – w bardzo złej.

/©©

Autor jest pracownikiem Dun & Bradstreet, globalnego dostawcy danych i analiz.

RYNEK

Importerzy z Chin będą słono płacić za transport do końca roku

Już wydawało się, że ceny frachtów z Chin będą maleć, tymczasem w ostatnich tygodniach biją one kolejne rekordy.

ROBERT PRZYBYLSKI

Indeks cen przewozów kontenerowych (SCFI) z Chin sięgnął 21 maja nowego rekordu, przekraczając 3432 punkty, o ponad 89 punktów więcej niż w poprzednim tygodniu. – Obecna sytuacja z bardzo wysokimi kosztami frachtu i brakiem płynnego dostępu do kontenerów może potrwać do końca roku – przypuszcza Sea Freight Branch Manager Raben Logistics Polska Dawid Graczyk.

Statki popłynęły z Atlantyku na Pacyfik

Podobną opinię ma Country Manager Air & Sea Logistics w Dachser Polska Marcin Długosz. – Na efekty pandemii koronawirusa, czyli przeniesione lub wstrzymane dostawy, zwłaszcza z Chin, nałożyło się czasowe zamknięcie z powodu fali Covid-19 portów na Zachodnim Wybrzeżu Stanów Zjednoczonych, zwłaszcza w Los Angeles. Do tego dochodzi efekt domina wywołany blokadą Kanału Sueskiego po wypadku kontenerowca „Ever Given”. Spowodowało to m.in. kongestję w portach, a to z kolei pogłębiło rozregulowanie balansu kontenerowego – wskazuje Długosz. Na dodatek przedsiębiorstwa zaczęły gromadzić zapasy w obawie przed nadejściem kolejnych fal pandemii. – W efekcie w pierwszych czterech miesiącach tego roku stawki na głównych szlakach handlowych wzrosły w niektórych przypadkach nawet pięciokrotnie w porównaniu z rokiem poprzednim. Prognozy nie wykazują osłabienia silnego popytu, który przewyższa podaż. A wiele wskazuje na to, że sytuacja nie ulegnie poprawie nawet do końca 2021 roku – uważa Długosz.

Zgadza się z nim Head of Intercontinental Supply Chain Solutions Cluster North & East Europe Bartosz Wilczyński. – SCFI (Shanghai Containerized

Freight Index) jest aktualnie na rekordowo wysokim poziomie i nic nie wskazuje na to, aby ten trend się odwrócił – stwierdza Wilczyński.

Przypomina, że gdy wydawało się, iż sytuacja ustabilizowała się, blokada Kanału Sueskiego jeszcze mocniej rozregulowała światowe serwisy armatorskie, bezpośrednio przyczyniając się do galopowania stawek za frachty, zarówno w eksporcie, jak i imporcie.

„Syndrom Kanału Sueskiego” zastrzył i tak już trudną sytuację na rynku przewozów kontenerowych, a stawki nawet nie myślą o spadku. – Miejsca na statkach i w pociągach rozchodzą się jak świeże bułeczki, nie zważając na cenę – opisuje kierownik działu kolejowego dla regionów UE i Chin w Asstra-Associated Traffic Vladislav Martin.

Graczyk wskazuje, że jednym z najważniejszych czynników wpływających na cenę frachtu jest ogólne zachwianie obrotu kontenerów wywołane pandemią Covid-19. – Brak wystarczającej ilości pustych kontenerów ma wpływ na wyższą cenę. Kolejnym ważnym czynnikiem wpływającym na cenę jest stosunkowo wysoki popyt na puste kontenery i usługi morskie. Brak alternatyw powoduje spiętrzenie ładunków w portach, co bezpośrednio odbija się na cenie. Transport kolejowy również jest przeładowany i nie stanowi realnej alternatywy dla transportu morskiego – zaznacza Graczyk.

Wilczyński przypomina, że proces wyżek rozpoczął się już w drugiej połowie 2020 roku i w przypadku przewozów oceanicznych nieprzerwanie trwa. Przyczyną jest m.in. pandemia Covid-19. Wiele zmian zaszło też w funkcjonowaniu światowych gospodarek, czego konsekwencją są modyfikacje w serwisach armatorskich. Przeniesienie dużej liczby statków na kierunek transpacyficzny (Kanada, USA) spowodowało niedobory statków i kontenerów na innych kierunkach. Pojawiły się

kongestie w portach, „korki” przy wejściu do nich czy ograniczenia w dostępie do kierowców.

Pociąg i samochód nie uratują importerów

Spedytorzy mieli nadzieję, że po Chińskim Nowym Roku nastąpi stabilizacja na rynku przewozów kolejowych z tego kraju do Europy. – Prognozy dotyczące stawek kwietniowych zakładały nieznaczne obniżki. Niestety, sytuacja drastycznie zmieniła się po incydencie w Kanale Sueskim, na skutek którego łańcuch dostaw pomiędzy Azją a Europą znów został zachwiany – wskazuje Pricing Specialist w DB Schenker Łukasz Siercha.

Zablokowanie Kanału Sueskiego i rozregulowanie połączeń oceanicznych zachęciło spedytorów do przejścia na koleje, które także nie radzą sobie z popytem. – Wciąż odnotowujemy wyższe ceny transportu kontenerów. Podsygnięte jest to m.in. ograniczoną dostępnością miejsc w pociągach oraz brakiem pustych kontenerów, które mogłyby zostać wykorzystane do załadunku w Chinach. Popyt na usługi kolejowe również znacząco rośnie, co przekłada się na szybkie rezerwowanie wolnych przestrzeni. Właśnie dlatego bardzo rzadko odnotowujemy rezygnowanie klientów z wykupionego miejsca – pozyskanie kolejnego może wiązać się z kilkutygodniowym czasem oczekiwania – tłumaczy Pricing Specialist w DB Schenker Łukasz Siercha.

Oba rodzaje transportu, morski i kolejowy, cierpią na brak kontenerów, wysoki popyt i overbooking. – O ile w transporcie morskim dostawy towarów są opóźnione, a terminy przekładane, o tyle w kolejowym nie ma problemu z przeladowaniem. Opóźnienia na przejściach Erenhot-Zamyn-Uud, Manzhouli-Zabajkalsk, Alashankou-Dostyk mogą trwać nawet tydzień. Wschodnie przejścia



graniczne są bardziej zatłoczone, ponieważ przez wskazane granice kolejowe przepływają towary nie tylko do UE, ale także do Federacji Rosyjskiej i na Białoruś – porównuje Vladislav Martin.

Dodaje, że zatłoczone granice wiążą się ze zwiększonym natężeniem ruchu oraz niskim poziomem eksportu z krajów UE do Chin. Firmy chińskie traktują priorytetowo zwrot pustych kontenerów do Państwa Środka, tym samym eksport z UE schodzi na drugi plan. Pojawiają się trudności ze zwrotem platform kolejowych do granicy Chin-Kazachstan i Chin-Rosja.

Martin ostrzega, że sytuacja nie jest lepsza na drogowych przejściach granicznych. – W niektórych miejscach opóźnienia na granicy wynoszą nawet dziesięć dni, dlatego atrakcyjna alternatywa w postaci transportu drogowego jest całkowicie niwelowana. Oznacza to, że czas tranzytu może się pokrywać lub nawet przekraczać transport morski za stawkę 1,5 raza wyższą niż przewozy morzem czy koleją – zaznacza Martin.

W przypadku transportu drogowego kluczową rolę odgrywa prawdopodobnie sytuacja epidemiologiczna. – Przejścia graniczne Pograniczy-Suifenhe, Pokrówka-Donghing i Turij Róg-Mishan przejeżdża zaledwie 20-40 aut dziennie, podczas gdy

przepustowość na samochodowej granicy Kukuryki-Kozłowicze (przejście graniczne między Białorusią a Polską) w obu kierunkach wynosi 2 tys. samochodów ciężarowych. Biorąc pod uwagę obroty towarowe, liczby 20-40 wyglądają wręcz absurdalnie – porównuje Martin.

Jadą towary z marżą

Bieżąca sytuacja bezpośrednio wpływa na rynek. Firmy niejednokrotnie muszą podejmować bardzo trudne decyzje. Należy mieć świadomość, że import niskomarkowego cargo obecnie nie jest opłacalny, a stawki armatorskie silnie wpływają na różne biznesy. Klienci operatorów logistycznych starają się szukać najlepszych dla nich rozwiązań, np. przyspieszają lub opóźniają wysyłki. Jednak zdarza się, że są zmuszeni zrezygnować z transportów części lub nawet całości towaru – przyznaje Wilczyński.

Podobne reakcje obserwuje Graczyk z Raben Logistics Polska. – Bardzo często spotykamy się z sytuacją, w której klienci przesuwają realizację wysyłek na późniejszy termin, licząc na spadek kosztów transportu. Szczególnie w przypadku tańszych towarów mamy do czynienia z sytuacją przesuwania transportów na kolejne tygodnie. Zamówienia

albo są odraczane, albo redukowane do niezbędnego minimum – opisuje Graczyk.

Zdarzały się też inne reakcje. – Od listopada do stycznia ceny nieprzerwanie rosły, osiągając nawet 12-13 tysięcy dol. za kontener 40'. Byli tacy importerzy, którzy już przy stawkach na poziomie 7 tysięcy dol. zawieszali transporty. Szczególnie były to firmy, które sprowadzały tanie towary i konkurowały na rynku ceną. Widząc, że stawki tylko nieznacznie maleją, część zdecydowała się na powrót do realizacji przewozów, część natomiast, zamiast sprowadzać towar z Chin, zaczęła szukać producentów na terenie Europy – opisuje prezes Real Logistics Paweł Moskała.

Jednak nie każdy import można odłożyć. – W przypadku artykułów pierwszej potrzeby nadal importują po wysokich stawkach, co oczywiście przełoży się na wzrost cen produktów – ostrzega Długosz.

Graczyk zauważa, że mimo odkładania ładunków przez pewną grupę klientów popyt cały czas utrzymuje się na wysokim poziomie, czemu nie ma się co dziwić. Już w ubiegłym roku Państwo Środka wyparło Stany Zjednoczone z pozycji handlowego lidera UE. – Obroty towarowe handlu między UE a Chinami wyniosły 586 mld euro – przypomina Martin. Na dodatek eksport wzrósł o 2,2 proc., a import o 5,6 proc. /©©

W SKRÓCIE

SIEMENS MOBILITY PRZEJĄŁ PADAM MOBILITY



■ Padam Mobility dostarcza platformy i aplikacje oparte na sztucznej inteligencji dla usług na żądanie w transporcie publicznym oraz intermodalnym. Oprogramowanie integruje i koordynuje mobilność na żądanie i współdzieloną. Padam Mobility została założona w 2014 roku i ma siedzibę w Paryżu. Platforma transportu reagującego na żądanie (DRT) Padam Mobility to pakiet oprogramowania. Wykorzystuje on algorytmy sztucznej inteligencji, zapewniając wzrost wydajności, a społecznościom lokalnym zaawansowany system zarządzania, który poprawia wrażenia z podróży dla wszystkich użytkowników. Padam Mobility wdrożył rozwiązania w ponad 70 lokalizacjach w Europie, Azji i Ameryce Północnej,

z których skorzystało ponad milion pasażerów.

SUUS ZARZĄDZA LOGISTYKĄ W FABRYKACH

■ Rohlig Suus Logistics stworzył spółkę Factory Warehouse Logistics, która będzie



zarządzała wszystkimi etapami logistyki produkcji klientów, od kompletowania komponentów poprzez konsolidację materiałów w miejscu pochodzenia aż po pakowanie zestawów i podzespołów. Factory Warehouse Logistics jest odpowiedzialna także m.in. za

przejmowanie zorganizowanej części zakładu pracy, w tym zarządzanie personelem magazynowym. Spółka realizuje kontrakt dla jednego z największych producentów AGD w Polsce.

FM LOGISTIC PRZEDŁUŻYŁ KONTRAKT Z WEDLEM

■ FM Logistic Central Europe i firma Wedel podpisały 24 maja długoterminowy kontrakt na świadczenie usług magazynowych i transportowych. Obsługa logistyczna obejmuje magazynowanie i dystrybucję w temperaturze kontrolowanej w całym łańcuchu dostaw, w tym transporty wahałkowe z fabryki producenta do magazynu operatora oraz szeroki wachlarz usług co-packingowych. Obsługa firmy Wedel od samego początku jest prowadzona na należącej do FM Logistic

platformie logistycznej we Mszczonowie, zaś współpraca obu firm trwa od 2002 roku.

TURBINY Z WŁOCH DO POLSKI

■ W kwietniu Fracht FWO zorganizował 40 transportów z ładunkami ponadgabarytowymi z Włoch do Polski. Dostawa obejmowała 94 różne elementy dwóch kotłów parowych napędzanych gazem. Największy z elementów miał wysokość przekraczającą 4 m. Urządzenia odbierane były z trzech lokalizacji w północnych Włoszech i transportowane do odbiorcy w południowej Polsce. Do przewozu całego ładunku wykorzystano 40 zestawów drogowych, w tym platformy, naczepy standardowe oraz zestawy niskopodwozowe do transportu ładunków ciężkich i ponadnormatywnych. /©©