

WARSZAWA 2019

pspa | Napędzamy
elektromobilność!



Barometr Nowej Mobilności 2019/20

PARTNERZY STRATEGICZNI



PARTNER MERYTORYCZNY

SGH
Szkoła Główna
Handlowa
w Warszawie



Dbaj
o hulajnogę
jak o własną

Hulaj z głową. Bezpiecznie.

Więcej na:
ing.pl/lp/hulaj-z-glowa

ING 



Szanowni Państwo,

elektromobilność to jeden z naszych priorytetów. Gdy w 2016 r. rozpoczynaliśmy prace nad Planem Rozwoju Elektromobilności w Polsce – „Energia do przyszłości”, na świecie jeździło ok. 1 mln samochodów elektrycznych, teraz jest ich sześciokrotnie więcej. W tym czasie także polska elektromobilność nabrała wiatru w żagle – jesteśmy największym producentem i eksporterem autobusów elektrycznych, i w Polsce znajduje się największa fabryka baterii litowo-jonowych.

Dziś, 3 lata później, wyniki Barometru Nowej Mobilności pokazują coraz większe zainteresowanie Polaków zrównoważonym transportem. Dla wielu samochod elektryczny stał się realną alternatywą i najlepszym wyborem związanym z rosnącą świadomością ekologiczną.

Inwestowanie w rozwój elektromobilności to jednak nie tylko dbanie o ochronę klimatu, ale także umacnianie pozycji polskiej gospodarki na arenie międzynarodowej w obszarze, który jest bardzo perspektywiczny.

Jestem przekonany, że mądre wspieranie rynku elektromobilności przyspieszy proces transformacji sektora transportu w kierunku technologii zeroemisyjnych. Barometr pokazuje, że nasze społeczeństwo chce czystego transportu i czystego powietrza. To wyzwanie, ale także szansa, którą należy wykorzystać.

Michał Kurtyka
Minister Klimatu
President COP24



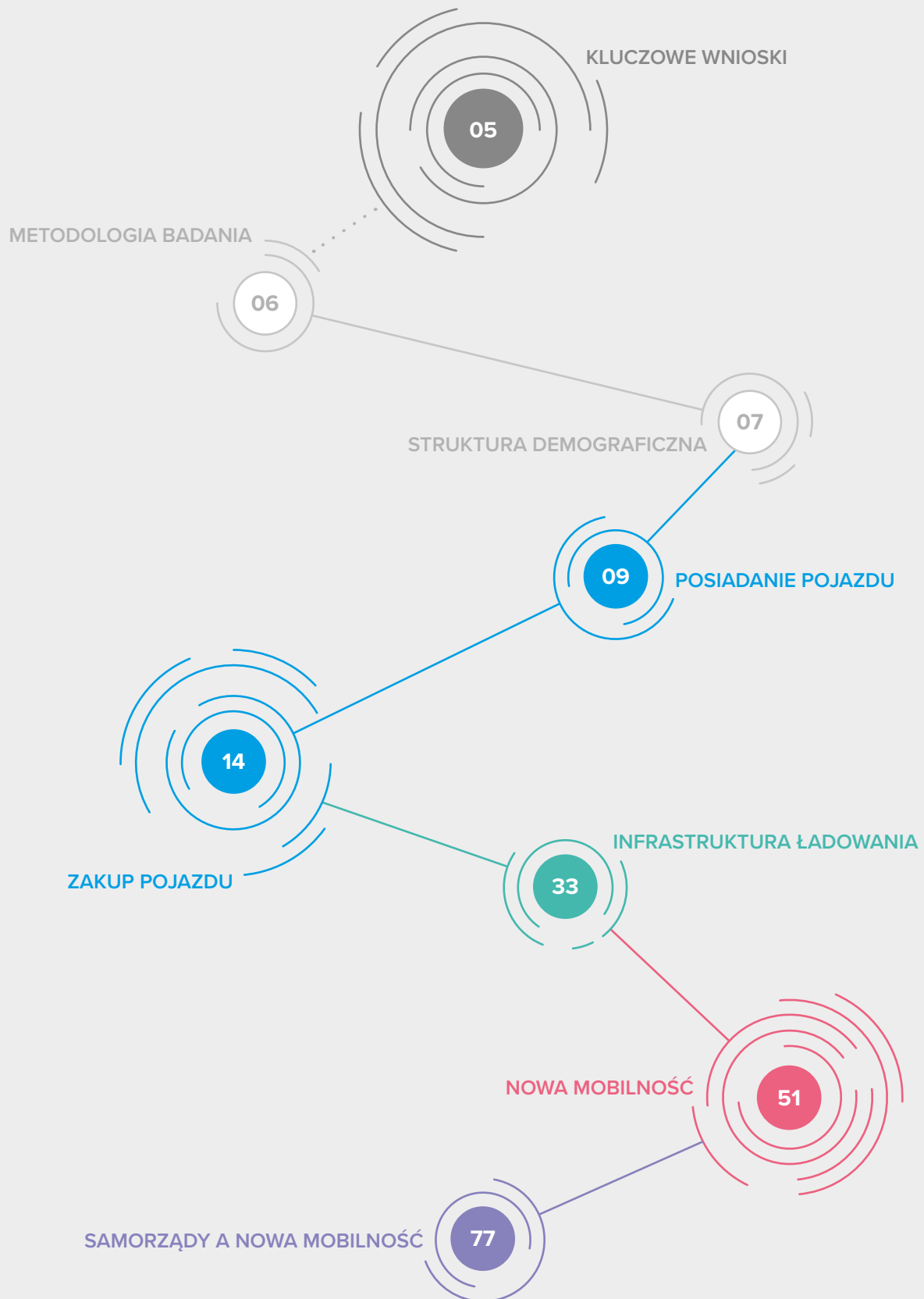
Szanowni Państwo,

przedstawiamy trzecią edycję „Barometru Nowej Mobilności”, badania obrazującego preferencje Polaków związane z elektromobilnością, infrastrukturą ładowania oraz usługami mobilności współdzielonej. Wnioski z raportu są optymistyczne. Polacy w coraz większym stopniu interesują się samochodami elektrycznymi, coraz częściej korzystają z wynajmu pojazdów na minuty i są coraz bardziej świadomi potencjału nowych trendów, jako narzędzi do usprawnienia transportu w miastach i ochrony środowiska. Kierują się przy tym pragmatyzmem oraz rachunkiem ekonomicznym determinującymi ich decyzje zakupowe.

W Barometrze znajdziecie Państwo informacje o najsukuteczniejszych, zdaniem Polaków, instrumentach wsparcia rozwoju rynku elektromobilności, preferencjach związanych z ładowaniem EV czy wyborem środków transportu w ramach mobilności współdzielonej. Serdecznie zapraszam do lektury.

Maciej Mazur
Dyrektor Zarządzający
PSPA

Spis treści



Kluczowe wnioski

1

W 2019 r. utrzymany został trend wzrostowy związany z zainteresowaniem Polaków zakupem pojazdu elektrycznego.

2

Już 28% Polaków deklaruje, że realnie rozważy zakup pojazdu z napędem elektrycznym w najbliższym czasie, zapoznając się z ofertą rynkową EV (okres 3 lat).



3

Spada popularność silników Diesla – z 35% w 2017 r. do 28% w 2019 r. (tyle samo osób interesuje się napędami elektrycznymi).

4

W pierwszej kolejności, zainteresowani zwracają uwagę na cenę pojazdu elektrycznego (84%). Wysokie koszty zakupu EV to najczęściej wskazywana bariera hamująca rozwój elektromobilności w Polsce (59%).

5

Przedział cenowy, za jaki większość respondentów chciałoby kupić samochód elektryczny, wynosi 100-150 tys. zł. Obecne ceny katalogowe EV, w zależności od modelu, są od 26 do 38% większe od deklarowanej kwoty.

6

Osoby rozważające zakup pojazdu elektrycznego uznały, że dopłaty (76%) lub zwolnienie z VAT (72%) przekonałyby ich skutecznie do inwestycji w samochód zeroemisyjny.

7

Rozwój elektromobilności jest uzależniony od tempa rozbudowy infrastruktury ładowania. 92% uczestników badania chciałoby ładować swój samochód elektryczny w miejscu zamieszkania.

8

Wyniki badania wskazują także na coraz większą popularność usług mobilności współdzielonej. 50% Polaków uznało, że posiadanie samochodu nie świadczy już o statusie społecznym.

Metodologia badania



Cel

Rozpoznanie poziomu wiedzy Polaków (obecnych oraz potencjalnych użytkowników pojazdów elektrycznych) na temat preferencji zakupowych EV, infrastruktury ładowania oraz nowych koncepcji mobilności



Realizacja

Badanie przeprowadziła agencja SW RESEARCH z wykorzystaniem metody wywiadów on-line (CAWI) na panelu internetowym SW Panel. Zrealizowano także indywidualne wywiady pogłębione (IDI) z użytkownikami EV. Wyniki otrzymane w Polsce porównano z trendami globalnymi



Ankietowani

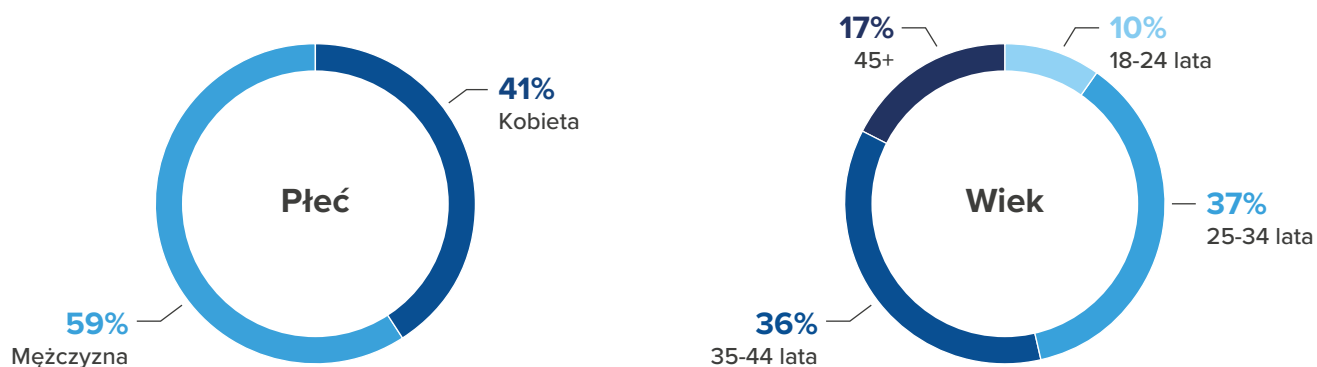
W ramach badania zebrano łącznie
1534 ankiety



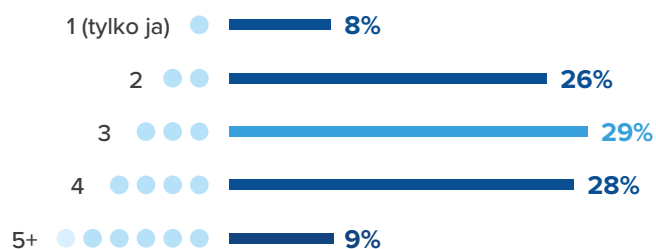
Termin

Badanie zostało przeprowadzone w maju 2019 r.

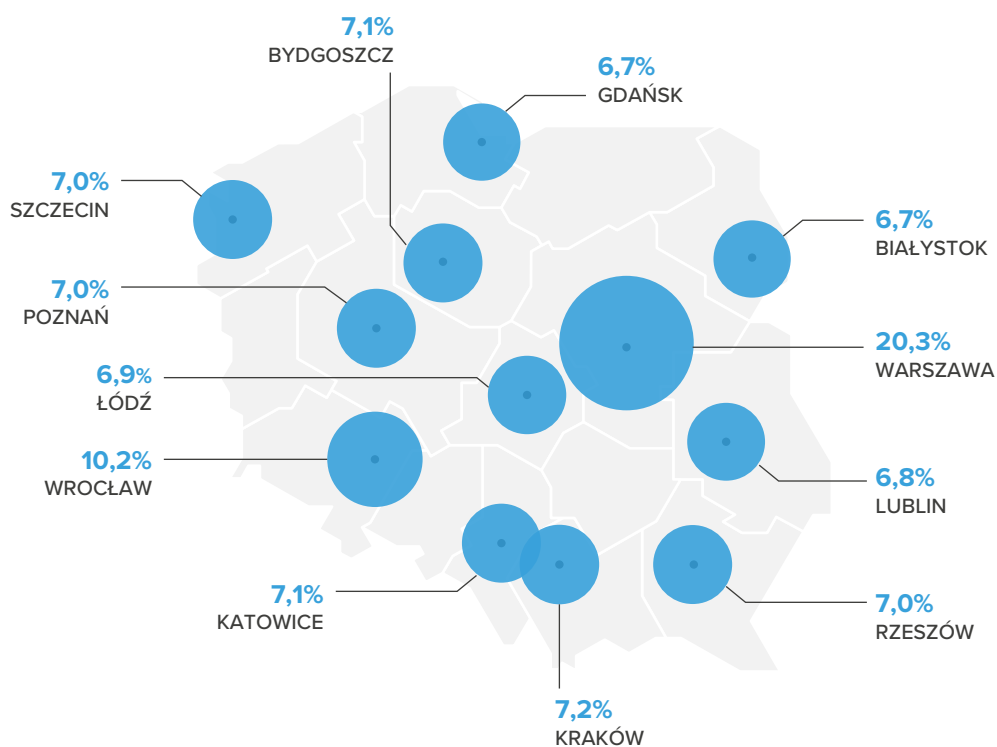
Struktura demograficzna



Liczba osób w gospodarstwie domowym

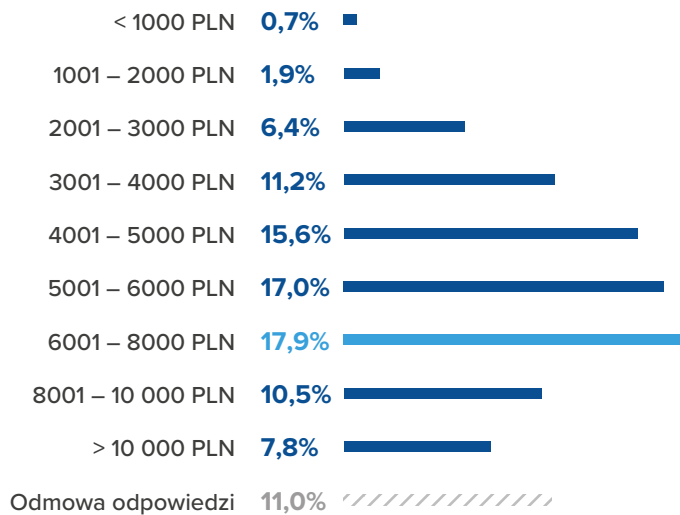


Miasto, w którym mieszkasz

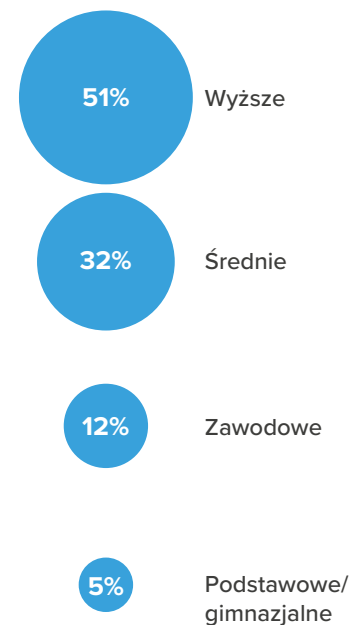


Struktura demograficzna

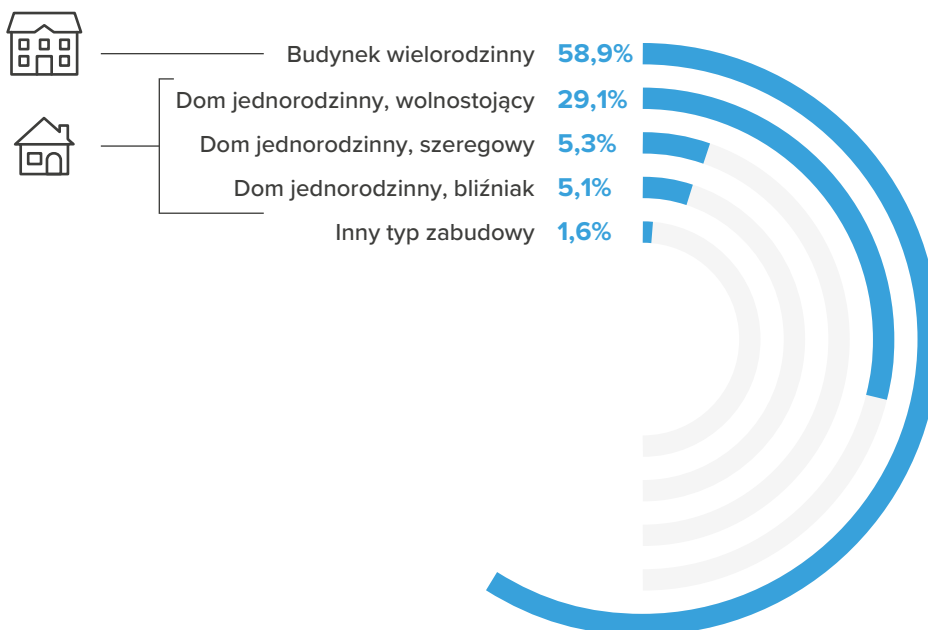
Dochód



Wykształcenie



Typ zabudowy miejsca, w którym mieszkasz





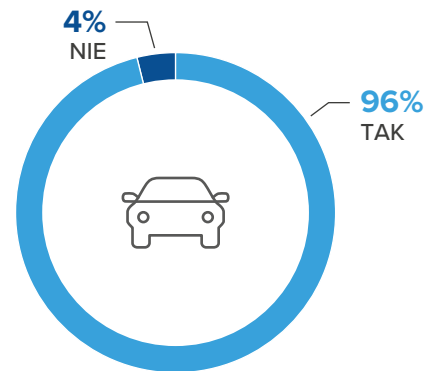
POSIADANIE POJAZDU

POSIADANIE POJAZDU

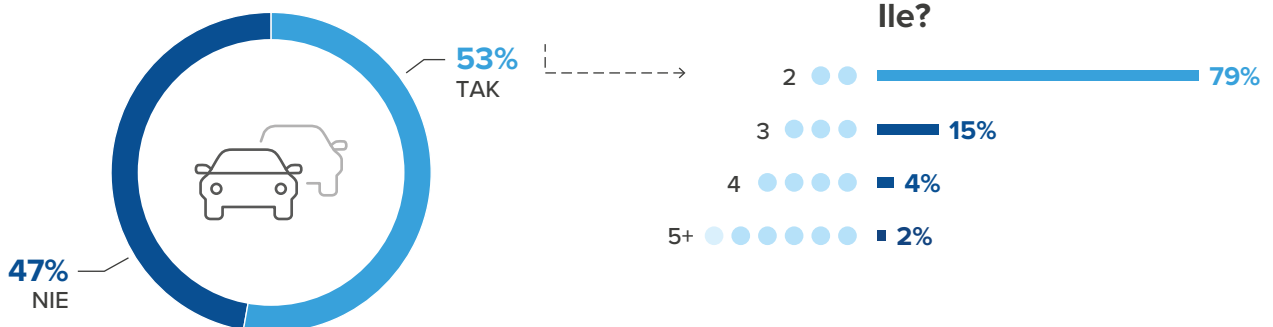
Czy posiadasz prawo jazdy
i jesteś czynnym kierowcą?



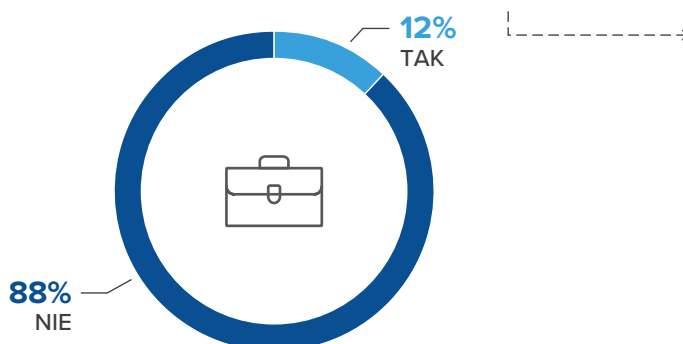
Czy posiadasz
samochód osobowy?



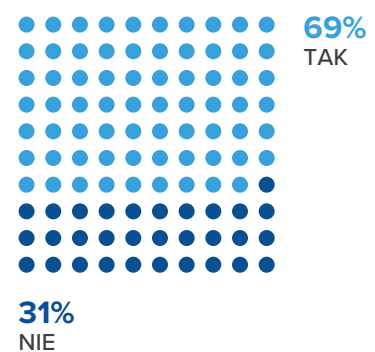
Czy w Twoim gospodarstwie domowym
znajduje się więcej niż 1 samochód?



Czy prowadzisz
działalność gospodarczą?

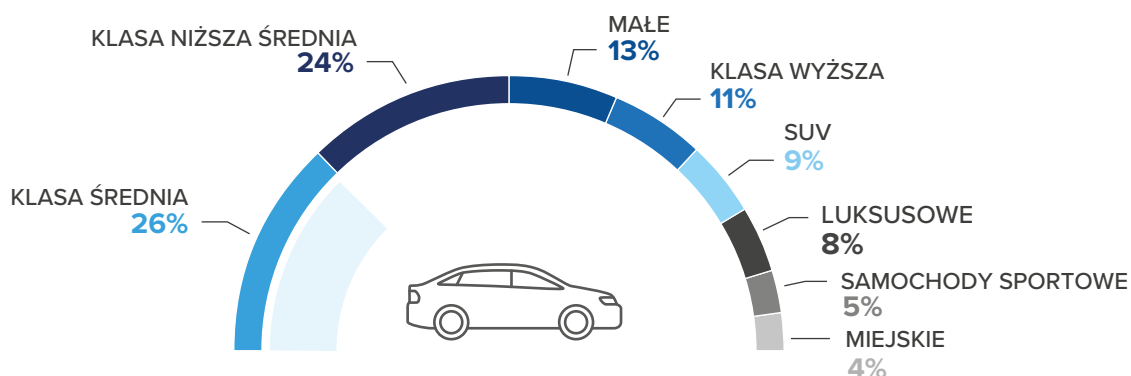


Czy posiadasz co najmniej
1 samochód służbowy?

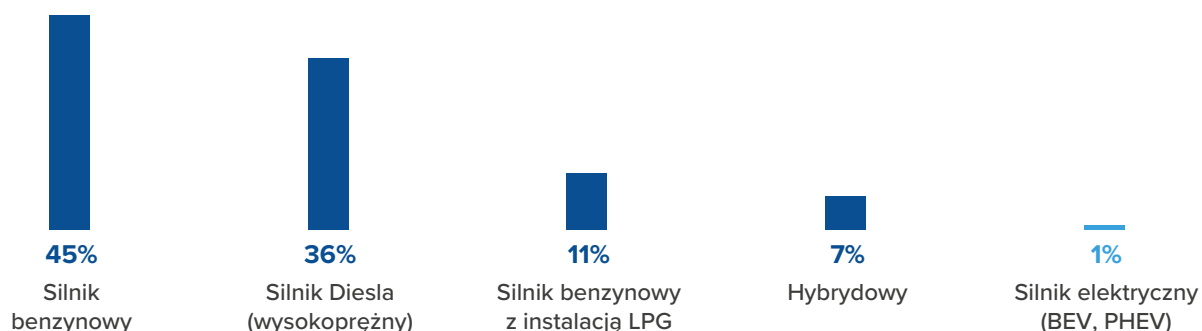


POSIADANIE POJAZDU

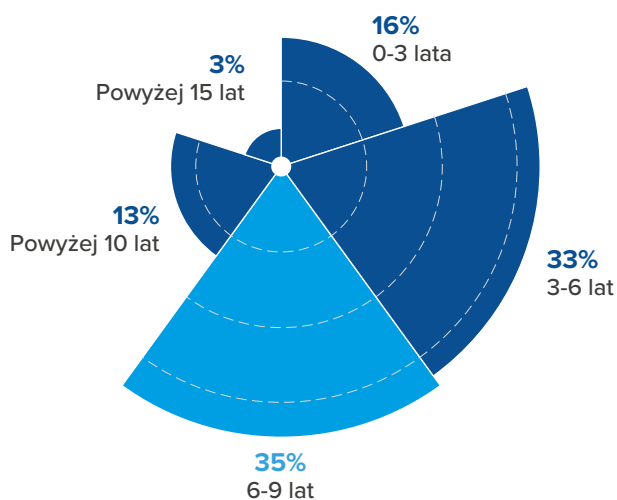
W jakim segmencie/klasie znajduje się twój samochód?



Jaki rodzaj napędu ma samochód, który użytkujesz?

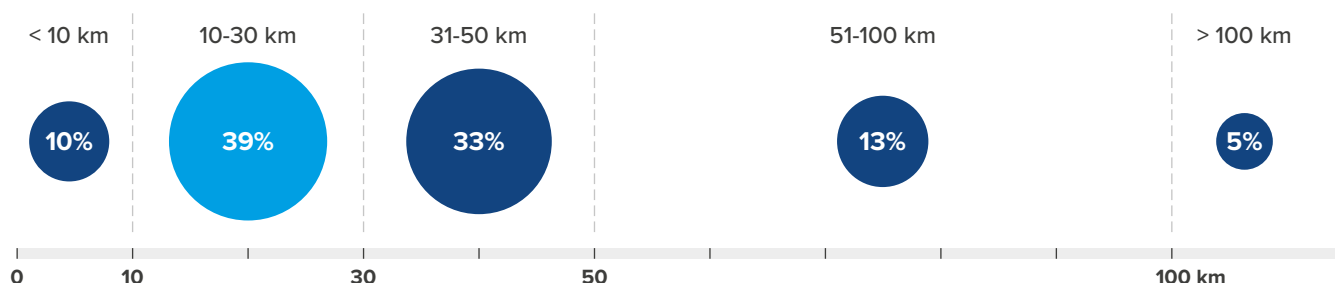


W jakim przedziale wiekowym znajduje się twój samochód?

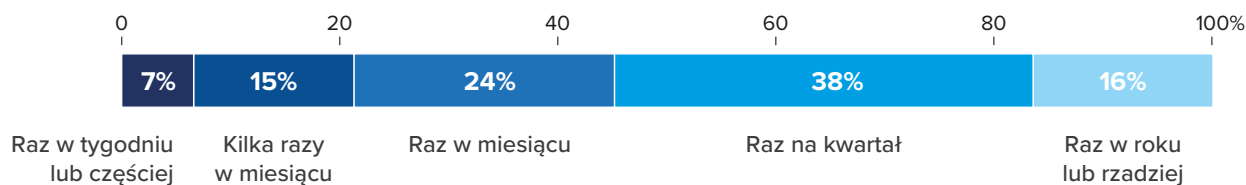


POSIADANIE POJAZDU

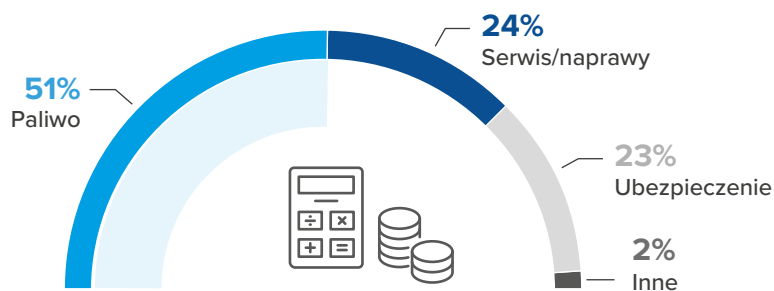
Ile dziennie kilometrów średnio pokonujesz swoim samochodem?



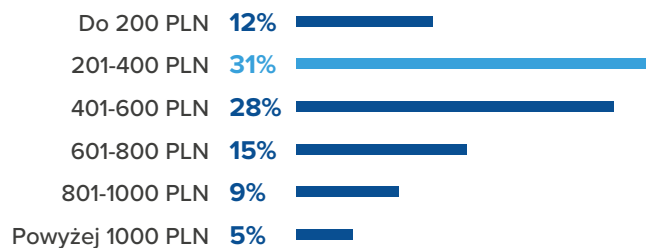
Jak często pokonujesz swoim samochodem trasę dłuższą niż 300 km?



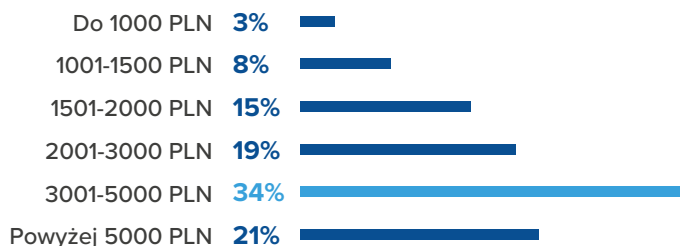
Jakie koszty utrzymania pojazdu są dla Ciebie największym obciążeniem?



Ile wydajesz miesięcznie na paliwo?

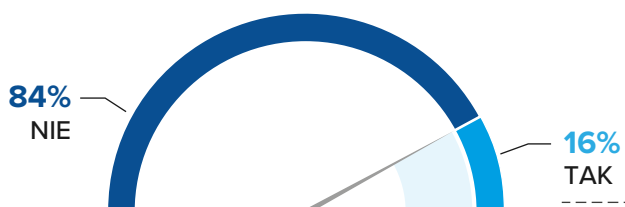


Ile kosztują Cię uśrednione roczne koszty przeglądów, serwisu, napraw i ubezpieczenia?

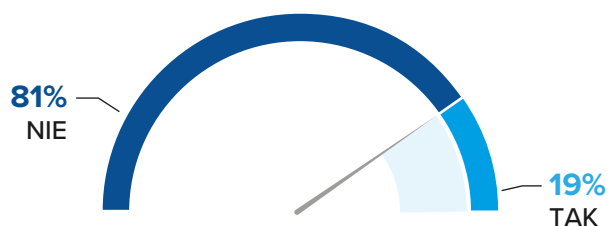


DOŚWIADCZENIA Z POJAZDEM ELEKTRYCZNYM

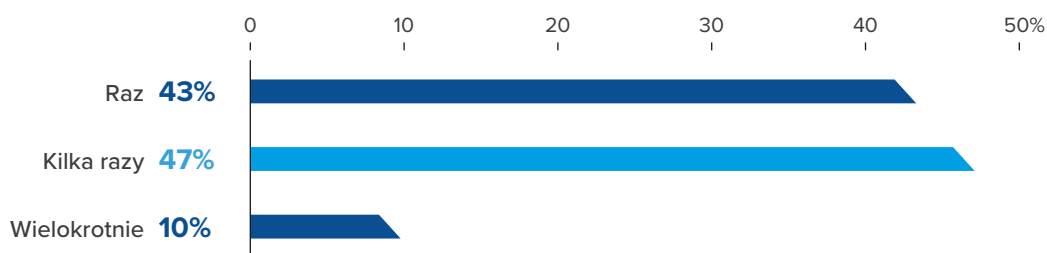
Czy kiedykolwiek jeździłeś/jeździłaś samochodem elektrycznym?



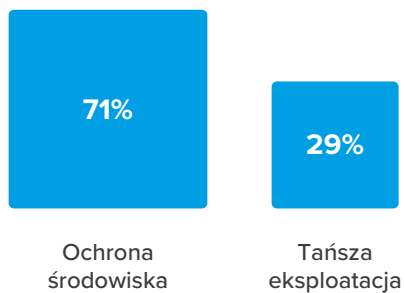
Czy ktoś z Twojego otoczenia korzysta z samochodu elektrycznego (posiada go na własność, korzysta z carsharingu, etc)?



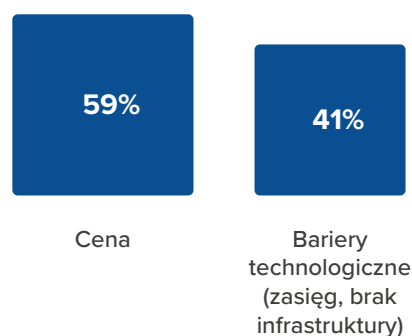
Ile razy miałeś/miałaś okazję prowadzić pojazd o napędzie elektrycznym



Wskaż 2 największe przewagi pojazdów elektrycznych



Wskaż 2 największe ograniczenia pojazdów elektrycznych



ZAKUP POJAZDU



POJAZDY

Kluczowe wnioski

1

28% ankietowanych zadeklarowało, że w ciągu 3 kolejnych lat rozważy zakup samochodu elektrycznego. W 2017 r. było ich 12%, zaś w 2018 r. – 17%.

2

84% badanych, przy wyborze pojazdu, będzie kierowało się ceną. Jest to także najczęściej wskazywana bariera hamującą rozwój elektromobilności w Polsce (59%).

3

W następnej kolejności będą zwracać uwagę na segment, wielkość i rodzaj nadwozia (65%), zasięg i pojemność akumulatora (57%) oraz markę, która jest istotna dla 45% badanych.

4

Najczęściej wskazywane przedziały cenowe, za jakie respondenci mogliby kupić samochód elektryczny, wynoszą 50-100 tys. zł (30%) i 100-150 tys. złotych (31%).

5

Dla zdecydowanej większości Polaków, katalogowe ceny samochodów elektrycznych są zbyt wysokie. W zależności od modelu – od 26 do 38%.

6

Według większości respondentów (66%), korzyści ekonomiczne, użytkowe i ekologiczne są wystarczającym powodem, żeby zapłacić więcej za EV. Decydujący wpływ na decyzję zakupową mają jednak kwestie finansowe.

7

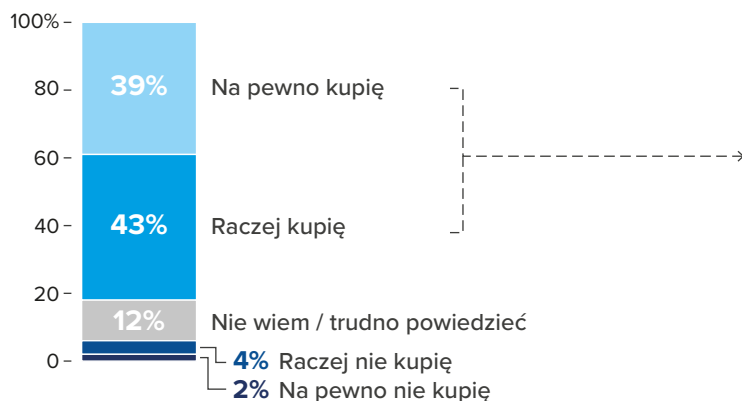
76% badanych najbardziej przekonują dopłaty do zakupu. 72% stwierdziło, że istotnym czynnikiem byłoby także zwolnienie z podatku VAT. Zwolnienie z akcyzy docenia 48%.

8

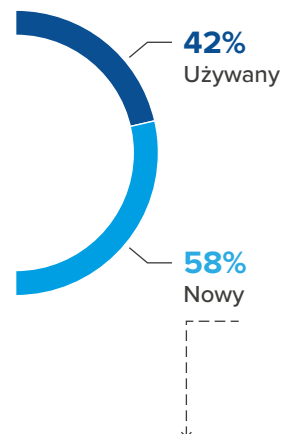
Wśród pozafinansowych instrumentów wsparcia, najważniejsze dla ankietowanych jest darmowe parkowanie (75%) i możliwość korzystania z buspasów (67%).

JAKI SAMOCHÓD ZAMIERZASZ KUPIĆ?

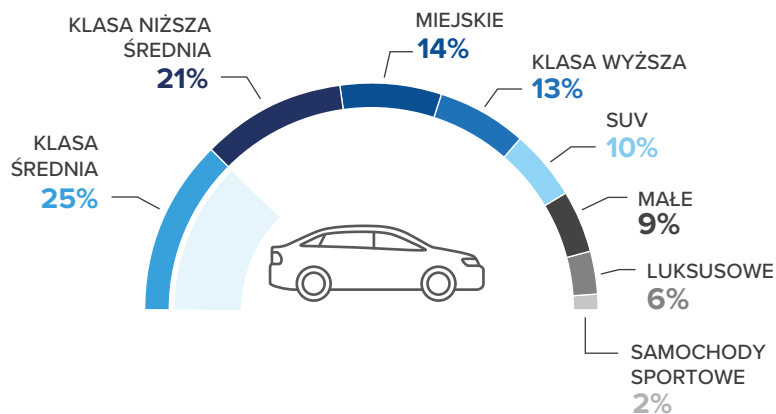
W jakim stopniu jesteś zainteresowany/a zakupem samochodu w ciągu najbliższych 3 lat?



W przypadku zakupu, preferujesz samochód nowy czy używany?*



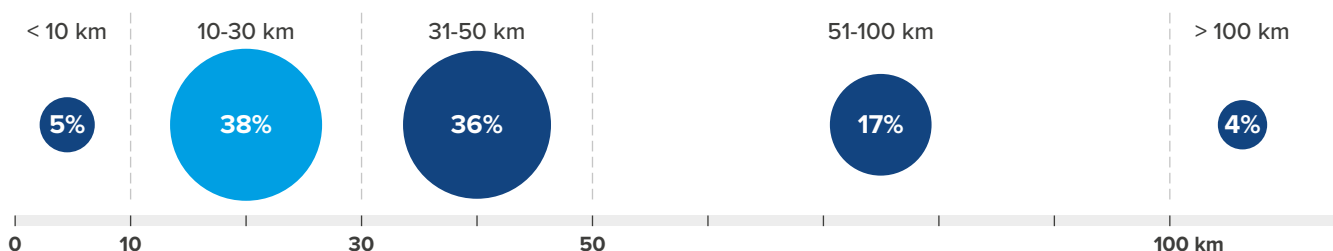
Pojazdem jakiej klasy będziesz najprawdopodobniej zainteresowany/a?



Jaki rodzaj napędu rozważasz w samochodzie, który planujesz kupić?*



Ile dziennie kilometrów planujesz średnio pokonywać samochodem?



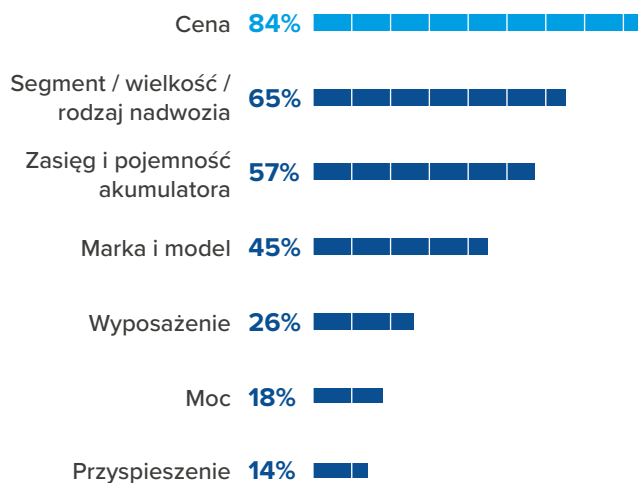
* Pytanie zadawane wszystkim badanym

** Pytanie zadawane osobom zainteresowanym zakupem – możliwość wskazania więcej niż jednej odpowiedzi

ILE MÓGLBYŚ WYDAĆ NA SAMOCHÓD ELEKTRYCZNY?

Na co będziesz zwracał/a uwagę w pierwszej kolejności, zapoznając się z ofertą pojazdów elektrycznych?

(Możliwe 3 odpowiedzi)

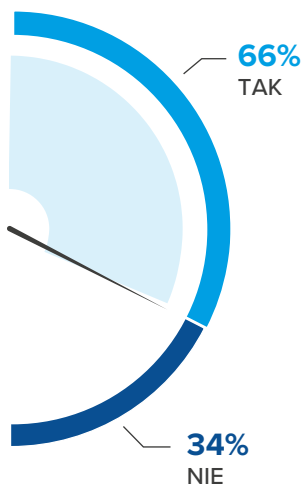


Jakie środki (PLN) jesteś w stanie przeznaczyć na zakup samochodu elektrycznego?

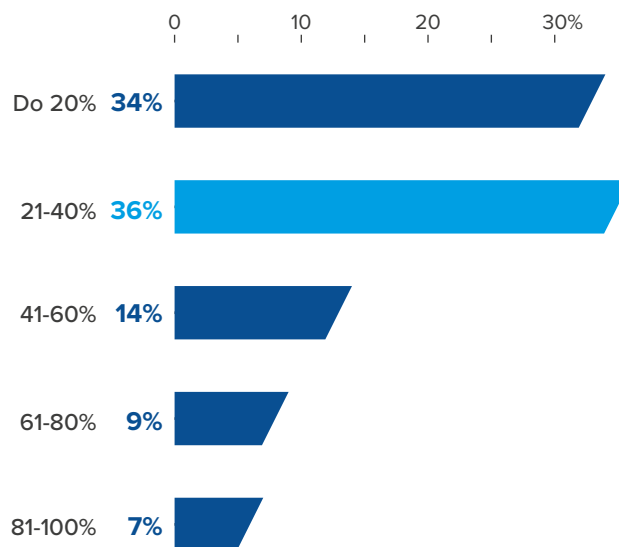
Poniżej 50 tys. PLN	7%
50-100 tys. PLN	30%
100-150 tys. PLN	31%
150-200 tys. PLN	19%
Powyżej 200 tys. PLN	13%



Czy korzyści – ekonomiczne, użytkowe i ekologiczne – samochodu elektrycznego są wystarczającym powodem do zakupu droższego pojazdu?

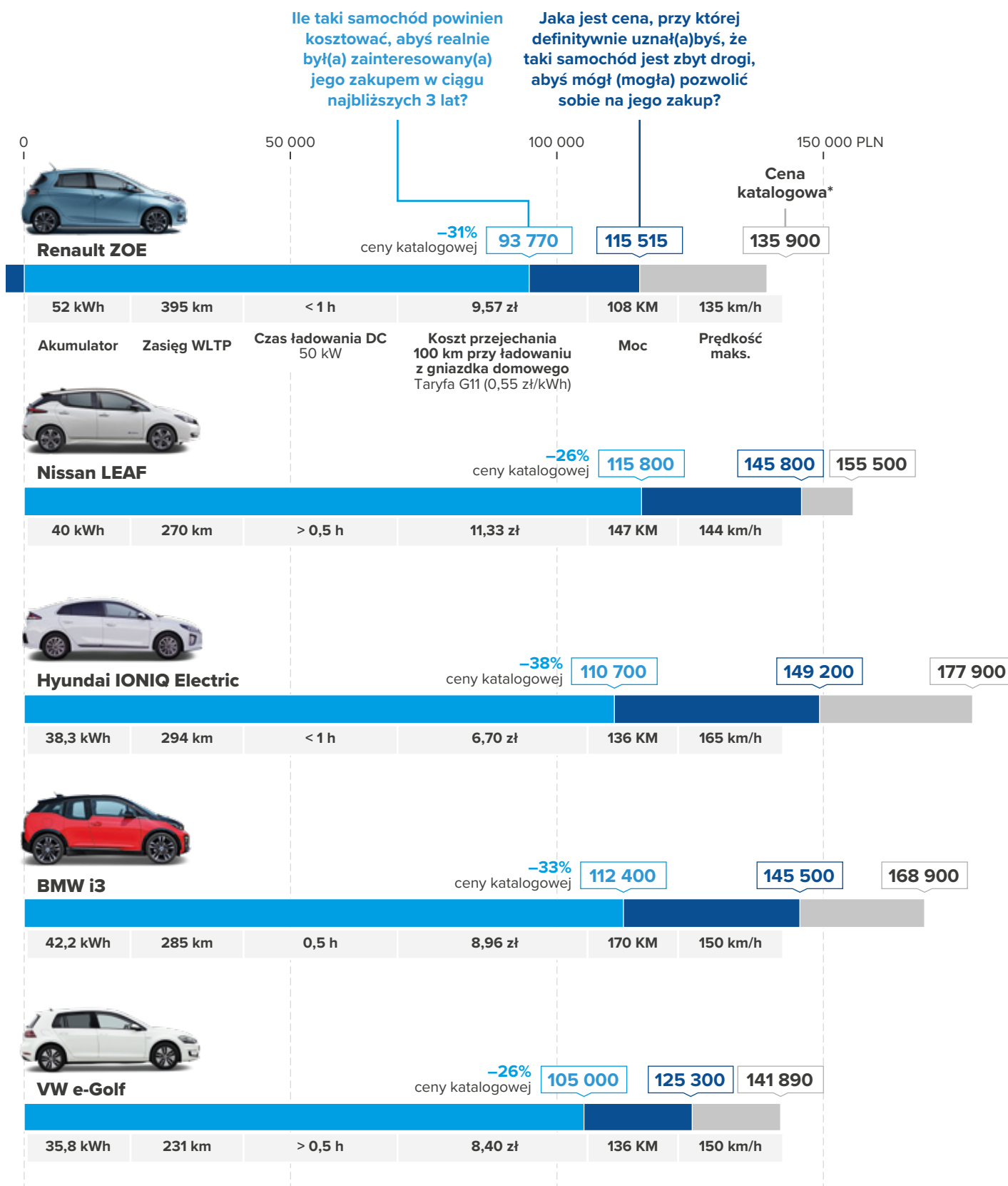


O ile droższy od samochodu z konwencjonalnym napędem może być jego odpowiednik z napędem elektrycznym, żebyś nadal realnie rozważał/a jego zakup?



ILE MÓGLBYŚ WYDAĆ NA SAMOCHÓD ELEKTRYCZNY?

Akceptowalna cena poszczególnych samochodów elektrycznych dostępnych na polskim rynku



Badany proszony o wybranie wartości na skali; przy zdjęciu każdego z samochodów krótki opis; pytanie zadawane każdemu respondentowi

* Katalog pojazdów elektrycznych 2019/20 (PSPA)

CO PRZEKONAŁOBY CIĘ DO ZAKUPU POJAZDU ELEKTRYCZNEGO?

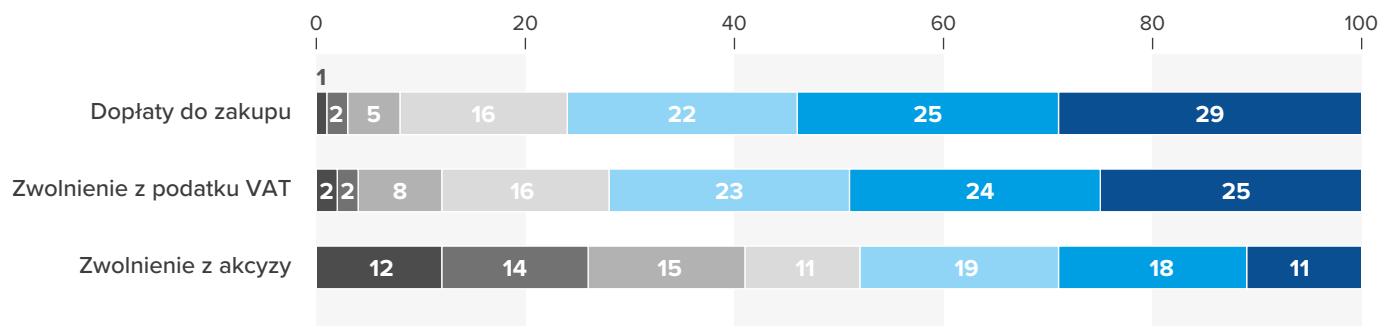
Atrakcyjność zachęt do zakupu samochodu elektrycznego

Dla każdego z poniższych instrumentów, określ, w jakim stopniu mógłby Cię on przekonać do wyboru EV, gdyby został zastosowany Polsce

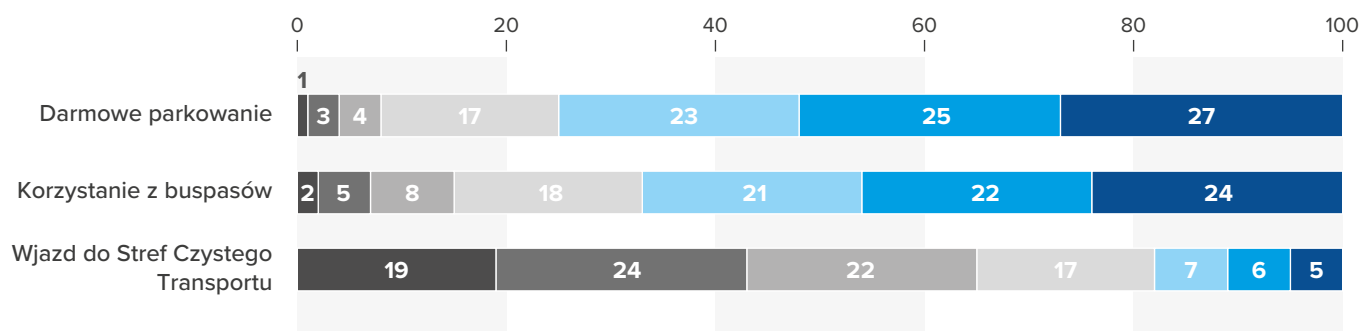
(dane w %)

1 – w ogóle mnie nie przekonuje 7 – bardzo mnie przekonuje

Narzędzia finansowe

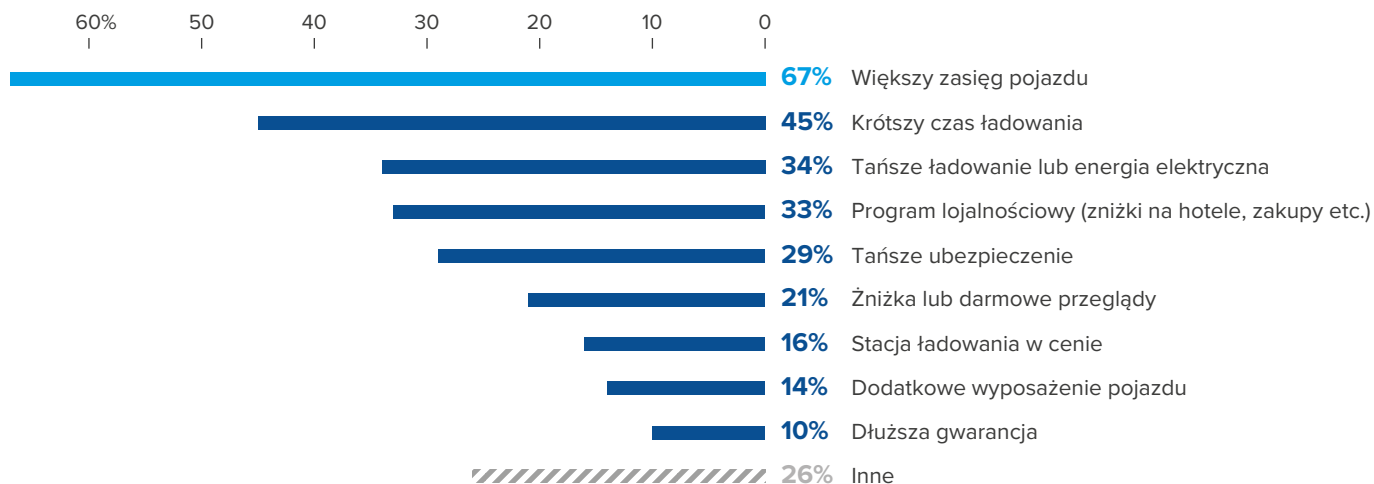


Narzędzia pozafinansowe



Zachęty proponowane przez respondentów

Co jeszcze mogłoby Cię przekonać do wyboru samochodu z napędem elektrycznym?



Pytanie otwarte, zadawane wszystkim badanym, możliwość kilku wskazań

CO PRZEKONAŁOBY CIĘ DO ZAKUPU POJAZDU ELEKTRYCZNEGO?

Teoretyczna sytuacja zakupowa*

Wskaż model, który byś wybrał(a) decydując się na nowy samochód, uwzględniając wskazane benefity i korzyści zakupowe

(pojazd konwencjonalny vs jego elektryczny odpowiednik)



**Renault ZOE
R110 Z.E.**

Napęd	Elektryczny
Moc	108 KM
Cena	135 900 PLN



**Renault Megane
Blue dCi 115 EDC**

Napęd	Diesel
Moc	115 KM
Cena	92 900 PLN

Na który model chętniej byś się zdecydował/a kupując nowy samochód?



**Renault ZOE
R110 Z.E.**

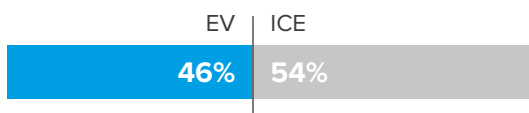
Cena	98 400 PLN
------	------------

Dopłata – do 30% kosztu samochodu,
nie więcej niż 37 500 PLN

**Renault Megane
Blue dCi 115 EDC**

Cena	92 900 PLN
------	------------

Na który model chętniej byś się zdecydował/a kupując nowy samochód?



Renault ZOE

Przedstawiciel segmentu B, produkowany od 2012 r. Nowe ZOE w wersji R110 może przejechać do 395 km, rozpędza się od 0 do 100 km/h w 11,4 sekundy, a jego prędkość maksymalna wynosi 135 km/h

Renault Megane

Samochód niższej klasy średniej, produkowany od 1995 r. Wchodząc na rynek zastąpił Renault 19. Od 2016 r. w sprzedaży dostępna jest czwarta generacja Megane, która może być wyposażona w silnik benzynowy lub wysokoprężny

* Zgodnie z rozporządzeniem w sprawie szczegółowych warunków udzielania wsparcia zakupu nowych pojazdów ze środków Funduszu Niskoemisyjnego Transportu osobom fizycznym niewykonującym działalności gospodarczej, wartość pojazdów objętych wsparciem nie może przekraczać 125 tys. zł

CO PRZEKONAŁOBY CIĘ DO ZAKUPU POJAZDU ELEKTRYCZNEGO?

Teoretyczna sytuacja zakupowa*

Wskaż model, który byś wybrał(a) decydując się na nowy samochód, uwzględniając wskazane benefity i korzyści zakupowe

(pojazd konwencjonalny vs jego elektryczny odpowiednik)



**Nissan LEAF
40 kWh Acenta**

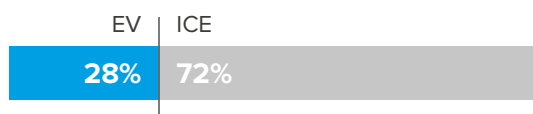
Napęd	Elektryczny
Moc	147 KM
Cena	155 500 PLN



**Nissan Qashqai dCi 150 4x4 Xtronic
(CVT) All Mode 4x4-I**

Napęd	Diesel
Moc	150 KM
Cena	126 390 PLN

Na który model chętniej byś się zdecydował/a kupując nowy samochód?



**Nissan LEAF
40 kWh Acenta**

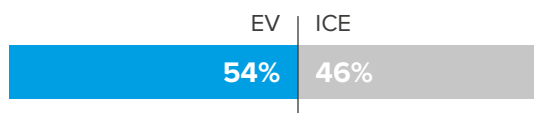
Cena	118 000 PLN
------	-------------

Dopłata – do 30% kosztu samochodu,
nie więcej niż 37 500 PLN

**Nissan Qashqai dCi 150 4x4 Xtronic
(CVT) All Mode 4x4-I**

Cena	126 390 PLN
------	-------------

Na który model chętniej byś się zdecydował/a kupując nowy samochód?



Nissan LEAF

Najpopularniejszy samochód elektryczny na świecie. W 2017 r. zadebiutowała druga generacja modelu, obecnie dostępna również w mocniejszym wariantcie e+. Deklarowany zasięg na jednym ładowaniu w cyklu mieszanym wynosi 270 km

Nissan Qashqai

Kompaktowy SUV produkowany od 2007 r. Od 2013 r. oferowana jest jego druga generacja pojazdu, która może być wyposażona w silnik benzynowy lub wysokoprężny

* Zgodnie z rozporządzeniem w sprawie szczegółowych warunków udzielania wsparcia zakupu nowych pojazdów ze środków Funduszu Niskoemisyjnego Transportu osobom fizycznym niewykonującym działalności gospodarczej, wartość pojazdów objętych wsparciem nie może przekraczać 125 tys. zł

CO PRZEKONAŁOBY CIĘ DO ZAKUPU POJAZDU ELEKTRYCZNEGO?

Teoretyczna sytuacja zakupowa*

Wskaż model, który byś wybrał(a) decydując się na nowy samochód, uwzględniając wskazane benefity i korzyści zakupowe

(pojazd konwencjonalny vs jego elektryczny odpowiednik)



**Hyundai IONIQ
Electric**

Napęd	Elektryczny
Moc	136 KM
Cena	177 900 PLN



**Hyundai i30
Fastback 1.6 CRDi 7DCT**

Napęd	Diesel
Moc	136 KM
Cena	100 100 PLN

Na który model chętniej byś się zdecydował/a kupując nowy samochód?



**Hyundai IONIQ
Electric**

Cena	140 400 PLN
------	-------------

Dopłata – do 30% kosztu samochodu,
nie więcej niż 37 500 PLN

**Hyundai i30
Fastback 1.6 CRDi 7DCT**

Cena	100 100 PLN
------	-------------

Na który model chętniej byś się zdecydował/a kupując nowy samochód?



Hyundai IONIQ

Model z segmentu C, produkowany od 2016 r., dostępny na rynku w trzech wersjach: całkowicie elektrycznej, hybrydowej typu plug-in oraz jako „klasyczna” hybryda. Najnowsza odmiana BEV jest w stanie przejechać na jednym ładowaniu dystans 294 km

Hyundai i30

Należący do segmentu C następca modelu Elantra, produkowany od 2007 r. Dzieli rozwiązania konstrukcyjne z Kią Ceed. Od 2017 r. w sprzedaży dostępna jest trzecia generacja tego pojazdu

* Zgodnie z rozporządzeniem w sprawie szczegółowych warunków udzielania wsparcia zakupu nowych pojazdów ze środków Funduszu Niskoemisyjnego Transportu osobom fizycznym niewykonującym działalności gospodarczej, wartość pojazdów objętych wsparciem nie może przekraczać 125 tys. zł

CO PRZEKONAŁOBY CIĘ DO ZAKUPU POJAZDU ELEKTRYCZNEGO?

Teoretyczna sytuacja zakupowa*

Wskaż model, który byś wybrał(a) decydując się na nowy samochód, uwzględniając wskazane benefity i korzyści zakupowe

(pojazd konwencjonalny vs jego elektryczny odpowiednik)



**BMW
i3**

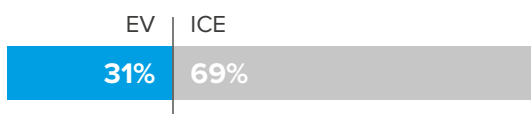
Napęd	Elektryczny
Moc	170 KM
Cena	168 900 PLN



**BMW Serii 2
Active Tourer 218d**

Napęd	Diesel
Moc	150 KM
Cena	129 700 PLN

Na który model chętniej byś się zdecydował/a kupując nowy samochód?



**BMW
i3**

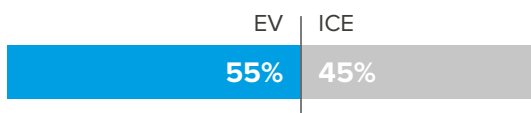
Cena	131 400 PLN
------	-------------

Dopłata – do 30% kosztu samochodu,
nie więcej niż 37 500 PLN

**BMW Serii 2
Active Tourer 218d**

Cena	129 700 PLN
------	-------------

Na który model chętniej byś się zdecydował/a kupując nowy samochód?



BMW i3

Całkowicie elektryczny model, który trafił do produkcji w 2013 r. W 2017 r. samochód przeszedł facelifting, zaprezentowano także jego usportowioną odmianę i3s. Podstawowa wersja elektrycznego BMW dysponuje deklarowanym zasięgiem 285 km, zapewnia 170 KM mocy, a od 0 do 100 km/h przyspiesza w 7,3 sekundy

BMW Serii 2 Active Tourer

Produkowany od 2013 r. model z napędem na przednie koła. W ofercie dostępna jest również wersja hybrydowa typu plug-in

* Zgodnie z rozporządzeniem w sprawie szczegółowych warunków udzielania wsparcia zakupu nowych pojazdów ze środków Funduszu Niskoemisyjnego Transportu osobom fizycznym niewykonującym działalności gospodarczej, wartość pojazdów objętych wsparciem nie może przekraczać 125 tys. zł

CO PRZEKONAŁOBY CIĘ DO ZAKUPU POJAZDU ELEKTRYCZNEGO?

Teoretyczna sytuacja zakupowa*

Wskaż model, który byś wybrał(a) decydując się na nowy samochód, uwzględniając wskazane benefity i korzyści zakupowe

(pojazd konwencjonalny vs jego elektryczny odpowiednik)



**Volkswagen
e-Golf**

Napęd	Elektryczny
Moc	136 KM
Cena	141 890 PLN



**Volkswagen Golf
2,0 TDI-CR DPF**

Napęd	Diesel
Moc	150 KM
Cena	107 790 PLN

Na który model chętniej byś się zdecydował/a kupując nowy samochód?



**Volkswagen
e-Golf**

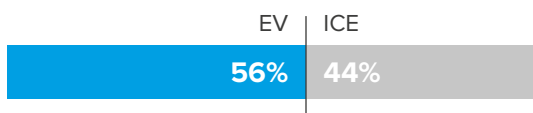
Cena	104 390 PLN
------	-------------

Dopłata – do 30% kosztu samochodu,
nie więcej niż 37 500 PLN

**Volkswagen Golf
2,0 TDI-CR DPF**

Cena	107 790 PLN
------	-------------

Na który model chętniej byś się zdecydował/a kupując nowy samochód?



Volkswagen e-Golf

W pełni elektryczna odmiana jednego z najpopularniejszych samochodów na europejskim rynku. Pojazd rozwija 136 KM, a deklarowany zasięg na jednym ładowaniu wynosi 231 km. Samochód przyspiesza od 0 do 100 km/h w 9,6 sekundy i maksymalnie może rozpędzić się do 150 km

Volkswagen Golf

Popularny samochód produkowany od 1974 r. Obecnie na rynku dostępna jest siódma generacja modelu, zaś w październiku 2019 r. zaprezentowano generację ósmą

* Zgodnie z rozporządzeniem w sprawie szczegółowych warunków udzielania wsparcia zakupu nowych pojazdów ze środków Funduszu Niskoemisyjnego Transportu osobom fizycznym niewykonującym działalności gospodarczej, wartość pojazdów objętych wsparciem nie może przekraczać 125 tys. zł

CO PRZEKONAŁOBY CIĘ DO ZAKUPU POJAZDU ELEKTRYCZNEGO?

Teoretyczna sytuacja zakupowa*

Wskaż model, który byś wybrał(a) decydując się na nowy samochód, uwzględniając wskazane benefity i korzyści zakupowe

(pojazd konwencjonalny vs jego elektryczny odpowiednik)



**Audi e-tron
55 Quattro**

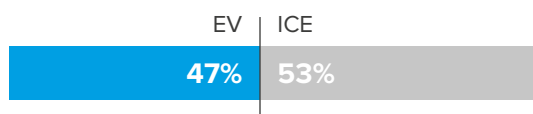
Napęd	Elektryczny
Moc	360 KM
Cena	347 700 PLN



**Audi SQ5
TDI**

Napęd	Diesel
Moc	347 KM
Cena	341 900 PLN

Na który model chętniej byś się zdecydował/a kupując nowy samochód?



**Audi e-tron
55 Quattro**

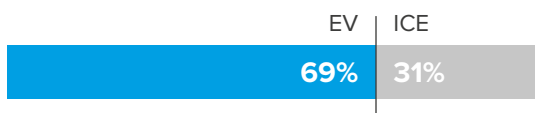
Cena	310 200 PLN
------	-------------

Dopłata – do 30% kosztu samochodu,
nie więcej niż 37 500 PLN

**Audi SQ5
TDI**

Cena	341 900 PLN
------	-------------

Na który model chętniej byś się zdecydował/a kupując nowy samochód?



Audi e-tron

Pojazd oferowany od 2019 r., należy do segmentu SUV. Jest to pierwszy seryjny, w pełni elektryczny model Audi. Oferuje zasięg powyżej 400 km i przyspiesza od 0 do 100 km/h w 6,6 sekundy. Prędkość maksymalna wynosi 200 km/h

Audi SQ5

Samochód produkowany od 2008 r., należy do segmentu SUV. Jest to crossover klasy premium. Od 2017 r. oferowana jest druga generacja modelu. Model o oznaczeniu SQ5 jest sportową odmianą oferującą 3-litrowy silnik benzynowy o mocy 345 KM oraz 3-litrowy silnik wysokoprężny o mocy 347 KM

* Zgodnie z rozporządzeniem w sprawie szczegółowych warunków udzielania wsparcia zakupu nowych pojazdów ze środków Funduszu Niskoemisyjnego Transportu osobom fizycznym niewykonującym działalności gospodarczej, wartość pojazdów objętych wsparciem nie może przekraczać 125 tys. zł

CO PRZEKONAŁOBY CIĘ DO ZAKUPU POJAZDU ELEKTRYCZNEGO?

Teoretyczna sytuacja zakupowa*

Wskaż model, który byś wybrał(a) decydując się na nowy samochód, uwzględniając wskazane benefity i korzyści zakupowe

(pojazd konwencjonalny vs jego elektryczny odpowiednik)



**Jaguar
I-Pace**

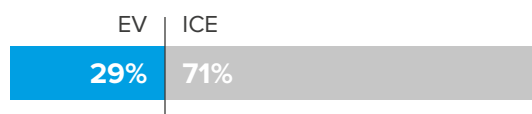
Napęd	Elektryczny
Moc	400 KM
Cena	356 600 PLN



**Jaguar F-Pace
3.0 V6 Pure**

Napęd	Diesel
Moc	300 KM
Cena	300 100 PLN

Na który model chętniej byś się zdecydował/a kupując nowy samochód?



**Jaguar
I-Pace**

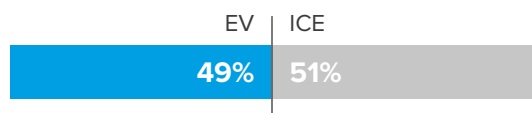
Cena	319 100 PLN
------	-------------

Dopłata – do 30% kosztu samochodu,
nie więcej niż 37 500 PLN

**Jaguar F-Pace
3.0 V6 Pure**

Cena	300 100 PLN
------	-------------

Na który model chętniej byś się zdecydował/a kupując nowy samochód?



Jaguar I-Pace

Oferowany od 2018 r. w pełni elektryczny model, który charakteryzuje się zasięgiem 470 km na jednym ładowaniu, oraz przyspieszeniem od 0 do 100 km/h w 4,8 sekundy

Jaguar F-Pace

Produkowany od 2016 r. crossover klasy premium. Jest to pierwszy SUV marki Jaguar. Dostępny w różnych wariantach mocy dla silników benzynowych i wysokoprężnych

* Zgodnie z rozporządzeniem w sprawie szczegółowych warunków udzielania wsparcia zakupu nowych pojazdów ze środków Funduszu Niskoemisyjnego Transportu osobom fizycznym niewykonującym działalności gospodarczej, wartość pojazdów objętych wsparciem nie może przekraczać 125 tys. zł

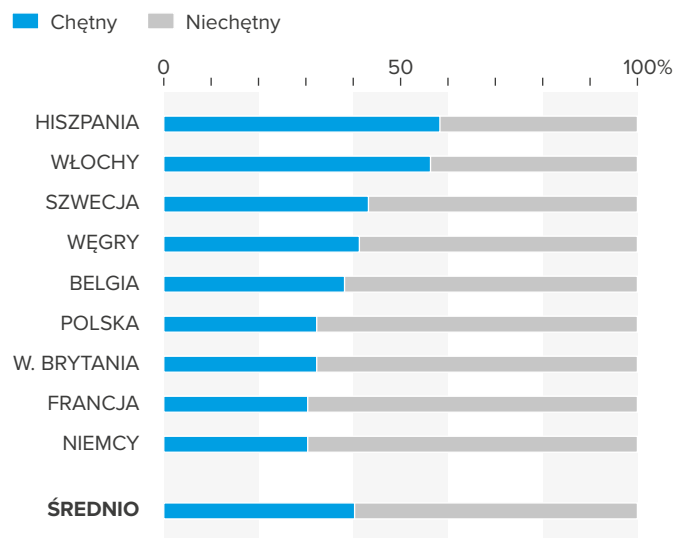
Preferencje kierowców na świecie, związane z zakupem pojazdów elektrycznych

Jak na tle Europy i świata wypadają preferencje zakupowe polskich kierowców w kontekście pojazdów elektrycznych?

Europa

Nastawienie europejskich kierowców do posiadania pojazdów elektrycznych dobrze odzwierciedla badanie przeprowadzone przez Ipsos Mori dla Transport & Environment (T&E) we wrześniu 2018 r. w dziewięciu krajach członkowskich Unii Europejskiej – Belgii, Francji, Hiszpanii, Niemczech, Polsce, Szwecji, Węgrzech, Wielkiej Brytanii i Włoszech. 40% respondentów zadeklarowało, iż rozważają zakup lub leasing samochodu elektrycznego lub napędzanego ogniwami paliwowymi, jako swojego następnego pojazdu. W zależności od kraju, od 5% do 12% konsumentów zadeklarowało, iż taki zakup jest bardzo prawdopodobny, a 24-48% uznało jako prawdopodobny. Chęć zakupu pojazdu elektrycznego nie rozkłada się jednak równomiernie we wszystkich krajach objętych badaniem. Największy odsetek kierowców zainteresowanych nowym samochodem elektrycznym odnotowano w Hiszpanii i we Włoszech, natomiast do konsumentów najmniej otwartych na taką zmianę należy zaliczyć mieszkańców Francji oraz Niemiec.

Deklarowana chęć zakupu pojazdu EV jako kolejnego posiadanego pojazdu w wybranych krajach UE



Źródło: IPSOS, T&E (2018)

40% respondentów (9 krajów UE) deklaruje, że rozważa zakup samochodu elektrycznego jako swojego następnego pojazdu

Osoby, które nie planują zakupu samochodu elektrycznego, swoją decyzję uzasadniały przede wszystkim wysoką ceną zakupu oraz niewystarczającą infrastrukturą ładowania. Wśród pozostałych argumentów przemawiających za niekupowaniem samochodu elektrycznego wymieniano m.in. brak odpowiedniej wiedzy na temat EV, niewystarczającą ofertę i wybór EV na rynku oraz przywiązanie do samochodu z silnikiem spalinyowym. Wyniki badania przeprowadzonego przez Ipsos i T&E są zasadniczo zbieżne z wynikami ankiet realizowanych niezależnie w Polsce i pozostałych krajach UE.

Wielka Brytania

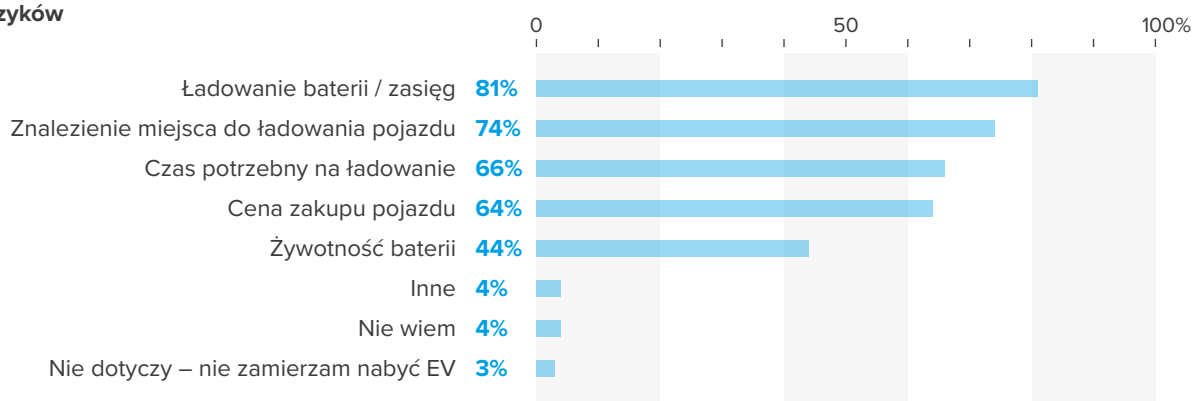
W Wielkiej Brytanii, podstawową barierą do zakupu pojazdów elektrycznych jest obawa o ich zasięg i funkcjonalność (ang. range anxiety). 81% respondentów deklaruje, iż wzięłoby pod uwagę powyższy czynnik przy zakupie.

Do pozostałych barier zaliczono:

- braki w infrastrukturze ładowania pojazdów elektrycznych (74%),
- czas potrzebny na naładowanie baterii (66%),
- wysoką cenę samochodów elektrycznych (64%).

PREFERENCJE KIEROWCÓW NA ŚWIECIE, ZWIĄZANE Z ZAKUPEM POJAZDÓW ELEKTRYCZNYCH

Czynniki zmniejszające atrakcyjność pojazdów elektrycznych w opinii Brytyjczyków

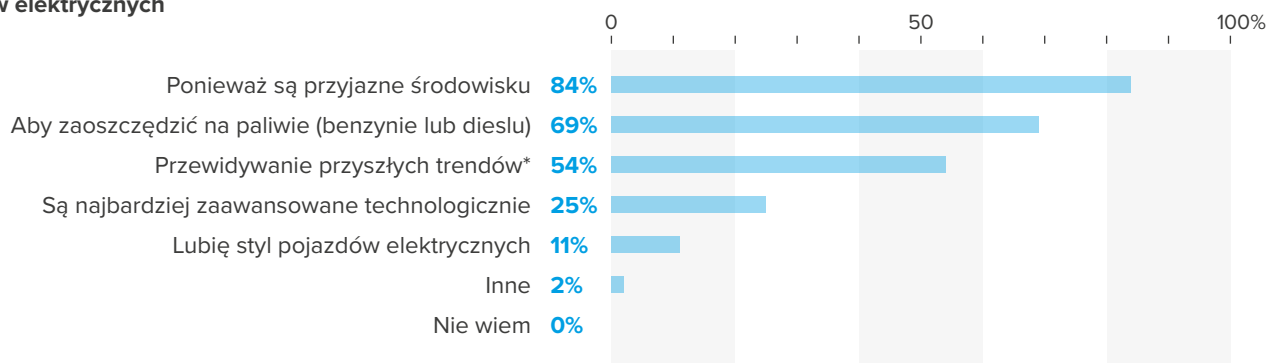


Źródło: YouGov/Aviva (2019)

Jednocześnie ponad połowa ankietowanych (55%) byłaby zainteresowana pojazdem elektrycznym za „rozsądną cenę”. Za dodatkową motywację do zakupu tego typu pojazdów wskazano troskę o ochronę środowiska naturalnego (84%), oszczędności w postaci niższych kosztów ładowania w porównaniu do benzyny lub ON (69%) oraz antycypowanie przyszłych trendów (54%).

Zasięg i funkcjonalność pojazdów elektrycznych to największe zmartwienie Brytyjczyków, którzy rozważają ich zakup. Oczekują oni także rozsądnej ceny.

Czynniki zwiększające, zdaniem Brytyjczyków, atrakcyjność pojazdów elektrycznych



* W przyszłości wszystkie pojazdy będą elektryczne

Źródło: YouGov/Aviva (2019)

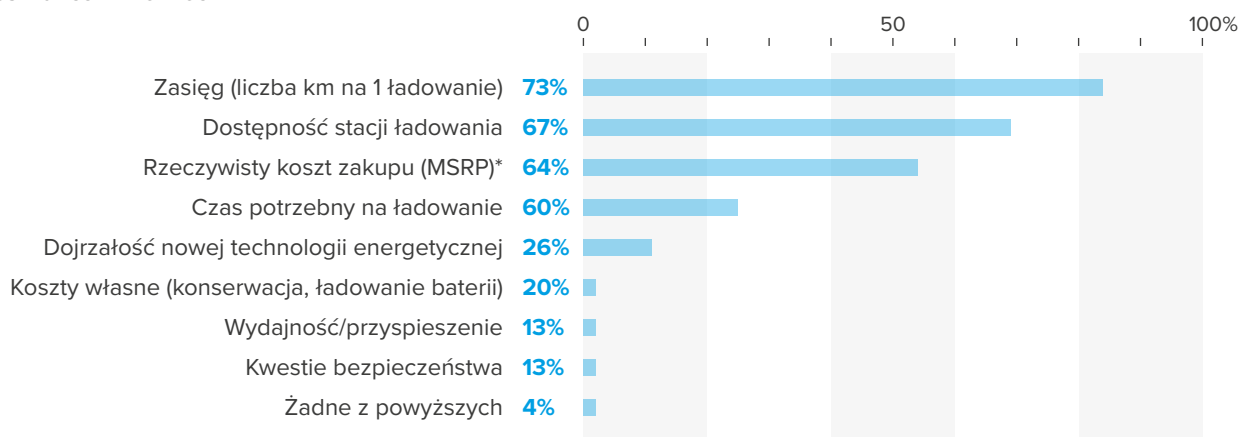
PREFERENCJE KIEROWCÓW NA ŚWIECIE, ZWIĄZANE Z ZAKUPEM POJAZDÓW ELEKTRYCZNYCH

Niemcy

Według badań z 2019 r. przeprowadzonych przez J.D. Power, średnio 74% niemieckich konsumentów przynajmniej rozważy zakup samochodu zelektryfikowanego (hybryda, hybryda typu plug-in, samochód całkowicie elektryczny lub wodorowy) przy kupnie kolejnego pojazdu. Wyniki ankiet pokazują natomiast wyraźne zróżnicowanie preferencji w zależności od grupy wiekowej oraz płci respondentów.

Ponad dwa razy więcej kobiet (35%) niż mężczyzn (17%) jest niechętnych kupowaniu pojazdu EV. Także duża część respondentów po 60 roku życia (30%) nie planuje kupić pojazdu elektrycznego, podczas gdy w grupie wiekowej 18-29 lat, jedynie 9% ankietowanych zadeklarowało podobne preferencje.

Czynniki zmniejszające atrakcyjność pojazdów elektrycznych w opinii mieszkańców Niemiec



* MSRP (Manufacturers Suggested Retail Price) – sugerowana cena detaliczna producenta

Źródło: J.D. Power (2019), J.D. Power Mobility Disruptors

74% niemieckich konsumentów przynajmniej rozważy zakup samochodu elektrycznego przy kupnie kolejnego pojazdu

Wśród największych obaw związanych z zakupem pojazdu elektrycznego deklarowano: niewystarczający zasięg, dostępność stacji ładowania, wysoki koszt zakupu oraz czas potrzebny do naładowania baterii w pojeździe. Aż 62% ankietowanych zadeklarowało, iż aktualnie nie posiada potencjalnej możliwości łatwego naładowania samochodu elektrycznego w swoim miejscu zamieszkania.

PREFERENCJE KIEROWCÓW NA ŚWIECIE, ZWIĄZANE Z ZAKUPEM POJAZDÓW ELEKTRYCZNYCH

Norwegia

Norwegia to jeden z największych rynków zbytu dla pojazdów elektrycznych w Europie. W 2018 r. pojazdy elektryczne stanowiły aż 34% wśród wszystkich samochodów sprzedanych w tym kraju, a w 2019 r. złamana została bariera 50%. Jednym z głównych powodów tak wysokiej sprzedaży jest m.in. rozbudowany system dopłat i ulg dla kupujących EV oraz wysokie podatki środowiskowe dla pojazdów napędzanych silnikami spalinowymi. Co więcej, badania ankietowe przeprowadzone przez Norwegian Electric Vehicle Association pokazują interesujący trend przyczyniający się do rozrastania się rynku EV, tzw. neighbourhood effect, oznaczający, iż każdy posiadacz samochodu elektrycznego w Norwegii przekonuje średnio trzy kolejne osoby do kupna pojazdu tego typu.

Jednocześnie należy zwrócić uwagę na fakt, iż według dostępnych wyników badań, obawy związane z kupnem samochodu elektrycznego w Norwegii są bardzo podobne do tych deklarowanych w innych krajach.

Do podstawowych barier w zakupie EV zalicza się: niewystarczający zasięg (60%), obawy związane z dalszym rozwojem technologii EV (34%), niewystarczająco rozbudowaną infrastrukturę ładowania EV (31%) oraz niepewność co do funkcjonowania samochodów elektrycznych w warunkach zimowych (27%). Co interesujące, norwescy konsumenci wyrażają także obawy o prawdziwy wpływ samochodów elektrycznych na środowisko naturalne (30%).



Każdy posiadacz samochodu elektrycznego w Norwegii przekonuje średnio trzy kolejne osoby do kupna pojazdu tego typu.

Inne kontynenty

Chiny

Chiny to największy rynek pojazdów elektrycznych na świecie, co znajduje także odzwierciedlenie w preferencjach zakupowych kierowców. Aż 96% respondentów deklaruje, iż rozważy zakup pojazdu elektrycznego jako następnego pojazdu.



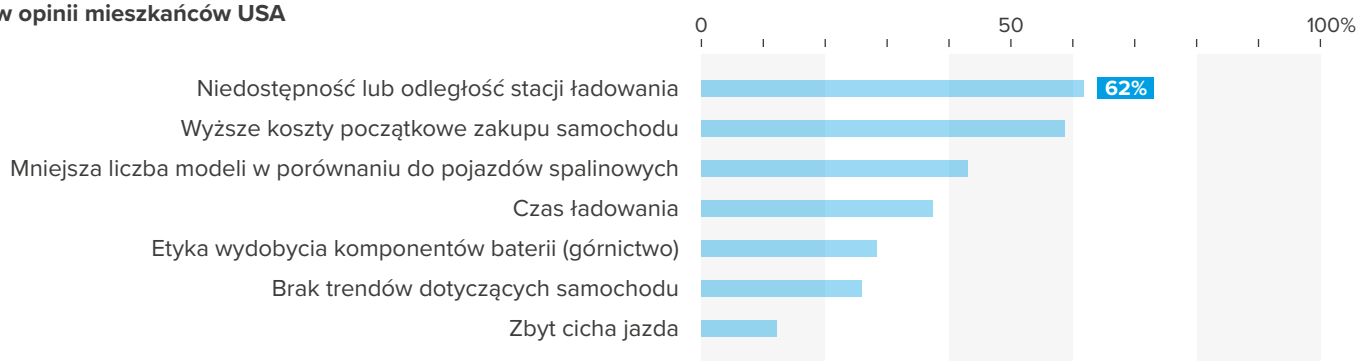
Aż 96% Chińczyków deklaruje, że kupując następny pojazd rozważy zakup pojazdu elektrycznego.

USA

Według badań przeprowadzonych w USA przez Morning Consult w marcu 2019 r., około 50% dorosłych respondentów rozważy kupno pojazdu o napędzie hybrydowym i około 33% pojazdu elektrycznego w ciągu najbliższych 10 lat. Deklarowane bariery zakupu są bardzo podobne do trendów w Europie. 62% konsumentów zadeklarowało, iż brak wystarczającej liczby publicznych punktów ładowania negatywnie wpływa na decyzję o zakupie pojazdu elektrycznego. Ponadto, 60% respondentów zadeklarowało, iż wysoka cena stanowi jedną z głównych barier zakupu EV. Interesującym jest fakt, że 46% ankietowanych zadeklarowało gotowość do zakupu pojazdów elektrycznych wyłącznie przez Internet, bez potrzeby korzystania z tradycyjnych salonów samochodowych, jeśli zmniejszyłoby to koszty zakupu pojazdu.

PREFERENCJE KIEROWCÓW NA ŚWIECIE, ZWIĄZANE Z ZAKUPEM POJAZDÓW ELEKTRYCZNYCH

Czynniki zmniejszające atrakcyjność pojazdów elektrycznych w opinii mieszkańców USA

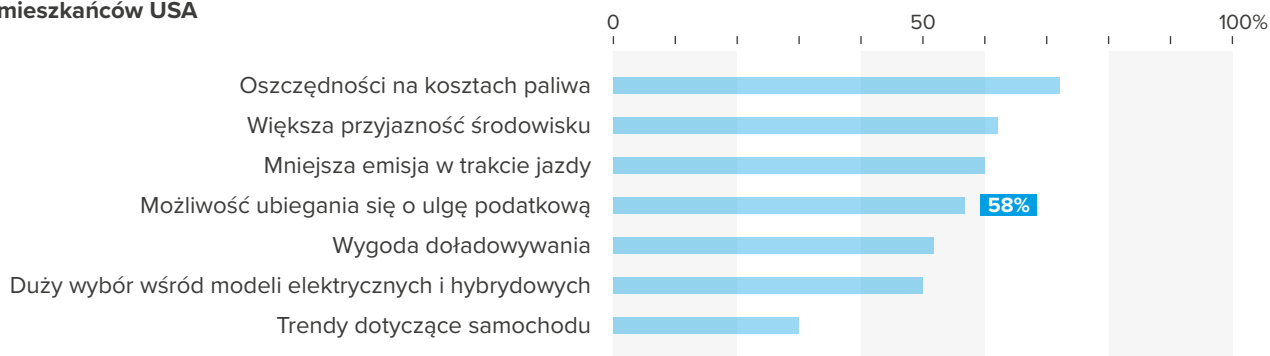


Źródło: Morning Consult (2019)

Wśród amerykańskiej opinii publicznej za podstawowy czynnik przemawiający za zakupem lub leasingiem samochodu elektrycznego uznaje się oszczędności płynące z mniejszych wydatków na ładowanie pojazdu w porównaniu do pojazdów zasilanych konwencjonalnymi silnikami spalinowymi. Dalszą pozycję zajmują kwestie ochrony środowiska oraz redukcji emisji, a jedynie około 30% konsumentów uważa modę i panujące trendy jako czynnik decydujący o zakupie EV. Jednocześnie, aż 84% respondentów nie posiadało wiedzy, czy w ich miejscu zamieszkania funkcjonuje jakikolwiek system zachęt (dotacji) do zakupu pojazdów elektrycznych.

Deklarowane bariery zakupu pojazdów elektrycznych przez mieszkańców USA są bardzo podobne do obaw Europejczyków.

Czynniki zwiększające atrakcyjność pojazdów elektrycznych w opinii mieszkańców USA



Źródło: Morning Consult (2019)

PREFERENCJE KIEROWCÓW NA ŚWIECIE, ZWIĄZANE Z ZAKUPEM POJAZDÓW ELEKTRYCZNYCH

Podobne wyniki przyniosło badanie wśród amerykańskich konsumentów przeprowadzone przez Autolist.com w sierpniu 2019 r. Wśród podstawowych barier odnoszących się do zakupu pojazdów elektrycznych wskazano: brak wystarczającego zasięgu, wysoki koszt zakupu oraz brak infrastruktury ładowania.

Należy jednak zwrócić uwagę, że deklarowany w tym badaniu pożądaný zasięg dla standardowego (non-luxury) pojazdu elektrycznego kosztującego w granicach 35 tys. USD wynosi 250-300 mil (400-480 km), co jest wartością zbliżoną do możliwości pojazdów BEV współcześnie dostępnych na rynku.

Bariery w zakupie pojazdów elektrycznych deklarowane przez mieszkańców USA



* Range Anxiety – lęk związany z zasięgiem

Źródło: Autolist.com (2019)



INFRASTRUKTURA ŁADOWANIA

INFRASTRUKTURA ŁADOWANIA

Kluczowe wnioski

1

Jak wynika z badań, 92% użytkowników pojazdów elektrycznych w Polsce chciałoby mieć możliwość ładowania samochodów w miejscu zamieszkania.

2

Podobne preferencje (88%) mają kierowcy pojazdów konwencjonalnych, którzy dopuszczają w przyszłości korzystanie z zeroemisyjnego środka transportu.

3

Mieszkańcy budynków jednorodzinnych dysponują możliwością ładowania swojego pojazdu elektrycznego w domu (99%), jednak tylko 2% mieszkańców budynków wielorodzinnych robi to w miejscu zamieszkania.

4

Zdaniem większości użytkowników EV, równoległe z rozwojem ogólnodostępnej infrastruktury ładowania w Polsce, należy ułatwić instalację ładowarki w miejscach lub niedaleko miejsc zamieszkania (33%).

5

W dalszej kolejności infrastruktura powinna powstawać w miejscach pracy (24%) i miejscach użyteczności publicznej (20%).

6

W opinii 73% respondentów, w pobliżu miejsca zamieszkania mogą być instalowane ładowarki AC – wallboxy lub stacje wolnostojące o mocy do 22 kW. 83% deklaruje, że korzystałoby z nich codziennie lub kilka razy w tygodniu. Ładowarki szybkie, o mocy do 150 kW, powinny powstawać na trasach przelotowych (52%) i w miejscach użyteczności publicznej (41%).

7

63% badanych stwierdziło, że mogłoby przeznaczyć na ładowanie pojazdu elektrycznego w miejscu zamieszkania od 5 do 8 godzin (np. w porze nocnej). Poza miejscem zamieszkania, zakładając jego odpłatność, maksymalnie godzinę (52%).

8

73% Polaków zdecydowałoby się na dłuższą podróż międzymiastową samochodem elektrycznym, wiedząc, że mają możliwość skorzystania z stacji szybkiego ładowania.

INFRASTRUKTURA ŁADOWANIA

Gdzie chciałbyś/chciałabyś ładować samochód elektryczny?

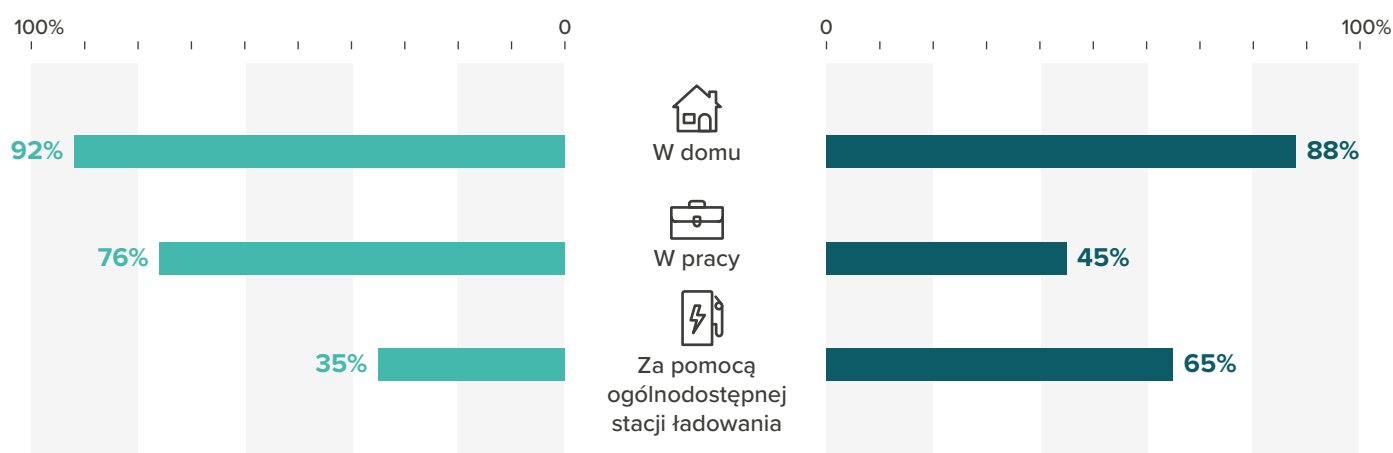


Użytkownicy EV

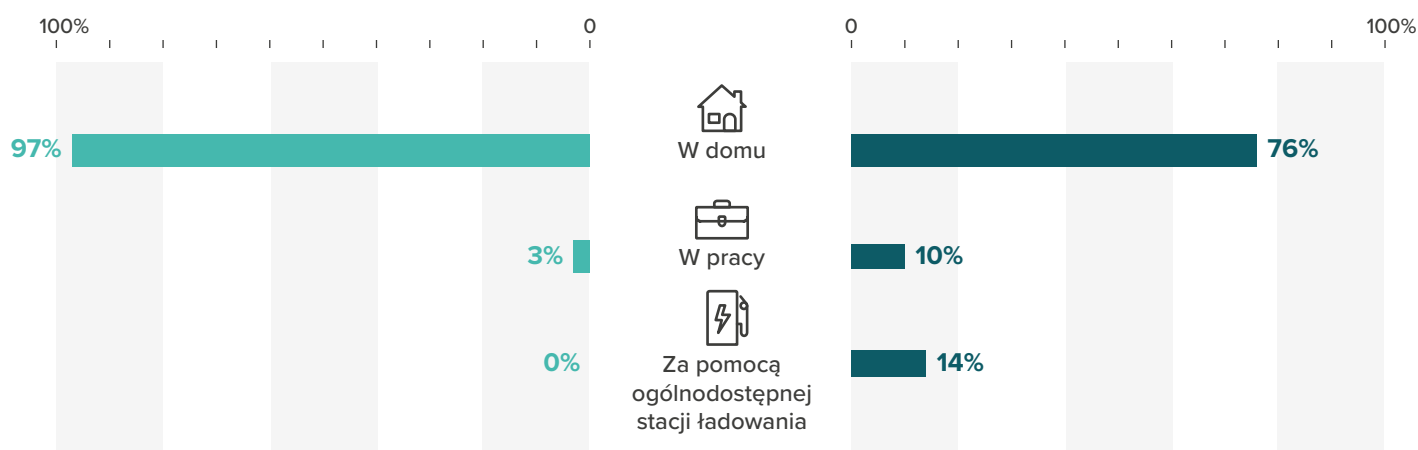
Użytkownicy ICE*



Odpowiedź wielokrotnego wyboru



Odpowiedź jednokrotnego wyboru



EV (Electric Vehicles) – pojazdy elektryczne i hybrydy typu plug-in

ICE (Internal Combustion Engine) – samochody spalinowe

* Ewentualnie / w przyszłości

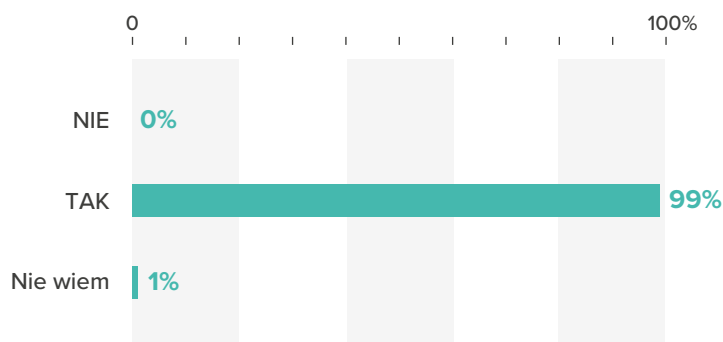
INFRASTRUKTURA ŁADOWANIA

Czy w miejscach zamieszkania istnieje możliwość ładowania samochodu elektrycznego?

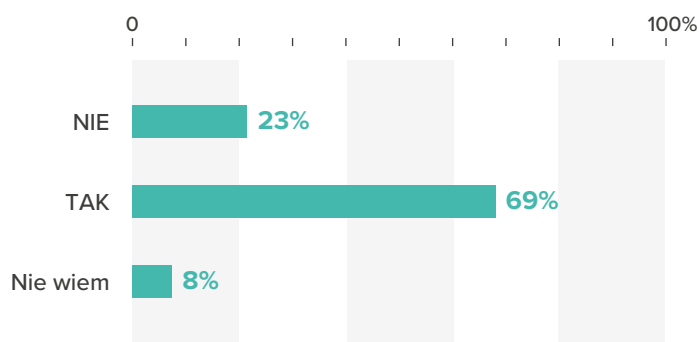
Użytkownicy EV



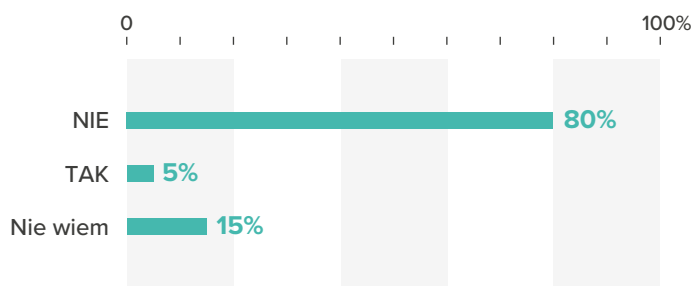
MIESZKAŃCY BUDYNKÓW JEDNORODZINNYCH



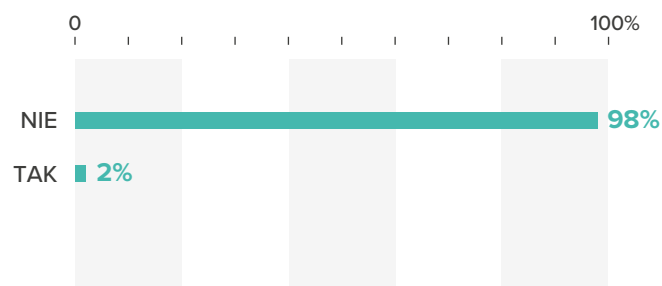
MIESZKAŃCY BUDYNKÓW WIELORODZINNYCH



Czy w budynku, w którym mieszkasz, istnieje taka możliwość?



Czy Ty ładujesz użytkowany pojazd elektryczny w budynku, w którym mieszkasz?



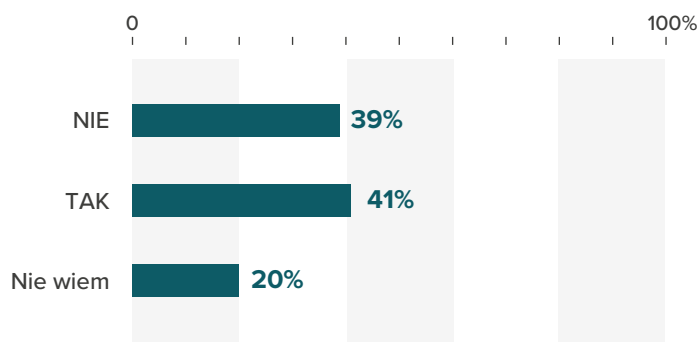
INFRASTRUKTURA ŁADOWANIA

Czy w miejscach zamieszkania istnieje możliwość ładowania samochodu elektrycznego?

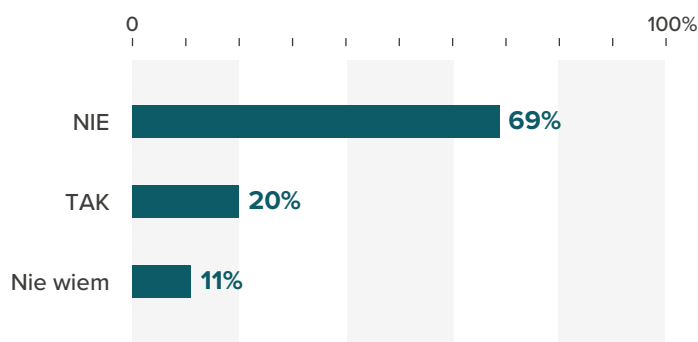
Użytkownicy ICE



MIESZKAŃCY BUDYNKÓW JEDNORODZINNYCH

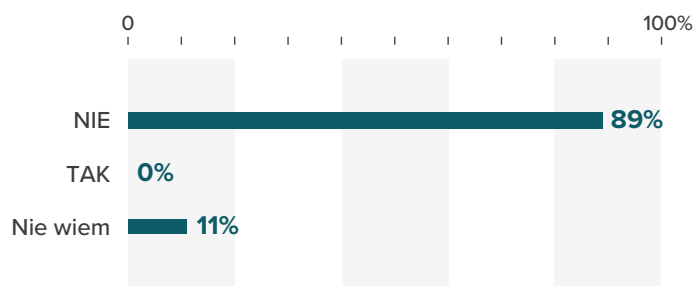
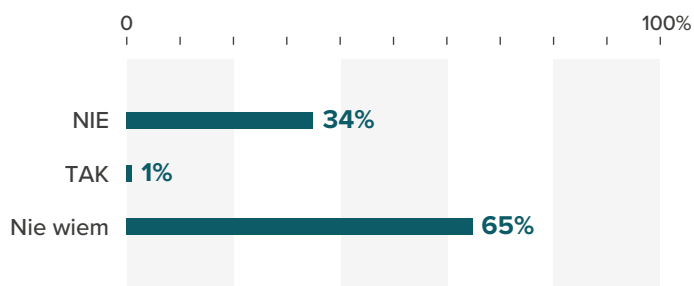


MIESZKAŃCY BUDYNKÓW WIELORODZINNYCH



Czy w budynku, w którym mieszkasz, istnieje taka możliwość?

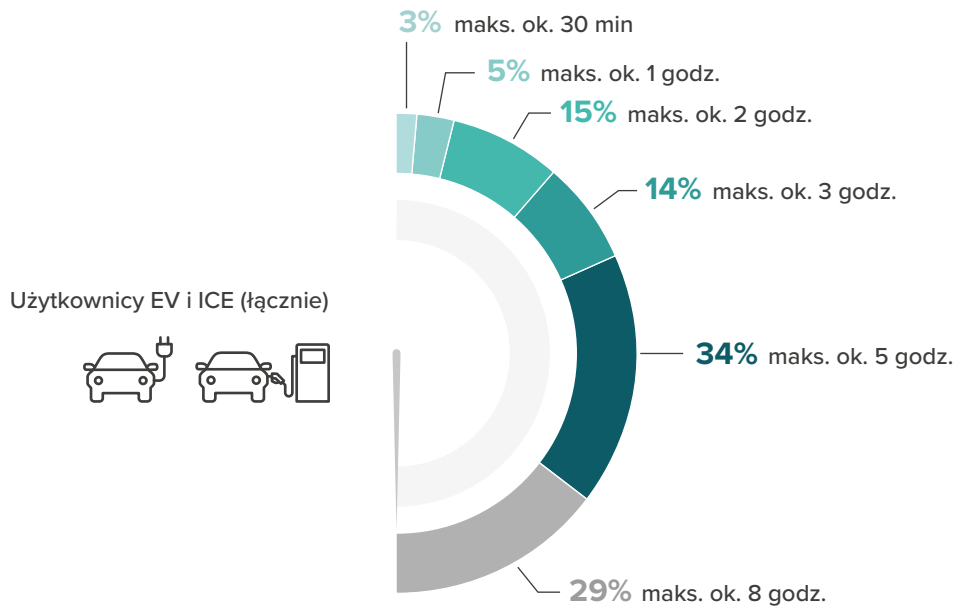
Czy ktoś ładuje pojazd elektryczny w budynku, w którym mieszkasz?



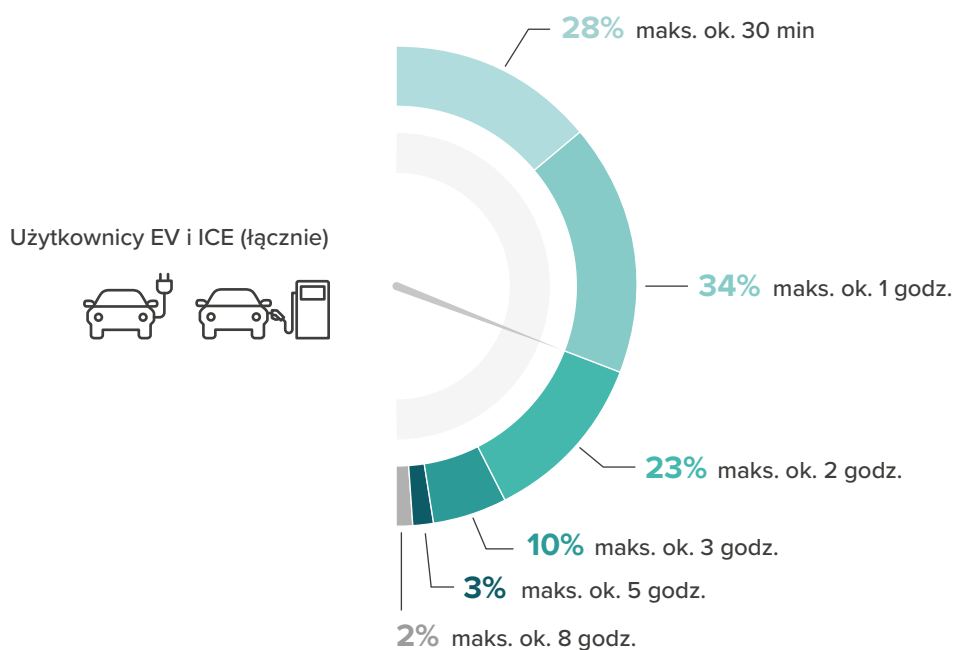
INFRASTRUKTURA ŁADOWANIA



Ile czasu chciałbyś/chciałabyś przeznaczać na ładowanie pojazdu elektrycznego w miejscu zamieszkania, np. w porze nocnej?



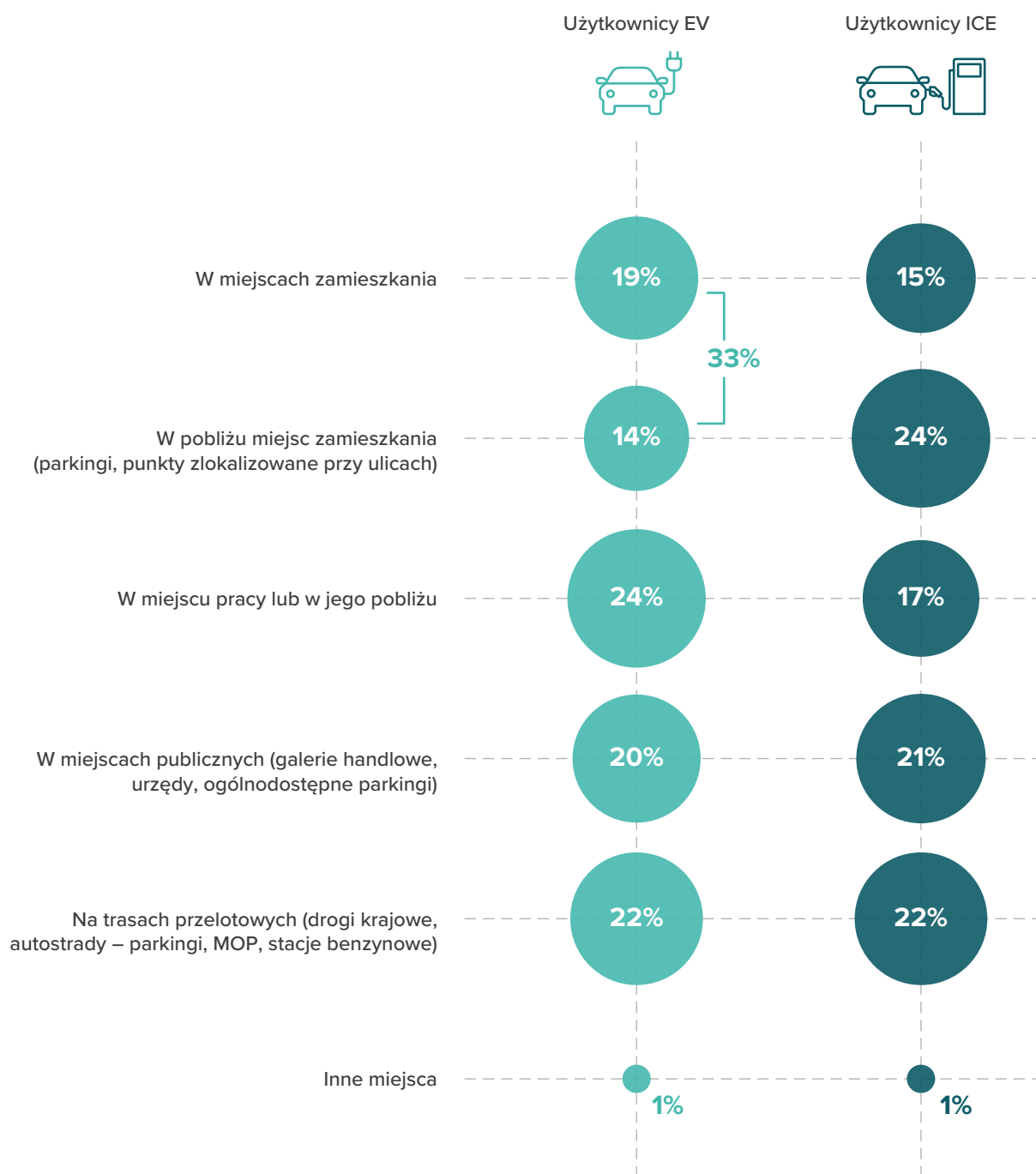
Ile czasu chciałbyś/chciałabyś przeznaczać na ładowanie pojazdu elektrycznego poza miejscem zamieszkania, zakładając jego odpłatność?



INFRASTRUKTURA ŁADOWANIA



Gdzie, w pierwszej kolejności, powinna powstawać infrastruktura ładowania pojazdów elektrycznych w Polsce?

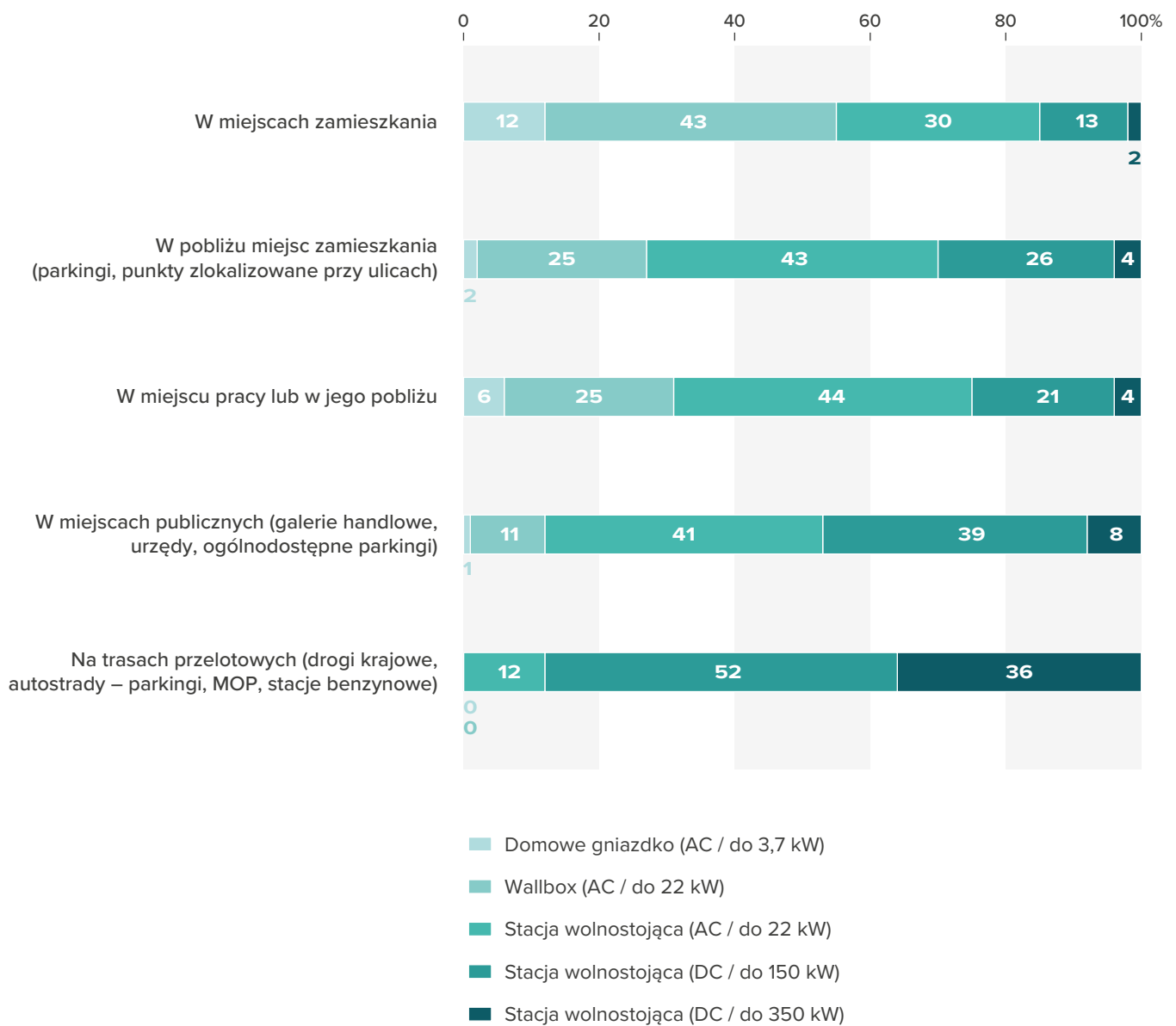


INFRASTRUKTURA ŁADOWANIA



Z jakiego typu ładowarek, znając ich funkcjonalności i przewidywane koszty, chciałbyś/chciałabyś korzystać w poniższych miejscach ładując pojazd elektryczny?

Użytkownicy EV i ICE (łącznie)

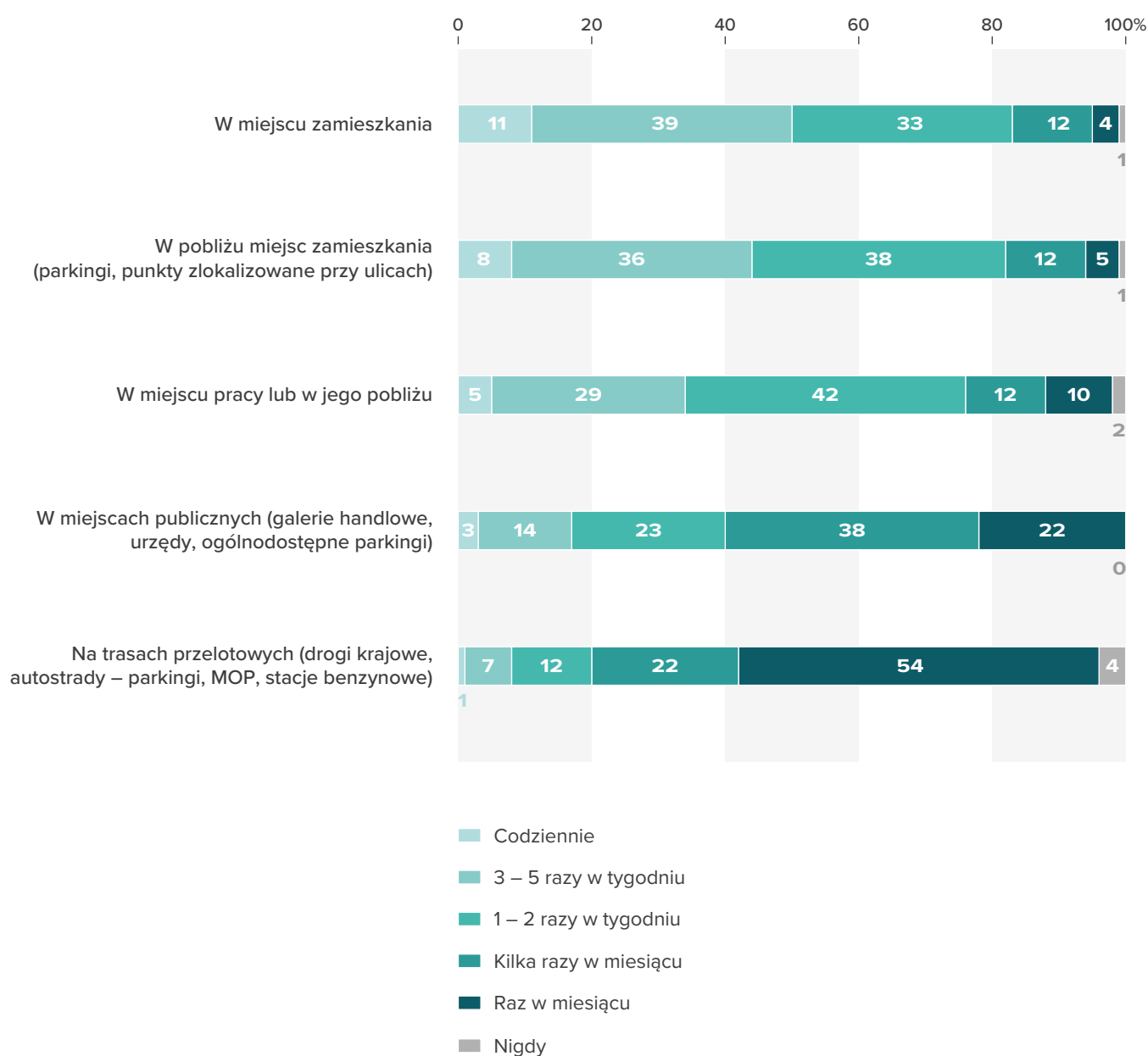


INFRASTRUKTURA ŁADOWANIA



Jak często chciałbyś/chciałabyś korzystać w poniższych miejscach z infrastruktury ładowania pojazdów elektrycznych?

Użytkownicy EV i ICE (łącznie)

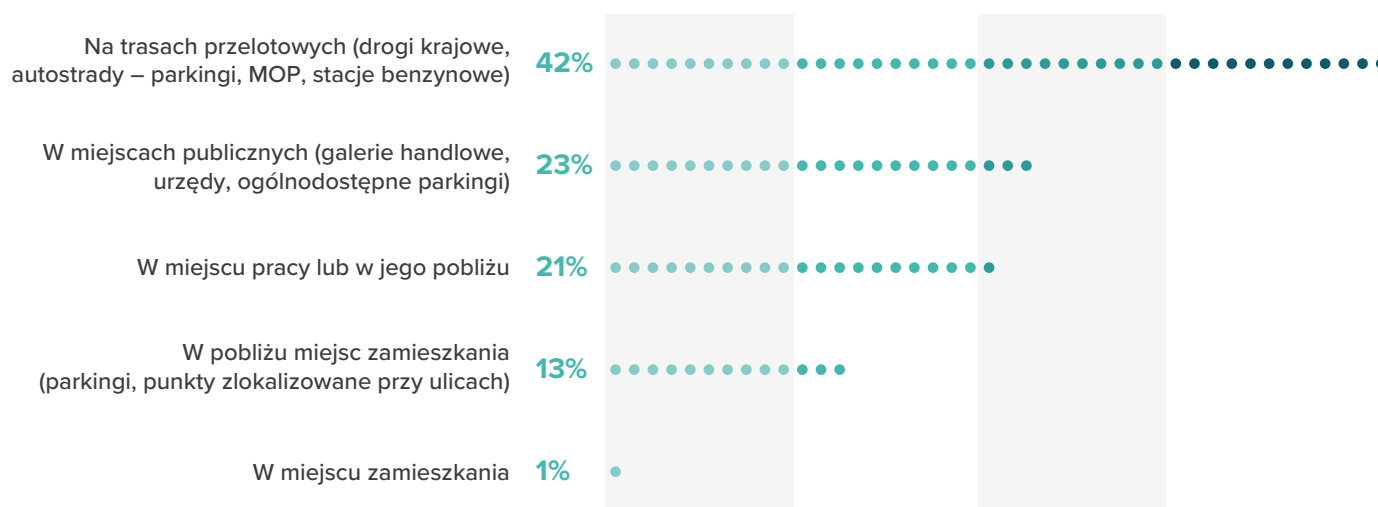


INFRASTRUKTURA ŁADOWANIA



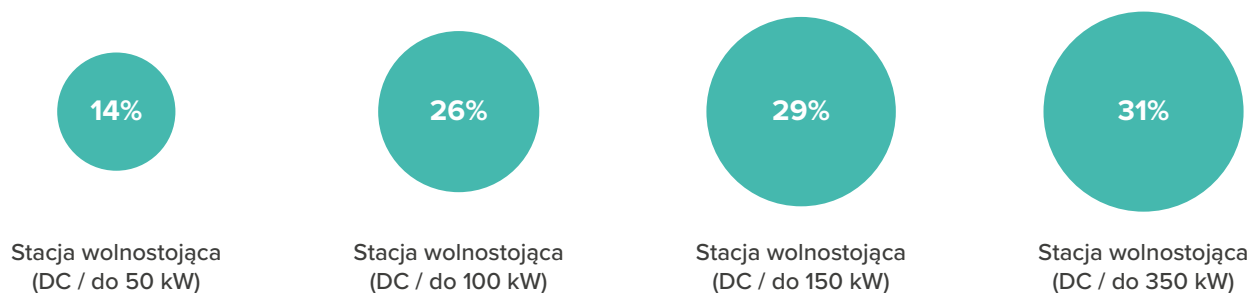
Gdzie, w pierwszej kolejności, powinny stanąć szybkie ładowarki, umożliwiające naładowanie samochodu w ok. 30-60 min?

Użytkownicy EV i ICE (łącznie)



Jaką moc powinny posiadać ładowarki zlokalizowane na trasach przelotowych (drogi krajowe, autostrady – parkingi, MOP, stacje benzynowe)

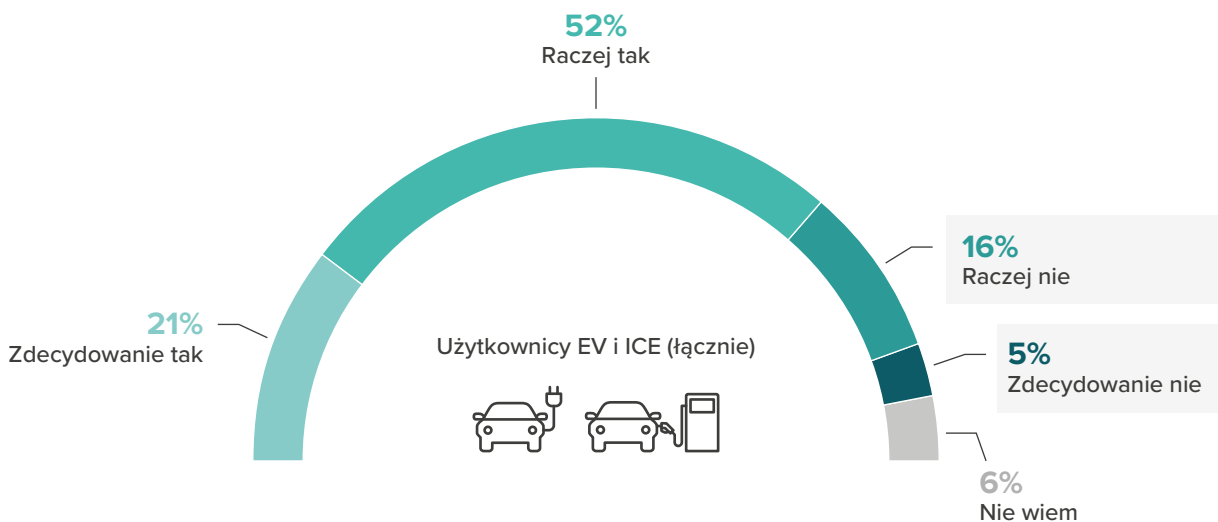
Użytkownicy EV



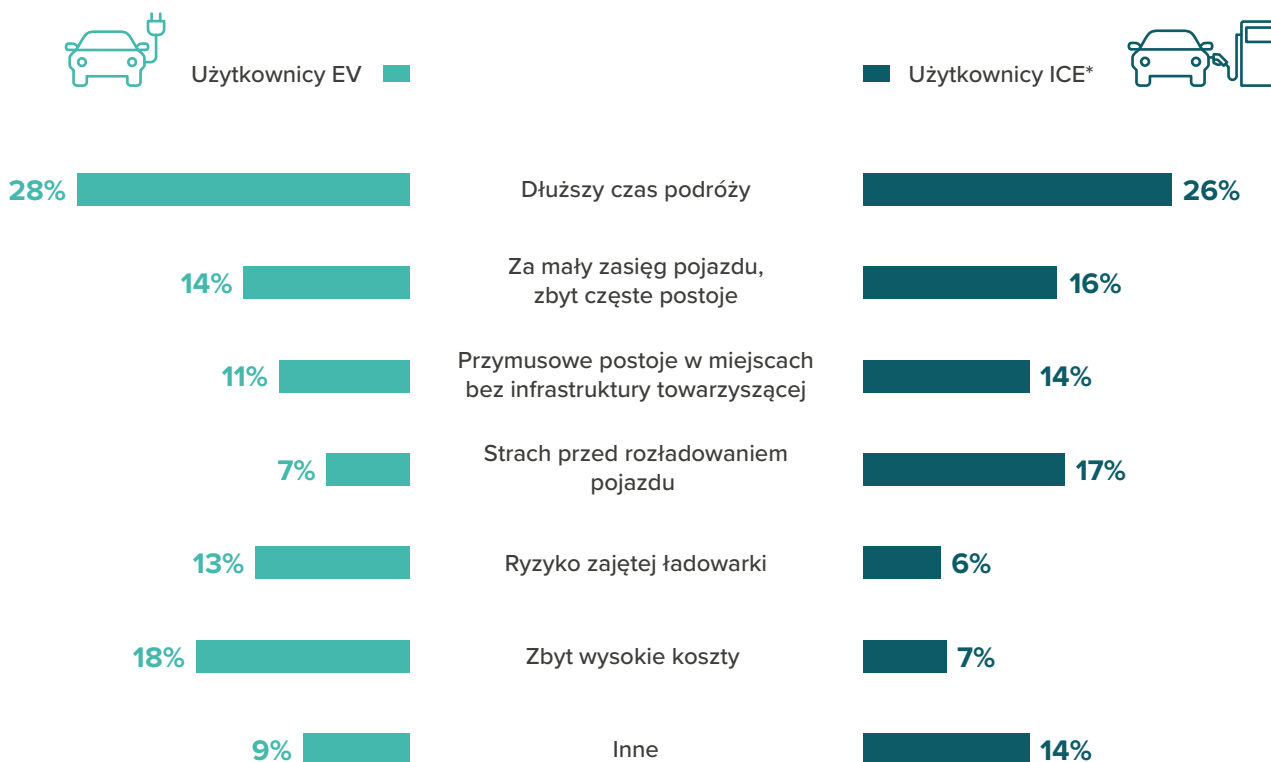
INFRASTRUKTURA ŁADOWANIA



Zakładając, że średni zasięg pojazdu elektrycznego na autostradzie to ok. 200 km, czy zdecydowałbyś/zdecydowałabyś się na podróż międzymiastową wiedząc, że możesz skorzystać po drodze z punktów szybkiego ładowania?



Dlaczego nie zdecydowałbyś/zdecydowałabyś się na dłuższą podróż pojazdem elektrycznym mając możliwość skorzystania z punktów szybkiego ładowania?



INFRASTRUKTURA ŁADOWANIA



Czy wiesz, gdzie znajduje się najbliższy od Twojego miejsca zamieszkania punkt ładowania samochodu elektrycznego?

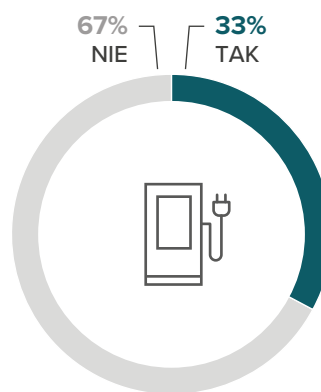
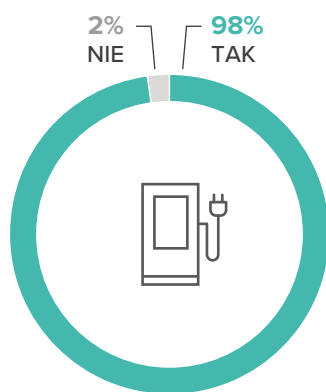
Użytkownicy EV



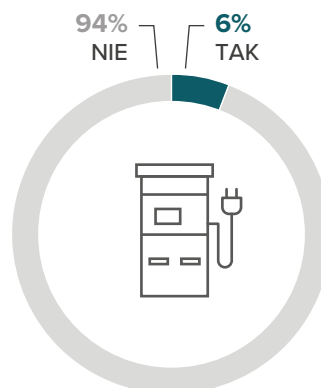
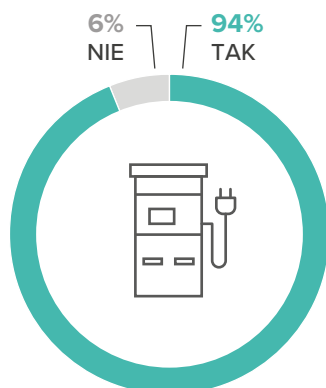
Użytkownicy ICE



Ładowarka wolna



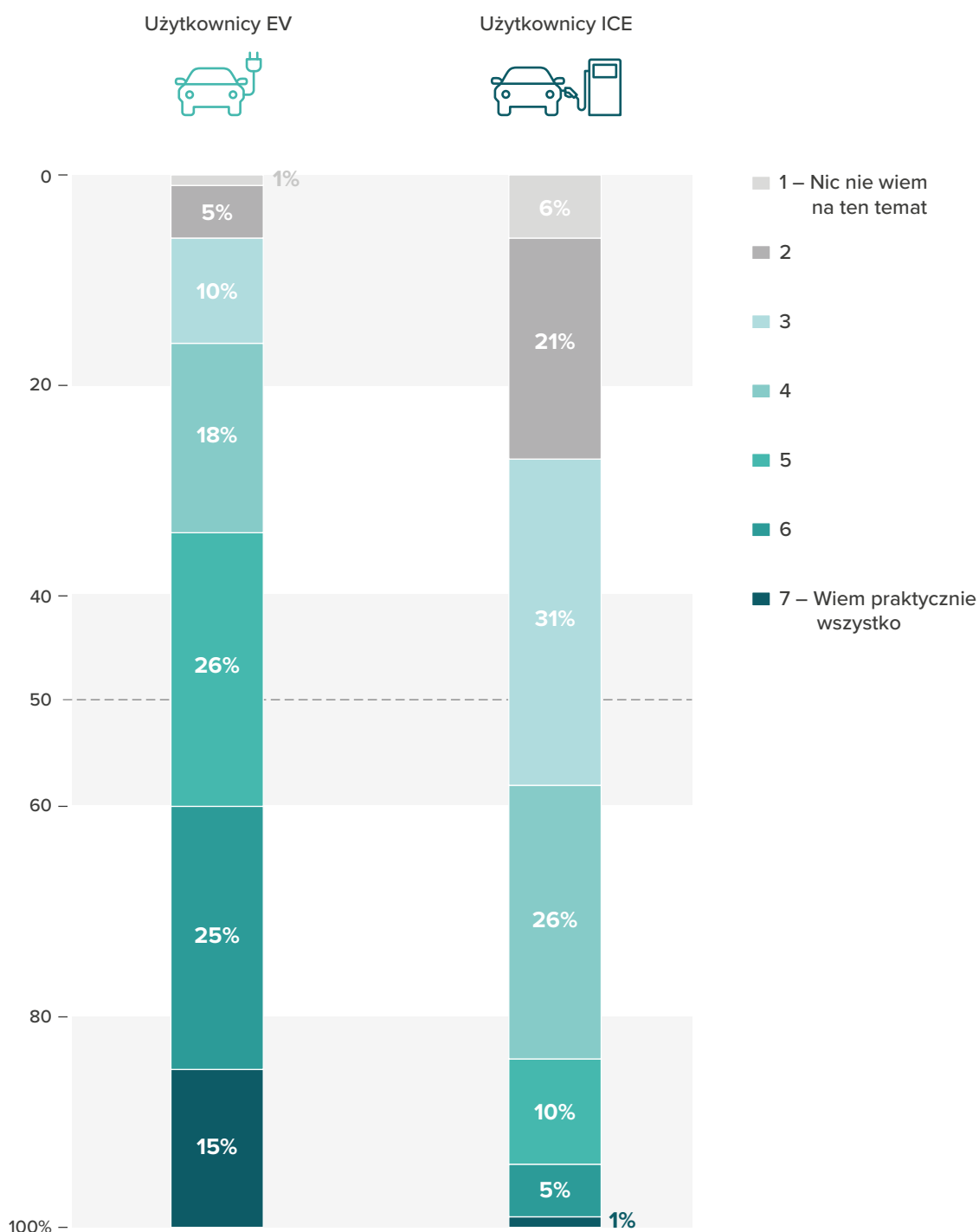
Ładowarka szybka



INFRASTRUKTURA ŁADOWANIA



Jak oceniasz swoją wiedzę na temat infrastruktury ładowania pojazdów elektrycznych (lokalizacji punktów, rodzajów ładowarek, typów złączy, oferowanych mocy, cen i form płatności)?



Preferencje kierowców na świecie, związane z infrastrukturą ładowania

Jak na tle Europy i świata wypadają preferencje polskich kierowców związane z infrastrukturą ładowania samochodów elektrycznych?

Deklaracje obecnych posiadaczy samochodów elektrycznych w Polsce są podobne do zachowań użytkowników i trendów zaobserwowanych w innych krajach. Z wyników badań przeprowadzonych m.in. w USA, Australii, Wielkiej Brytanii, Holandii i Norwegii wynika, że ładowanie pojazdów elektrycznych w domu stanowi około 80% wszystkich sesji ładowania.



Brak możliwości ładowania samochodów elektrycznych w miejscu zamieszkania jest postrzegany jako kluczowa przeszkoda w rozwoju elektromobilności.

Analiza danych dotyczących ładowania pojazdów elektrycznych przeprowadzonych w Holandii ukazała, że 60% użytkowników w ciągu roku korzysta z maksymalnie 5 różnych punktów ładowania.

Korelacja między dostępnością ogólnodostępnej infrastruktury a decyzją o zakupie EV nie została do tej pory dostatecznie zbadana. Mimo to istnieje powszechne przekonanie, że brak infrastruktury ładowania w miejscach publicznych jest czynnikiem hamującym popyt na pojazdy elektryczne. W kilku analizach wykazano, że inwestycje w stacje ładowania były bardziej skuteczne niż ulgi podatkowe w promowaniu sprzedaży pojazdów elektrycznych. Tymczasem przykład Danii i innych krajów, gdzie przy dobrze rozwiniętej sieci infrastruktury ładowania dynamika sprzedaży pojazdów elektrycznych jest niższa od prognoz, pokazuje, że tendencji występujących w niektórych krajach nie można uogólniać.

Z badań wynika również, że potencjalni nabywcy są zdecydowanie bardziej skłonni do zakupu pojazdu elektrycznego, jeśli mają dostęp do infrastruktury ładowania w miejscu pracy.



Dobrze rozwinięta sieć stacji ładowania jest czynnikiem docenianym przez użytkowników, jednak niewystarczającym przy podjęciu decyzji o zakupie pojazdu elektrycznego.

Badania preferencji kierowców w zakresie ładowania pojazdów elektrycznych w Australii wykazały ich wrażliwość na koszty i czas ładowania. Co ciekawe, osoby podróżujące z rodziną, częściej deklarowały korzystanie z publicznych stacji ładowania.

Wyniki badań pokazują, że zmienne stawki cen energii elektrycznej pozwalają użytkownikom obniżyć koszty ładowania swoich pojazdów, a jednocześnie przyczyniają się do większej elastyczności systemu elektroenergetycznego.

W różnych analizach zaobserwowane zostały dwa szczyty w zakresie pory rozpoczęcia ładowania: poranne (tzw. ładowanie służbowe), zazwyczaj z największym obciążeniem między godziną 7 a 9, oraz późne popołudnie (tzw. ładowanie domowe), z największym obciążeniem między godziną 16 a 19. Jednocześnie ładowanie poza domem jest bardziej powszechne w przypadku osób, które mają możliwość ładowania pojazdów w pracy lub gdy jest oferowane bezpłatnie.

PREFERENCJE KIEROWCÓW NA ŚWIECIE, ZWIĄZANE Z INFRASTRUKTURĄ ŁADOWANIA



Władze samorządowe poprzez narzędzia taryfowe mogą przyczynić się do zwiększenia efektywności użytkowania stacji ładowania.

Władze lokalne, stosując różne narzędzia taryfowe, mogą wpływać na długość sesji ładowania pojazdów elektrycznych oraz ich rozłożenie w ciągu doby, co pozwala zwiększyć efektywność wykorzystywania stacji ładowania. Co więcej, badania przeprowadzone w Holandii pokazały, że wprowadzenie bezpłatnego parkowania EV ma pozytywny wpływ na zamiar zakupu tych pojazdów. Wprowadzenie zasad dotyczących ładowania w ciągu dnia może przynieść także efekty związane z niższym obciążeniem punktów ładowania wieczorem.

Doświadczenia brytyjskie

W badaniach przeprowadzonych na przestrzeni jednego roku wśród ponad 200 użytkowników modelu Nissan Leaf w Wielkiej Brytanii nie zaobserwowano istotnych różnic w strukturze dziennego popytu na ładowanie w zależności od pory roku. Wykazano także, że około 70% pojazdów elektrycznych było podłączanych do zewnętrznego źródła energii raz dziennie, niezależnie od dnia tygodnia, natomiast godzina rozpoczęcia ładowania w weekendy była inna niż w dni robocze. Pierwsze podłączenie do ładowarek dla ponad 70% pojazdów zwykle miało miejsce przy poziomie naładowania baterii pomiędzy 25 a 75%. Tylko 2/3 pojazdów kończyła pierwsze ładowanie z pełną baterią. W przypadkach drugiego podłączenia, poziom naładowania akumulatora był wyższy, ale zakończenie ładowania przed uzupełnieniem energii w 100% było częstsze niż w przypadku pierwszego naładowania, zwłaszcza w dni wolne od pracy.

Z najnowszych badań przeprowadzonych dla rynku brytyjskiego i zawartych w raporcie „EV Charging Behaviour Study” z 2019 r. wynika, że największe zapotrzebowanie na ładowanie EV w skali krajowej następuje pomiędzy godziną 19 a 20 w dni powszednie w ramach ładowania domowego. Całkowite zapotrzebowanie dziennie w weekendy jest średnio o ok. 25% niższe niż w dni robocze i charakteryzuje się szerszym kształtem krzywej popytu, który osiąga maksymalną wartość godzinę wcześniej. Popyt spada także w trakcie dni świątecznych. Co więcej, zaobserwowano, że temperatura powietrza ma znaczący wpływ na popyt, szczególnie na ładowanie domowe: średnie dzienne zapotrzebowanie na moc wzrasta o 1,6% przy każdym spadku temperatury o 1°C.

Szybkie ładowanie

Użytkownicy samochodów elektrycznych oczekują coraz krótszego czasu ładowania EV. W 2019 r. punkty szybkiego ładowania (o mocy powyżej 22 kW) stanowiły mniej niż 12% całkowitej liczby punktów w UE. Aby sprostać oczekiwaniom użytkowników i stymulować rozwój rynku samochodów elektrycznych w różnych krajach, dynamicznej rozbudowie podlega sieć szybkich i ultraszybkich stacji ładowania. Budowanie sieci stacji szybkiego ładowania w zależności od etapu rozwoju krajowego rynku elektromobilności wymaga stosowania różnych modeli biznesowych oraz łączenia instrumentów finansowych wspierających jego rozwój.



Budowanie sieci stacji szybkiego ładowania w zależności od etapu rozwoju krajowego rynku elektromobilności wymaga stosowania różnych modeli biznesowych oraz łączenia instrumentów finansowych wspierających jego rozwój.

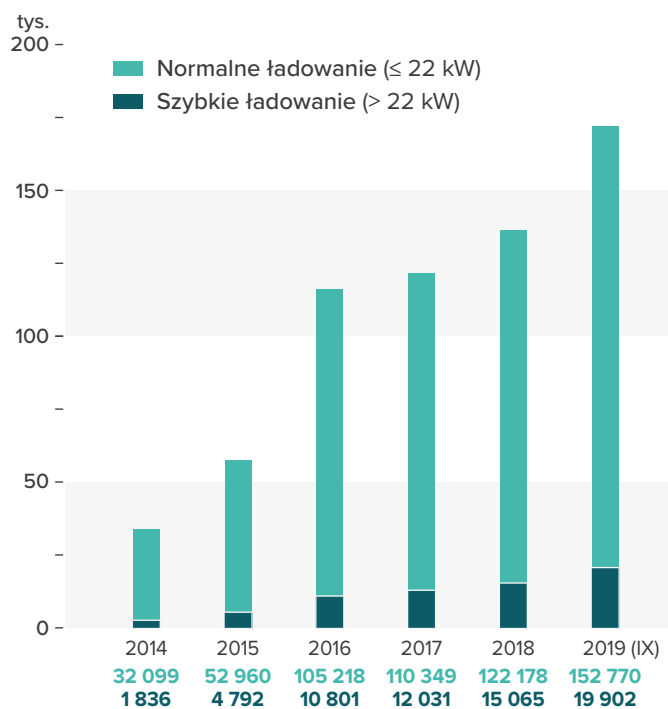
PREFERENCJE KIEROWCÓW NA ŚWIECIE, ZWIĄZANE Z INFRASTRUKTURĄ ŁADOWANIA

Rozwój stacji szybkiego ładowania w Norwegii, która przoduje w Europie pod kątem liczby BEV, odbywał się przy wsparciu rządowym. W ramach zainicjowanych działań powstało kilku lokalnych oraz kilku regionalnych/krajowych operatorów. Wsparcie rządowe na niedojrzałym rynku ma kluczowe znaczenie, ale wsparciu rozwoju infrastruktury muszą towarzyszyć zachęty dla potencjalnych nabywców pojazdów. Jednocześnie doświadczenia norweskiego rynku pokazują, że znaczna grupa nabywców, kupuje pojazdy elektryczne nawet przy braku rozwiniętej sieci szybkiego ładowania. Przy osiągnięciu krytycznej masy liczby samochodów elektrycznych, tak jak się stało na rynku norweskim, wyzwaniem staje się zapewnienie bardzo wysokiego tempa powstawania punktów szybkiego ładowania, pozwalającego na utrzymanie wysokiej dynamiki rozwoju floty.

Polska na tle innych krajów europejskich

Pod koniec sierpnia 2019 r. polska sieć ogólnodostępnej infrastruktury ładowania pojazdów elektrycznych liczyła niemal 890 stacji, przekładających się na 1611 punktów ładowania. Dynamiczny rozwój stacji ładowania EV obserwuje się w ostatnich latach w wielu krajach europejskich, jednak sytuacja kształtuje się nieco odmiennie na każdym z tych rynków. Spośród państw członkowskich UE najbardziej rozbudowaną infrastrukturę ładowania pojazdów elektrycznych posiadają: Holandia (43,7 tys. punktów), Niemcy (32,7 tys.), Francja (29,5 tys.) i Wielka Brytania (24,5 tys.). W tych czterech krajach znajduje się obecnie 75% wszystkich stacji ładowania zainstalowanych na obszarze UE.

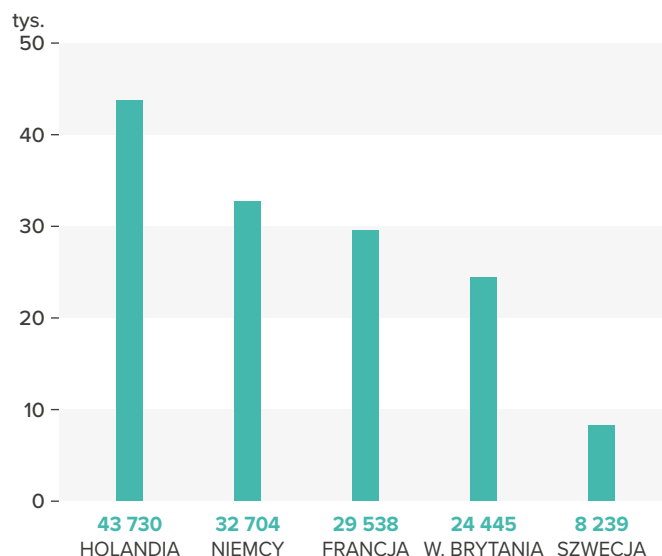
Liczba ogólnodostępnych punktów ładowania w UE



Źródło: dane EAFO

Liczba ogólnodostępnych punktów ładowania w krajach UE TOP 5

(stan na IX 2019 r.)



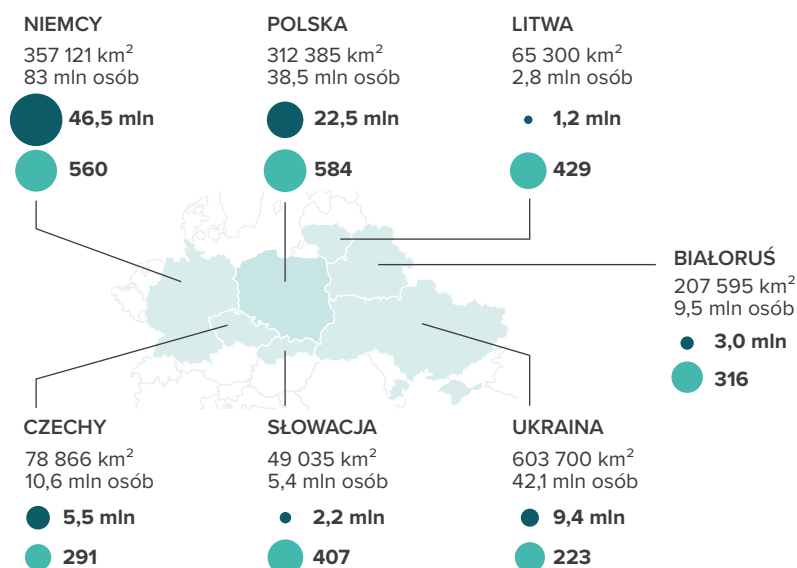
Źródło: dane EAFO

PREFERENCJE KIEROWCÓW NA ŚWIECIE, ZWIĄZANE Z INFRASTRUKTURĄ ŁADOWANIA

ROK 2018

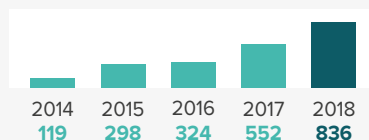
Podstawowe statystyki

- Liczba samochodów osobowych ogółem
- Liczba samochodów osobowych na 1000 mieszk.

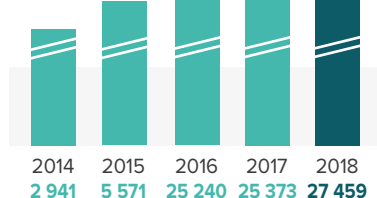


Liczba ogólnodostępnych punktów ładowania

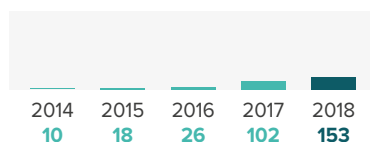
POLSKA



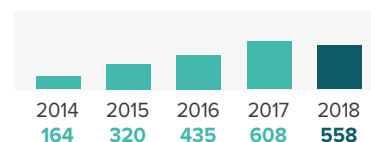
NIEMCY



LITWA



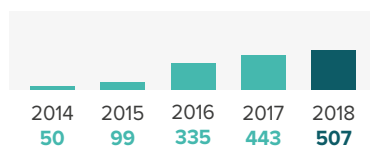
CZECHY



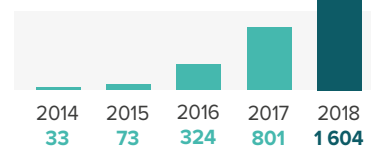
BIAŁORUŚ



SŁOWACJA



UKRAINA



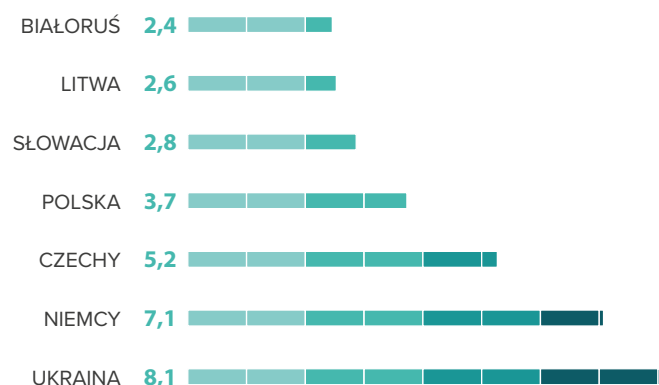
PREFERENCJE KIEROWCÓW NA ŚWIECIE, ZWIĄZANE Z INFRASTRUKTURĄ ŁADOWANIA

W Polsce, na jeden publicznie dostępny punkt ładowania przypada średnio 3,5 BEV. W Niemczech i Słowacji – 4 BEV/punkt. Lepiej wypada wschodni sąsiad Polski – Białoruś (2 BEV/punkt).

Tak dobry wynik w tym ostatnim przypadku wynika z niewielkiego parku pojazdów elektrycznych w stosunku do liczby publicznych stacji ładowania. Białoruś jest przykładem rynku, gdzie poziom rozbudowy infrastruktury – której rozwój został zaplanowany w programie rządowym do 2030 r. – wyprzedza popyt na samochody elektryczne.

Liczba pojazdów elektrycznych (BEV+PHEV) przypadających na jedną publiczną stację ładowania w wybranych krajach

(stan na 31 XII 2018 r.)



Analiza dostępności publicznych stacji ładowania powinna być rozpatrywana z uwzględnieniem wielu czynników, w tym specyfiki i poziomu dojrzałości rynku elektromobilności każdego z tych krajów.

Na poziomie regionalnym występuje znaczne zróżnicowanie dostępności ogólnodostępnej infrastruktury ładowania pojazdów elektrycznych. Wpływają na to zarówno gęstość zaludnienia, specyfika rynku mieszkalnego, jak i poziom rozwoju krajowego systemu elektromobilności, czy prowadzona polityka w zakresie wsparcia rozwoju infrastruktury.

Wyniki badań przeprowadzonych przez ICCT (2017) wskazują, że nie ma uniwersalnego benchmarku dotyczącego optymalnej liczby pojazdów elektrycznych przypadających na jeden publiczny punkt ładowania. Przykładowo, właściciele pojazdów elektrycznych w Kalifornii częściej mają dostęp do ładowania w domu i w miejscach pracy, dlatego sytuacją typową jest jedna publiczna stacja ładowania na 25 do 30 pojazdów elektrycznych. Z kolei w Holandii, ładowanie na prywatnych parkingach jest stosunkowo rzadkie, dlatego większą rolę ograża ładowanie w miejscach ogólnodostępnych (od 2 do 7 pojazdów elektrycznych na jedną publiczną stację).

Zwiększenie liczby stacji i punktów ładowania, wyposażenie ich w szybkie ładowarki, jak również zarządzanie zachowaniem użytkowników tej infrastruktury, są głównymi wyzwaniami na najbliższe lata dla wszystkich krajów.



ING

skuter
elektryczny

IN

**NOWA
MOBILNOŚĆ**

NOWA MOBILNOŚĆ

Kluczowe wnioski

1

Dokładnie połowa Polaków (50%) uznaje, że posiadanie samochodu nie świadczy już o statusie społecznym. 62% regularnie korzysta z publicznego transportu zbiorowego.

2

Zdaniem 44% respondentów, głównym czynnikiem przemawiającym za rezygnacją z własnego pojazdu jest dobrze rozwinięta komunikacja miejska.

3

Najwięcej badanych, zaraz po komunikacji publicznej, najczęściej korzysta z taksówek (29%) i usług operatorów ride-hailingu, takich jak Uber czy Bolt (19%).

4

Zdaniem Polaków, elektryczny carsharing może pomóc w walce z smogiem (78%) oraz redukcją korków w mieście (66%). Niemniej tylko 25% respondentów korzysta z wynajmu samochodów na minuty.

5

64% badanych rozważyłoby rezygnację z własnego pojazdu, gdyby inne niż samochód i komunikacja publiczna środki transportu zapewniały sprawne poruszanie się po mieście.

6

84% badanych nie zna terminu Mobility-as-a-Service (mobilność jako usługa). 55% stwierdziło, że w ich mieście nie można korzystać z aplikacji do zamawiania przejazdów.

7

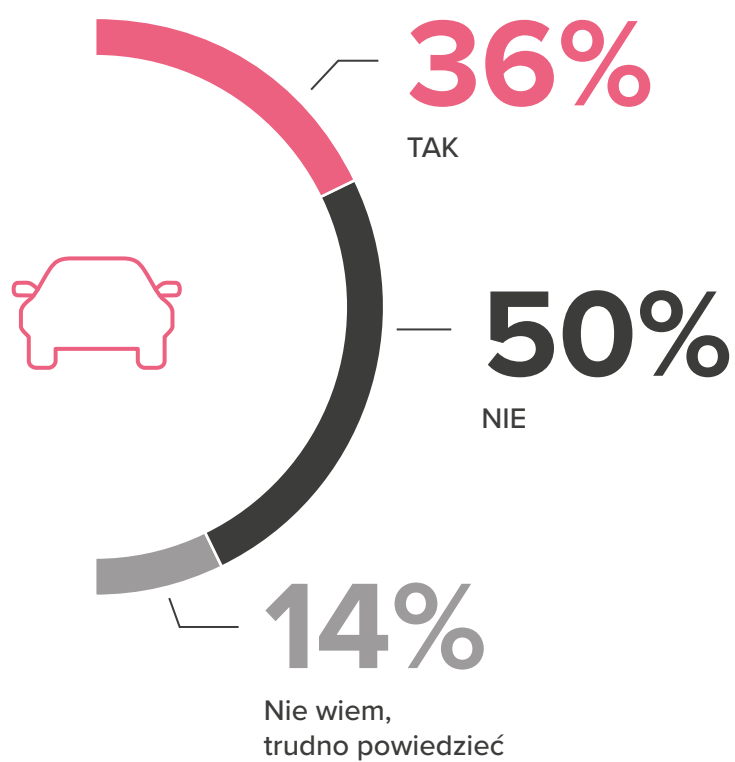
54% respondentów przyznaje, że korzysta z rowerów miejskich. W przypadku skuterów elektrycznych lub hulajnóg, 32% ankietowanych przyznaje, że korzysta z pojazdów tego rodzaju.

8

Jak pokazują doświadczenia zagraniczne, współużytkowanie samochodów, szczególnie elektrycznych, może zachęcać do zmiany zachowania i obniżania potrzeby posiadania samochodów prywatnych.

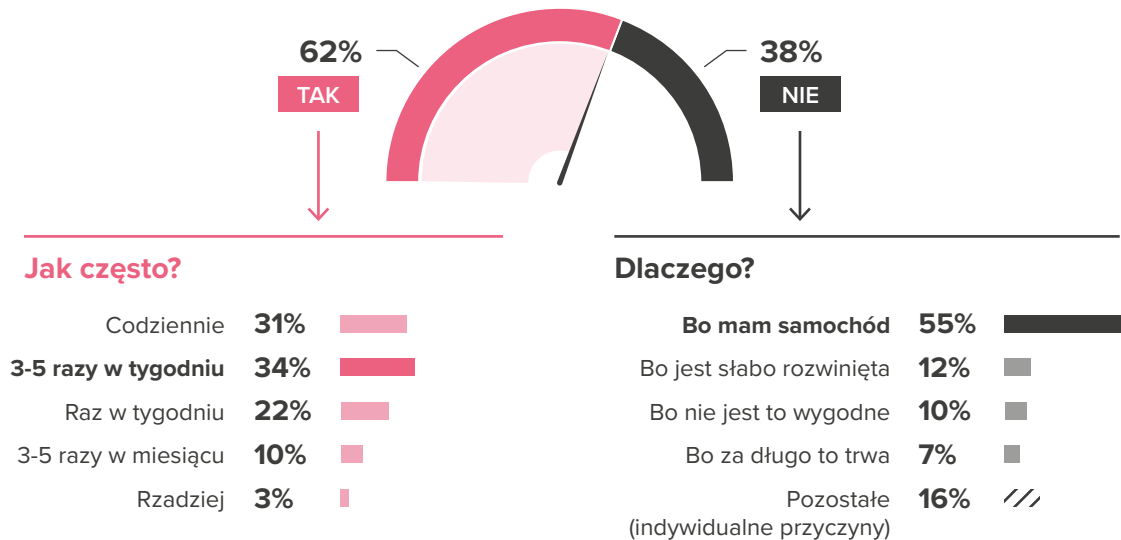
NOWA MOBILNOŚĆ

**Czy uważasz, że posiadanie samochodu
świadczy o statusie społecznym?**

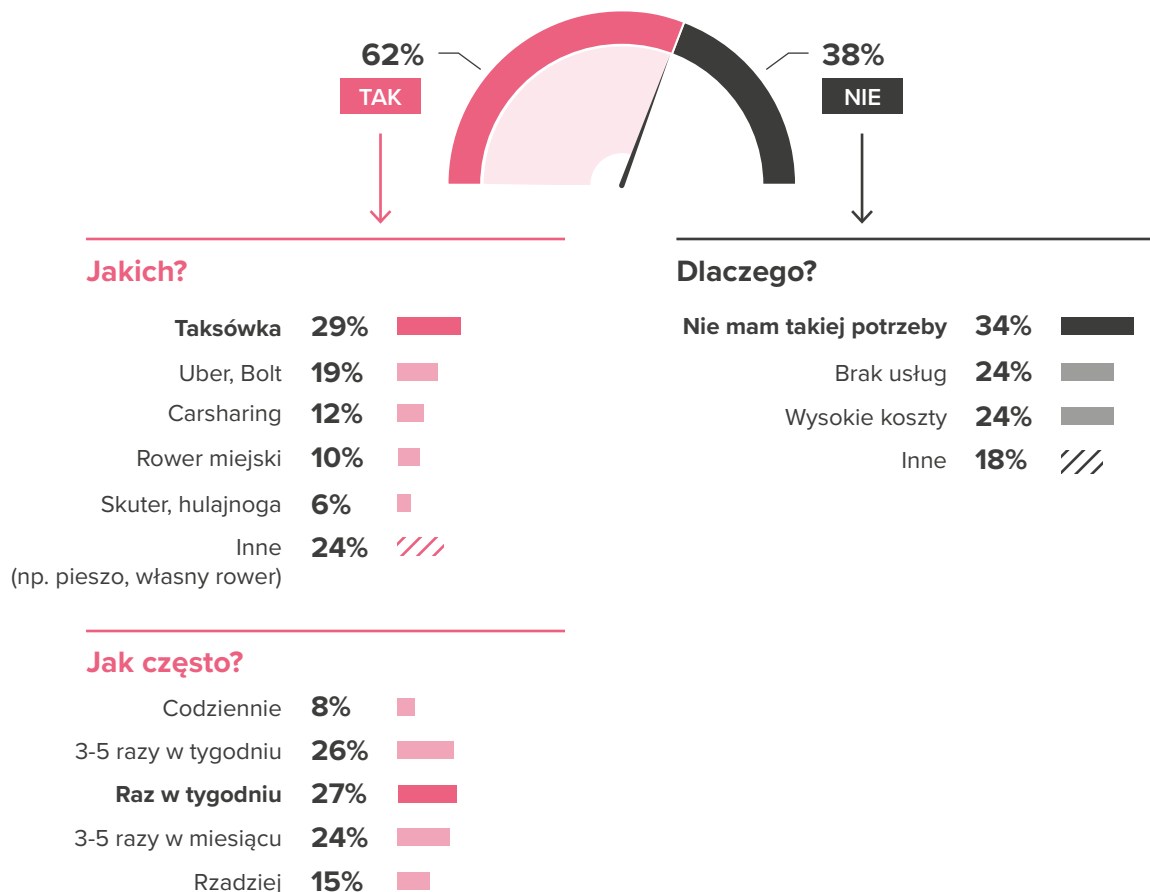


NOWA MOBILNOŚĆ

Czy poruszając się po mieście korzystasz z usług komunikacji miejskiej?

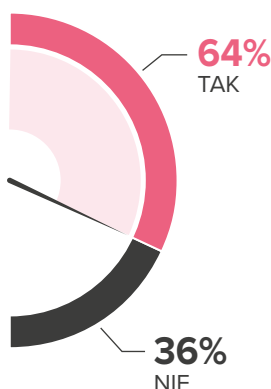


Czy poruszając się po mieście korzystasz z innych środków transportu niż samochód i komunikacja miejska?

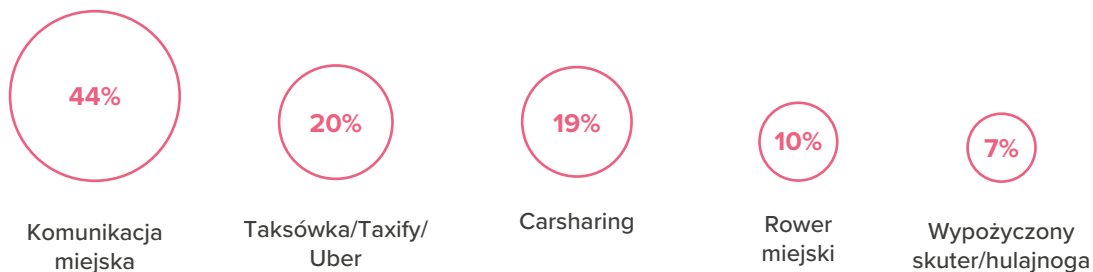


NOWA MOBILNOŚĆ

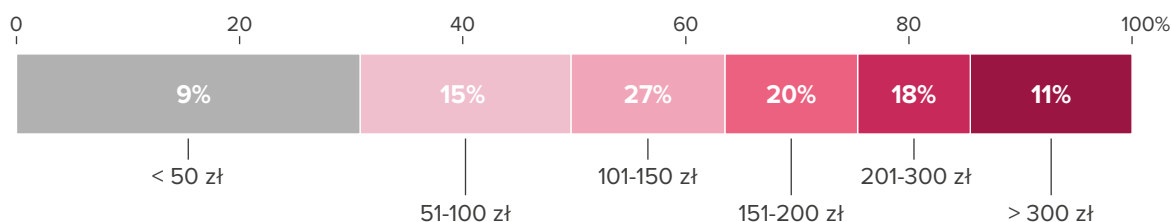
Czy gdyby inne niż samochód i komunikacja publiczna rodzaje transportu zapewniały sprawne i tanie poruszanie się po mieście, to czy byłbyś/byłabyś skłonny/a zrezygnować z korzystania z samochodu?



Z jakich rodzajów transportu byłbyś/byłabyś skłonny/a korzystać zamiast samochodu w pierwszej kolejności?

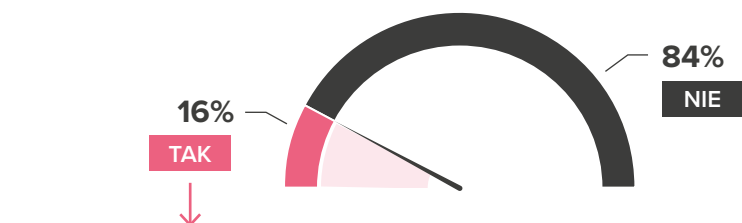


Decydując się na rezygnację z własnego samochodu, ile powinno kosztować cię korzystanie (średnio miesięcznie) ze zintegrowanego transportu w mieście (komunikacja miejska, carsharing, rowery miejskie)?

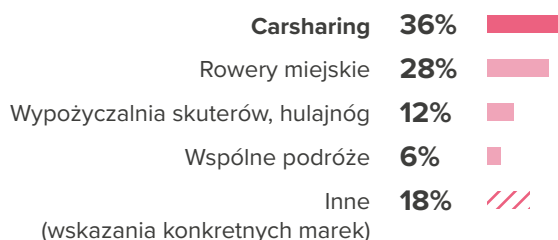


NOWA MOBILNOŚĆ

Czy znasz termin i koncepcję transportu jako usługi – MaaS (Mobility-as-a-Service)?

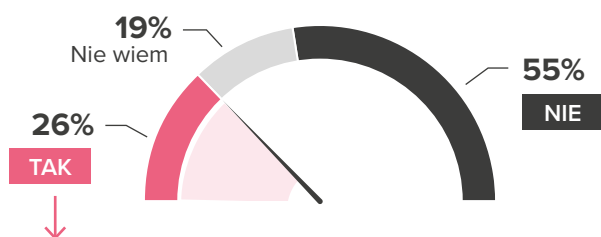


Wymień rodzaje MaaS



MaaS jest koncepcją, w której potrzeby transportowe pasażerów są zaspokajane w formie usługi, np. współdzielenia pojazdów. Oferta jest najczęściej dostępna w formie aplikacji, zapewniającej lokalizację środka transportu, system płatności etc.

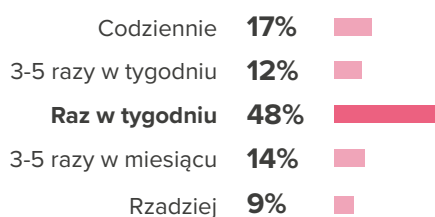
Czy w Twoim mieście można korzystać z tego typu aplikacji/usług?



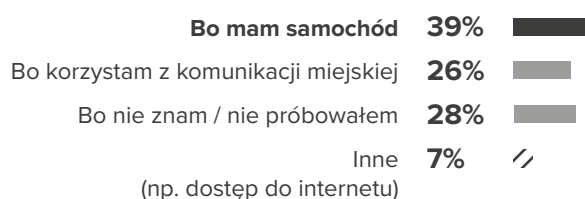
Czy korzystasz z takich aplikacji?



Jak często

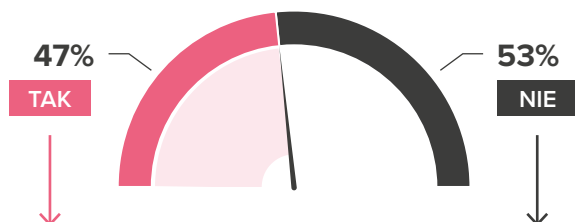


Dlaczego?

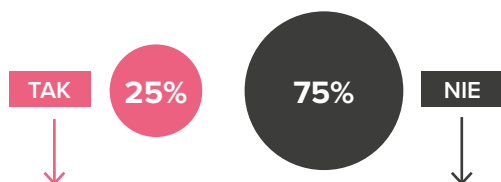


NOWA MOBILNOŚĆ

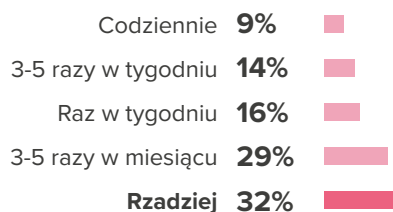
Czy w Twoim mieście można skorzystać z carsharingu?



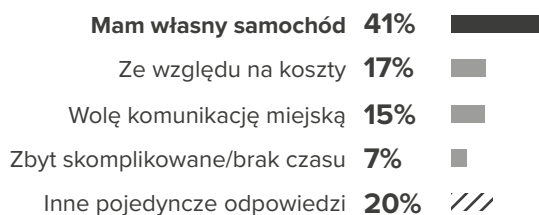
Czy Ty z niego korzystasz?



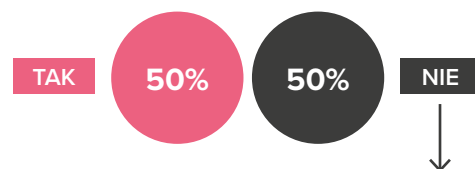
Jak często?



Dlaczego?



Gdyby można było z niego korzystać, robiłbyś to?



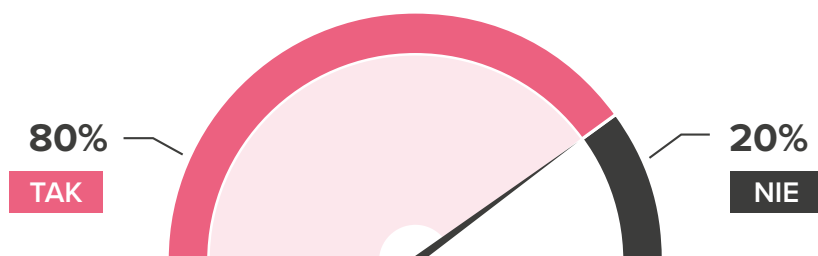
Dlaczego?



Co 4. ankietowany stwierdził, że ma własny samochód

NOWA MOBILNOŚĆ

Czy korzystając z carsharingu bardziej skłaniałbyś się do wyboru samochodu elektrycznego?



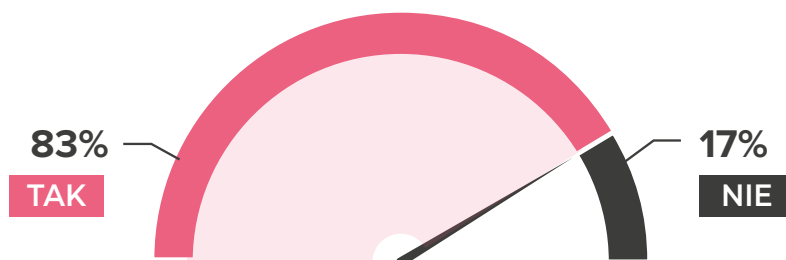
Czy Twoim zdaniem rozwój elektrycznego carsharingu może pomóc w walce ze smogiem?



Czy Twoim zdaniem rozwój elektrycznego carsharingu może pomóc ograniczyć korki?

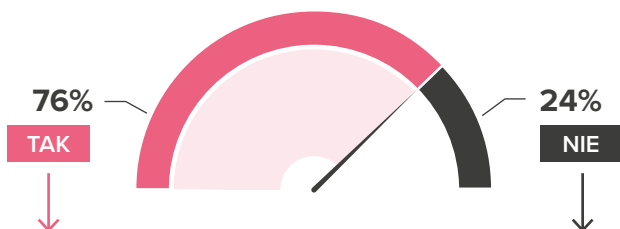


Czy Twoim zdaniem rozbudowany system carsharingu w mieście może mieć wpływ na decyzję o posiadaniu własnego samochodu przez mieszkańców?

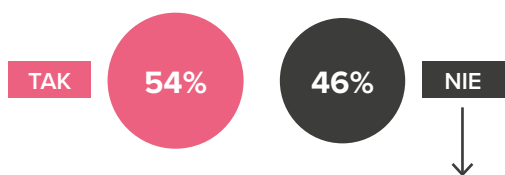


NOWA MOBILNOŚĆ

Czy w twojej miejscowości znajduje się system rowerów miejskich?



Czy z niego korzystasz?

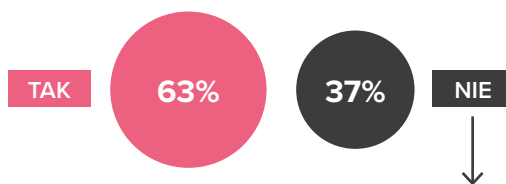


Dlaczego?

Bo nie mam takiej potrzeby



Czy gdyby w Twojej miejscowości znajdował się system rowerów miejskich, korzystałbyś z niego?

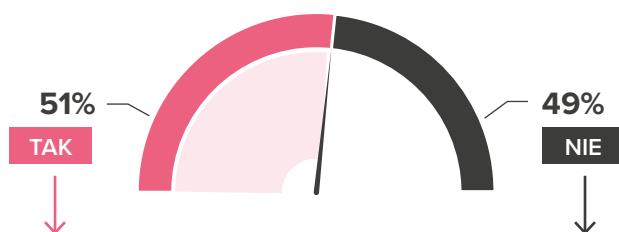


Dlaczego?

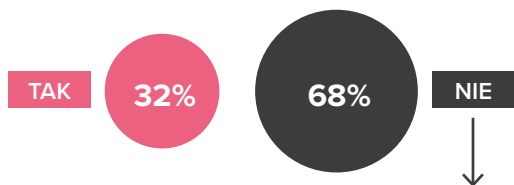
Bo mam swój rower / wolę kupić swój



Czy w twojej miejscowości można wypożyczyć skuter elektryczny lub elektryczną hulajnogę?



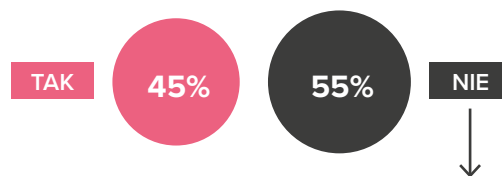
Czy je wypożyczasz?



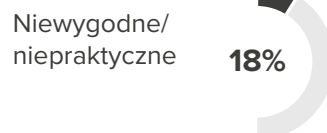
Dlaczego?



Czy jeśli w Twojej miejscowości można by było wypożyczyć skuter, skorzystałbyś z takiej usługi?



Dlaczego?

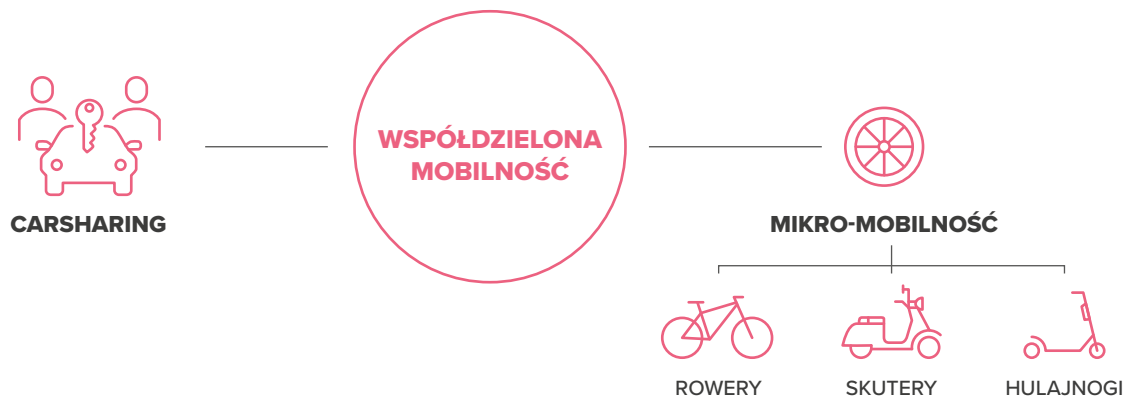


Preferencje użytkowników na świecie, związane ze współdzieloną mobilnością

Jak na tle Europy i świata wypada rozwój nowej mobilności w Polsce?

Mobilność współdzielona (*shared mobility*) to dynamicznie rozwijająca się, nowoczesna forma zaspokojenia potrzeb mieszkańców w zakresie przemieszczania się, polegająca na samodzielnym wypożyczaniu za pomocą aplikacji mobilnych różnych typów pojazdów: samochodów oraz

dwu- i trzykołowych pojazdów małych rozmiarów (skuterów, rowerów, hulajnóg itp.). Po zakończeniu przejazdu środek transportu może być wykorzystany przez kolejnego użytkownika.



W zależności od tego, jakie podmioty występują po stronie oferenta oraz po stronie użytkownika współdzielonych usług, wyróżnia się 4 podstawowe **modele biznesowe**:

- 1 | **B2C** (*business-to-consumer*),
- 2 | **B2B** (*business-to-business*),
- 3 | **P2P** (*peer-to-peer*), czyli pożyczanie pojazdu od osób prywatnych, które wypożyczają swoje własne samochody innym na krótki czas,
- 4 | **Not-for-profit**.

Operatorzy oferujący usługi carsharingu dla użytkowników prywatnych (B2C) wykorzystują kilka podstawowych **modeli operacyjnych**:

- > **Model bazowy** (*station-based*), nazywany też zamkniętym (*round-trip*) lub A-A, w którym odbiór i zostawienie pojazdu następują w tym samym miejscu parkingowym (tzw. baza),
- > **Model otwarty** (*free-floating*), określany również jako bezstacyjny (*dockless*) czy elastyczny (*flexible*), pozwalający jego użytkownikom na rozpoczynanie i kończenie podróży w dowolnym miejscu w obrębie strefy wyznaczonej przez operatora,
- > **Model point-to-point** lub A-B, w którym zakończenie przejazdu następuje we wskazanym miejscu, np. punkcie ładowania samochodu elektrycznego.

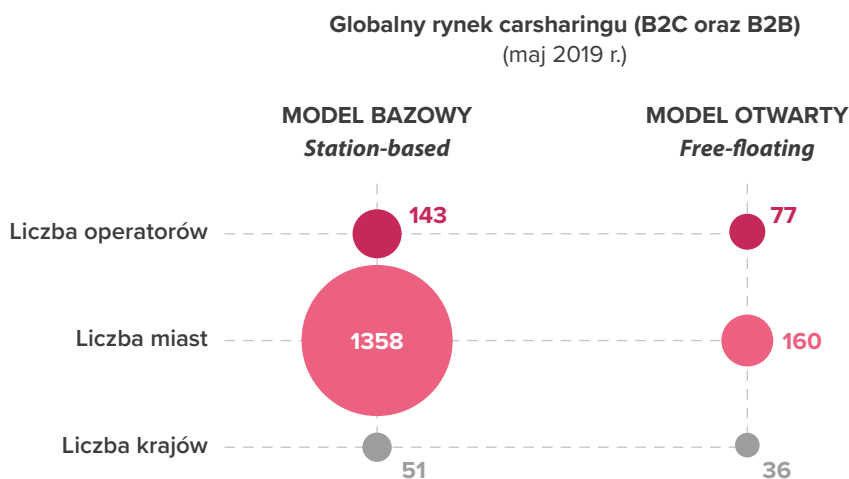
W przypadku współdzielonych rowerów także mogą być stosowane różne rozwiązania: system stacyjny, system otwarty lub mieszany. Z kolei operatorzy hulajnóg i skuterów zazwyczaj oferują swoje usługi w modelu otwartym, chociaż coraz częściej jest on uzupełniany o stałe bazy (*hot-spoty* lub *huby mobilności*).

PREFERENCJE UŻYTKOWNIKÓW NA ŚWIECIE, ZWIĄZANE ZE WSPÓLDZIELONĄ MOBILNOŚCIĄ

Carsharing: Polska na tle trendów globalnych

Według danych Movmi oraz Carsharing Association (CSA), w maju 2019 r. carsharing był dostępny w 59 krajach świata. Łącznie 236 operatorów świadczyło swoje usługi w 3128 miastach. Dominującym pozostaje model operacyjny wykorzystujący stałe bazy – nadal stosuje go ponad 60% operatorów w ponad 50 krajach. Jednocześnie, w ciągu ostatnich dwóch lat dynamicznie rozwijał się model otwarty, który od początku został zastosowany przez większość operatorów w Polsce.

Dominujący w Polsce model współdzielenia samochodów to free-floating, czyli najbardziej nowoczesna i wygodna dla użytkownika forma carsharingu.



Źródło: Movmi & CSA (2019)

Najwięcej operatorów funkcjonuje w USA, we Włoszech, w Rosji (głównie w Moskwie) i Kanadzie. Wśród krajów UE, obok rynku włoskiego, carsharing upowszechnił się na dużą skalę w Niemczech, Francji, Hiszpanii i Wielkiej Brytanii. W Polsce, gdzie systemy carsharingu rozwijane są od pięciu lat, pod koniec 2019 r. funkcjonowało 11 operatorów, oferujących mieszkańcom 12 miast prawie 3,6 tys. współdzielonych pojazdów, w tym ponad 700 elektrycznych.

Zmiana zachowań konsumentów z posiadania na współdzielenie jest kluczowym czynnikiem, który zadecyduje o rozwoju elektrycznego carsharingu w kolejnych latach.

PREFERENCJE UŻYTKOWNIKÓW NA ŚWIECIE, ZWIĄZANE ZE WSPÓLDZIELONĄ MOBILNOŚCIĄ

Uważa się, że rozwój carsharingu będzie pozytywnie wpływał na wzrost sprzedaży samochodów elektrycznych. Jednakże, jak pokazuje doświadczenie wielu krajów, m.in. Niemiec, z największą liczbą współdzielonych pojazdów elektrycznych wśród krajów ościennych Polski, operatorzy carsharingu w obecnym etapie rozwoju technologii i dojrzałości rynku elektromobilności nie są w stanie osiągnąć efektywności ekonomicznej swojej działalności. Potwierdzają to pierwsze doświadczenia funkcjonowania tych operatorów w Polsce. Dotyczy to zarówno podmiotów, które oferują wypożyczenie pojazdów wyłącznie elektrycznych, jak i posiadających flotę aut z różnymi rodzajami napędu.

Ponadto, według danych niemieckiego stowarzyszenia BCS, większość nowych graczy (start-upów) po upływie okresu subwencji publicznej nie osiąga pozytywnych wyników ekonomicznych i po wstrzymaniu wsparcia finansowego, kończy swoją działalność. Zmiana zachowań i nawyków konsumentów jest kluczowym czynnikiem, który zadecyduje o rozwoju elektrycznego carsharingu w kolejnych latach.

Kultura posiadania

Przyzwyczajenie do posiadania samochodu osobowego (*car ownership*) utrwalalo się w kulturze mobilności począwszy od drugiej połowy XX wieku. Jest to nadal bardzo ważny element stylu życia wielu mieszkańców globu, zapewniający elastyczność, prywatność i wygodę przemieszczania się. Co więcej, posiadanie samochodu, które zazwyczaj jest jednym z najdroższych wydatków konsumpcyjnych, przyjęło w krajach wysoko rozwiniętych status praw demokratycznych i wolności obywatelskich, a możliwość użytkowania pojazdu może być postrzegana jako ważniejsza niż prawo do głosowania.

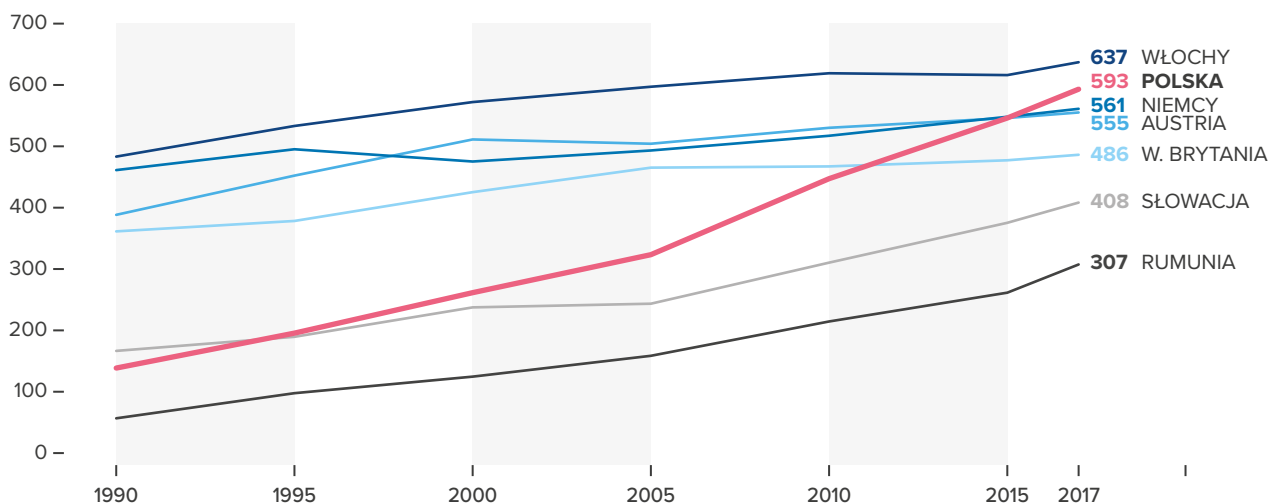


Posiadanie samochodu dla mieszkańców wielu krajów pozostaje czynnikiem kojarzonym z wysokim poczuciem prywatności, statusem społecznym oraz wolnością obywatelską.

Rozwój motoryzacji indywidualnej w poszczególnych krajach przebiegał w różnym tempie. W niektórych państwach już na początku XX wieku osiągnięto wysoki poziom rozwoju tego sektora, mierzony liczbą samochodów osobowych przypadających na 1000 mieszkańców, dlatego też w ciągu ostatnich dziesięciu lat wzrosty wartości wspomnianego wskaźnika są stosunkowo niskie (m.in. w Austrii, Niemczech, Wielkiej Brytanii). Tymczasem w innych państwach (jak np. w Polsce) w dalszym ciągu odnotowuje się wysoką dodatnią dynamikę. Oprócz tego, w tym samym kraju mogą występować znaczne różnice w postrzeganiu roli oraz wykorzystaniu samochodu osobowego między poszczególnymi ośrodkami miejskimi.

PREFERENCJE UŻYTKOWNIKÓW NA ŚWIECIE, ZWIĄZANE ZE WSPÓLDZIELONĄ MOBILNOŚCIĄ

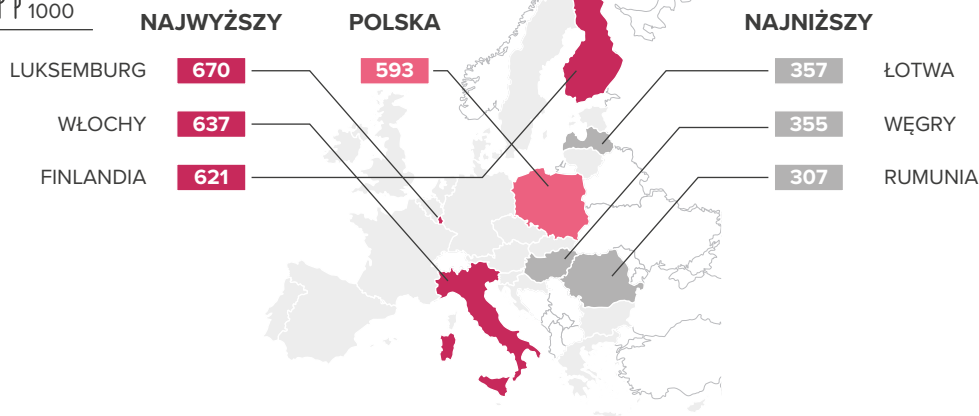
Liczba samochodów osobowych na 1000 mieszkańców w krajach UE



Źródło: Eurostat, 2019

Wskaźnik motoryzacji w UE

Liczba samochodów osobowych na 1000 mieszkańców w 2017 r.



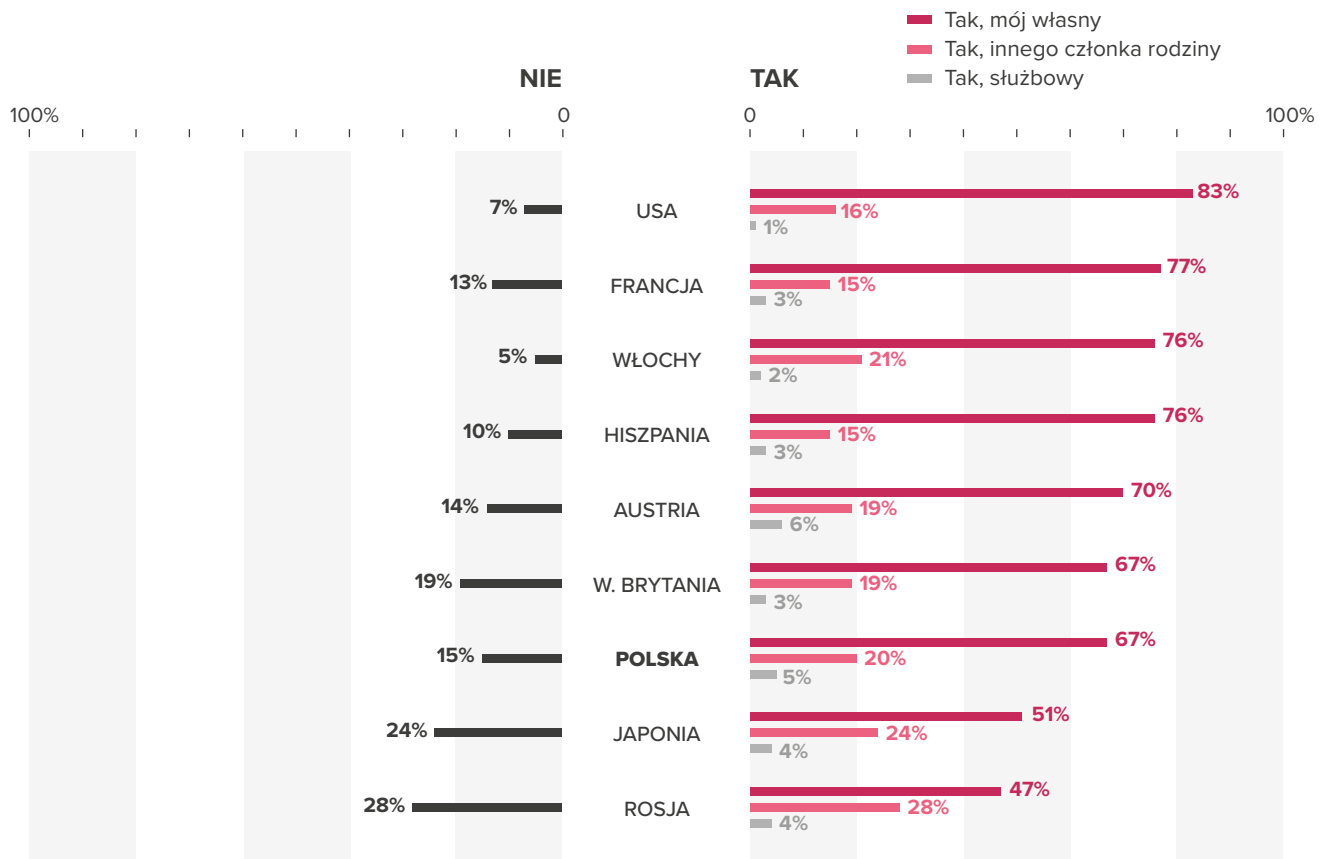
Źródło: Eurostat, 2019

Na początku 2019 r. tylko 7% gospodarstw domowych w USA oraz 5% we Włoszech deklaroowało brak posiadania samochodu. Pod tym względem sytuacja w Polsce (15%) jest porównywalna do Austrii (14%) i Wielkiej Brytanii (19%).

Z kolei w Japonii i Rosji samochodu osobowego nie posiada dużo większy odsetek społeczeństwa (odpowiednio 24% i 28%).

PREFERENCJE UŻYTKOWNIKÓW NA ŚWIECIE, ZWIĄZANE ZE WSPÓŁDZIELONĄ MOBILNOŚCIĄ

Czy w swoim gospodarstwie domowym posiadasz samochód?



Źródło: Statista Global Consumer Survey, 2019

Londyn:
od posiadania do współdzielenia

Prawie 80% kierowców objętych badaniem przeprowadzonym na początku 2019 r. przez InsuretheGap.com w Wielkiej Brytanii stwierdziło, że posiadanie samochodu jest niezbędne w życiu codziennym. Wśród osób mieszkających na obszarach wiejskich ten wskaźnik jest jeszcze wyższy (85%). Najrzadziej (64%)

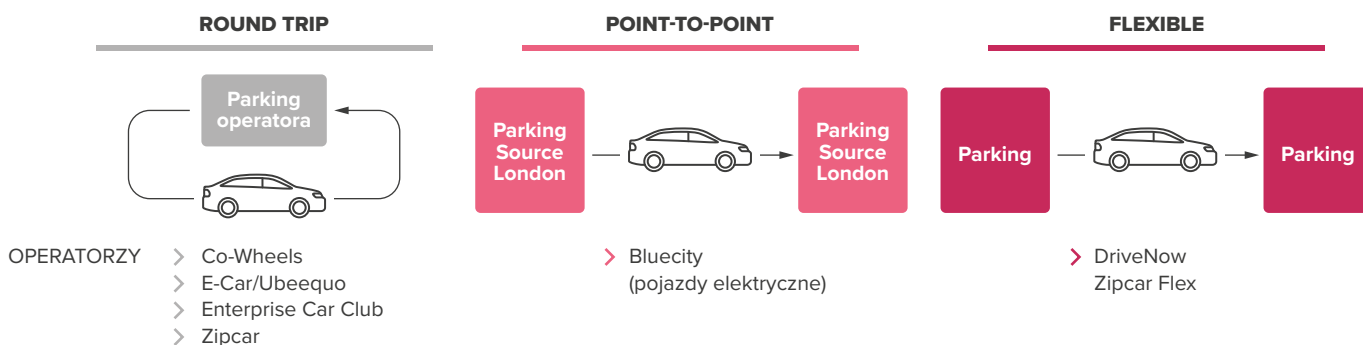
potrzebę posiadania własnego pojazdu deklarują mieszkańcy aglomeracji londyńskiej, która ma rozbudowany system transportu szynowego oraz ukształtowany już u coraz większej liczby mieszkańców nawyk do korzystania z usług współdzielenia pojazdów.

PREFERENCJE UŻYTKOWNIKÓW NA ŚWIECIE, ZWIĄZANE ZE WSPÓLDZIELONĄ MOBILNOŚCIĄ

Krótkookresowe wypożyczanie samochodów funkcjonuje w Wielkiej Brytanii od kilkunastu lat, a pierwszym ogólnokrajowym operatorem carsharingu był założony w 2000 r. City Car Club (obecnie Enterprise Car Club). W 2006 r. swój oddział w Londynie uruchomił amerykański Zipcar, szybko stając się największym operatorem tej usługi. W latach 2013-2018 flota siedmiu operatorów oferujących współdzielone pojazdy (tzw. car clubs) w Londynie prawie

się podwoiła, a liczba pojazdów zeroemisyjnych wzrosła z 3 do ponad 170. Wyniki badań przeprowadzanych od jedenastu lat wśród użytkowników systemów carsharingu w Londynie pokazują, w jaki sposób współdzielona mobilność potrafi zmienić zachowania użytkowników samochodów osobowych z uwzględnieniem modelu wypożyczania: *round trip*, *point-to-point* i *flexible*.

Modele carsharingu stosowane przez operatorów w Londynie



Źródło: CoMoUK Car Club Annual Survey for London, Steer, wrzesień 2019

Z najnowszego raportu CoMoUK Car Club Annual Survey for London 2017/2018 wynika, że 41% użytkowników systemu zamkniętego (round trip), jak również systemu otwartego (flexible), a także 26% użytkowników z punktami bazowymi (point-to-point) kupiłoby pierwszy lub kolejny prywatny samochód, gdyby nie korzystali z usług carsharingu. W ten sposób odroczony został zakup ok. 100 tys. samochodów. Jednocześnie 18% użytkowników korzystających z modelu z odstawieniem samochodu w punkcie odbioru, 15% – z otwartego modelu oraz 10% – z odbiorem i zostawieniem w wyznaczonych punktach zadeklarowało, że w ciągu roku sprzedały swój samochód. Oznacza to, że w obrębie Wielkiego Londynu pojawiło się ok. 42 tys. gospodarstw domowych nieposiadających samochodu.

Ponad połowa wszystkich użytkowników objętych badaniem Car Club Annual Survey for London 2017/2018 deklaruje, że korzystanie z usług carsharingu zmniejszyło prawdopodobieństwo zakupu pierwszego lub dodatkowego prywatnego pojazdu w ciągu najbliższych kilku lat.

PREFERENCJE UŻYTKOWNIKÓW NA ŚWIECIE, ZWIĄZANE ZE WSPÓŁDZIELONĄ MOBILNOŚCIĄ

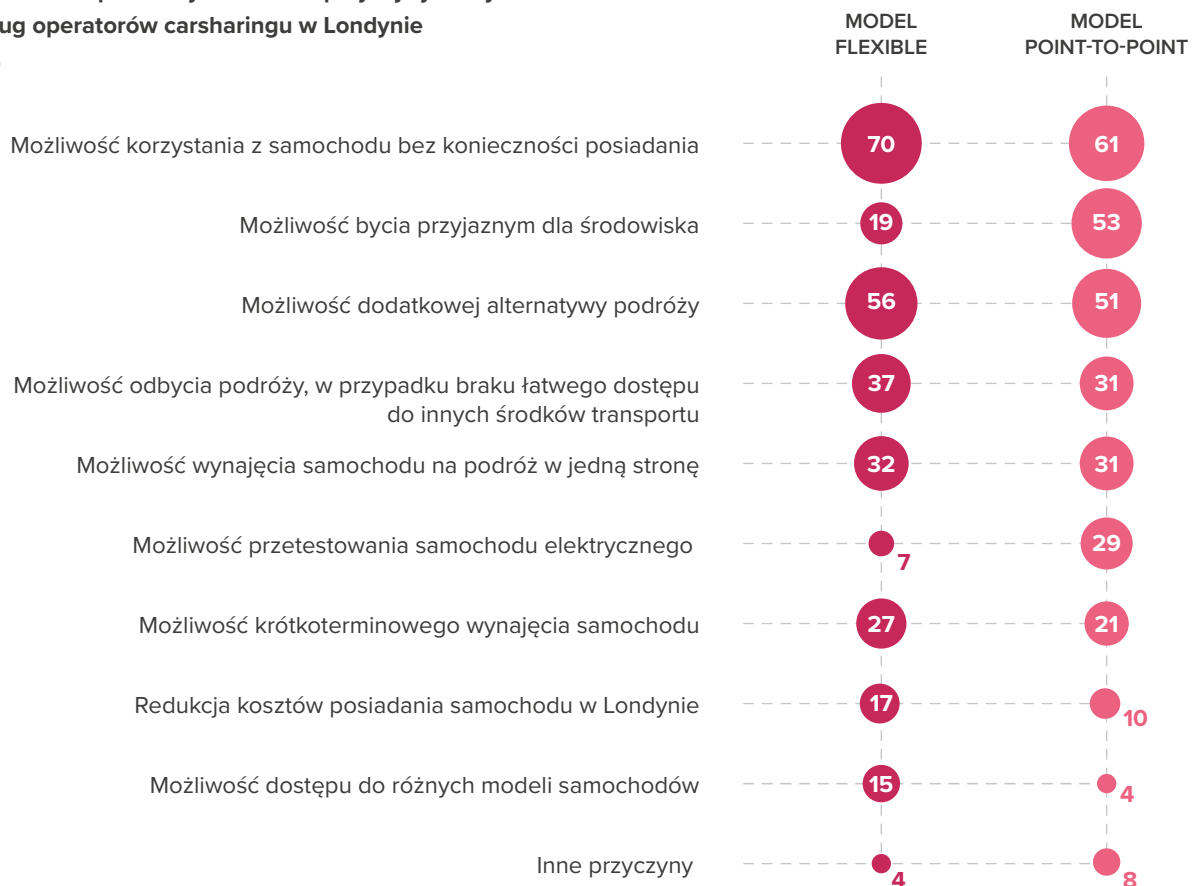
Przed rozpoczęciem korzystania ze współdzielonych usług, 44% nowych użytkowników otwartego systemu carsharingu posiadało co najmniej jeden samochód, natomiast przed upływem pierwszego roku członkostwa już tylko 29%.

Nowi użytkownicy wskazują 3 główne powody sprzedaży samochodów:

- 1 | Wysokie koszty eksploatacji i utrzymania samochodu,
- 2 | Niska ekonomiczna efektywność posiadania samochodu ze względu na małą częstotliwość jego używania,
- 3 | Względy środowiskowe (np. czystość powietrza).

Prawie połowa użytkowników otwartego modelu carsharingu to młode, dorosłe osoby pracujące w tzw. wewnętrznym Londynie oraz osoby z wyższym wykształceniem mieszkające w centralnej części miasta. Dołączają one do klubów samochodowych, aby uzyskać dodatkową swobodę osobistą i dostęp do samochodów na żądanie. 85% członków klubu korzysta z innych form współdzielonej mobilności, w tym najwięcej z taksówek na żądanie (68%) i tradycyjnych wypożyczalni samochodów (42%).

Deklarowane przez użytkowników przyczyny korzystania z usług operatorów carsharingu w Londynie (w %)



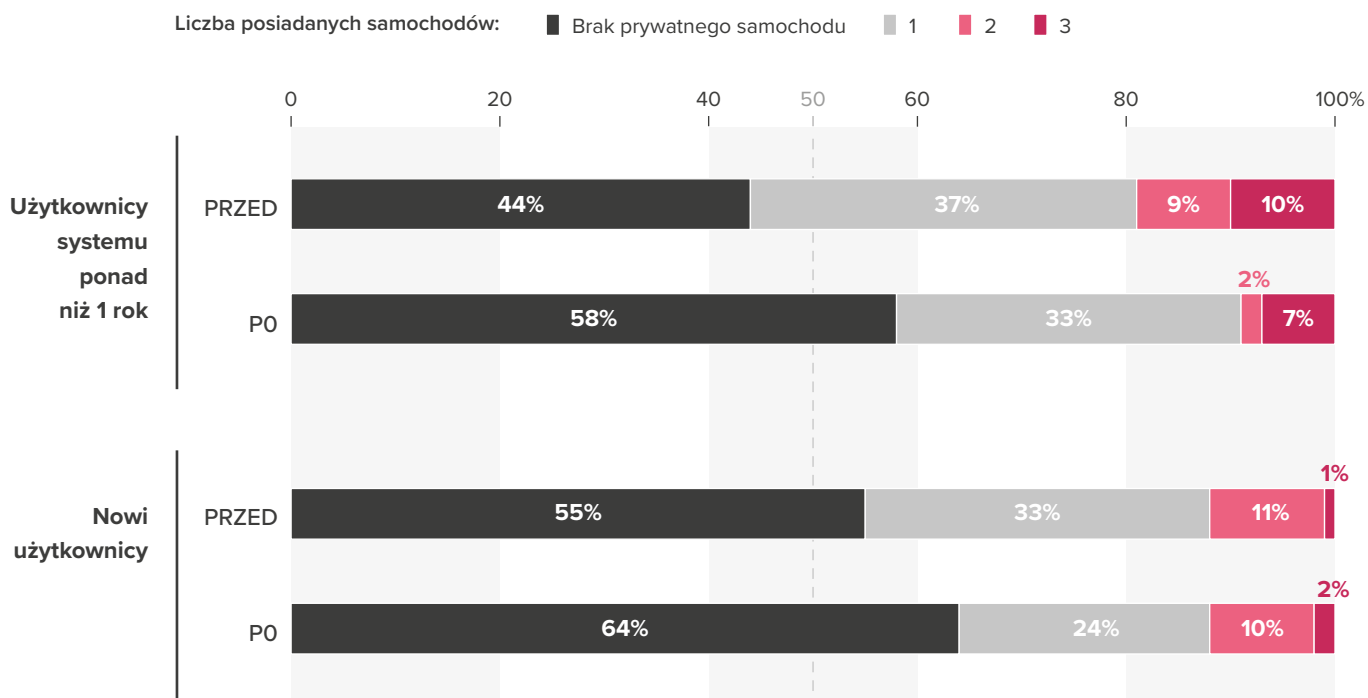
Źródło: CoMoUK Car Club Annual Survey for London, Steer, wrzesień 2019

PREFERENCJE UŻYTKOWNIKÓW NA ŚWIECIE, ZWIĄZANE ZE WSPÓLDZIELONĄ MOBILNOŚCIĄ

Możliwość przetestowania i korzystania z samochodu elektrycznego jest ważnym czynnikiem przyciągającym nowych użytkowników usług mobilności współdzielonej. Dla osób korzystających z usług operatora Bluecity, którego flota składa się wyłącznie z pojazdów elektrycznych wypożyczanych w systemie point-to-point, „bycie przyjaznym dla środowiska” jest ważniejsze niż w przypadku użytkowników innych modeli biznesowych. Wśród użytkowników elektrycznego carsharingu udział osób posiadających samochody w ciągu pierwszego roku zmniejszył się z 45% do 36%.

Wyniki badań ankietowych prowadzonych wśród użytkowników systemów carsharingu w Londynie potwierdzają, że współużytkowanie samochodów, szczególnie elektrycznych, może zachęcać do zmiany zachowania i obniżania potrzeby posiadania samochodów prywatnych.

Posiadanie samochodu przed i po rozpoczęciu korzystania z usług carsharingu elektrycznego w Londynie (model point-to-point)



Źródło: CoMoUK Car Club Annual Survey for London, Steer, wrzesień 2019

PREFERENCJE UŻYTKOWNIKÓW NA ŚWIECIE, ZWIĄZANE ZE WSPÓŁDZIELONĄ MOBILNOŚCIĄ

W kierunku modelu MaaS

Za jedną z najbardziej obiecujących koncepcji w zakresie obsługi transportowej obszarów miejskich uważana jest „mobilność jako usługa” (MaaS). Jest to skoncentrowany na potrzebach użytkownika model dystrybucji usług mobilności, w którym wszystkie środki transportu oferowane przez wielu operatorów są zintegrowane do jednej usługi świadczonej przez jeden podmiot i jedną platformę cyfrową. Aplikacja udostępniana dla użytkownika ma łączyć funkcje multimodalnego planera podróży oraz automatycznego rozliczania wszystkich usług. Jednym z założeń koncepcji MaaS jest redukcja stopnia wykorzystania samochodów indywidualnych jako podstawowego środka transportu, poprzez udostępnienie alternatywnych sposobów przemieszczania się, zapewniających podobny lub wyższy od samochodu osobowego komfort i swobodę podróżowania. Wykorzystanie tego typu rozwiązań pozwala na załatwienie wszystkich formalności i płatności związanych z wyborem danego środka transportu za pomocą jednej usługi i „jednego kliknięcia”.



MaaS to skoncentrowany na potrzebach użytkownika model dystrybucji usług mobilności, w którym wszystkie środki transportu oferowane przez wielu operatorów są zintegrowane do jednej usługi świadczonej przez jeden podmiot za pomocą jednej cyfrowej platformy.

Pierwsze rozwiązania z tego zakresu działają na świecie zbyt krótko, aby móc w pełni oceniać ich mocne i słabe strony oraz wpływ na funkcjonowanie systemów transportowych miast w dłuższej perspektywie. Najbardziej rozbudowanym systemem jest Whim wprowadzony i zarządzany przez MaaS Global, jednego z pionierów tego rynku na świecie. Whim rozpoczął swoją działalność w Finlandii, a w 2019 r. oferował swoje usługi dla mieszkańców: Helsinek, Antwerpii, hrabstwa West Minland w Anglii, Wiedniu, Singapurze i Tokio. Oferta firmy cały czas ewoluuje – obecnie użytkownicy mają do wyboru trzy rodzaje abonamentów, zapewniających zróżnicowany dostęp do poszczególnych środków transportu (zbiorowej komunikacji miejskiej, taksówek, roweru miejskiego i carsharingu).

W największych polskich aglomeracjach istnieje już rozbudowana oferta usług współdzielonej mobilności, jednak nie są to jeszcze rozwiązania na miarę MaaS. Wśród barier hamujących rozwój modelu MaaS znajdują się zarówno zagadnienia legislacyjne, jak również kwestie organizacyjne, biznesowe czy też społeczne. Model MaaS wymaga m.in. pełnej współpracy i otwartości w dostępie do danych wrażliwych pomiędzy podmiotami świadczącymi usługi transportowe na danym obszarze. Podobne problemy z szerszą implementacją MaaS występują jednak na całym świecie i należy się spodziewać ich stopniowej redukcji wraz z rosnącym poziomem zamożności i świadomości społecznej.

Mobilność jako usługa – opinie uczestników rynku



**Magdalena
Gromniak-Shi**

CEO of ACRO Bike

Z raportu można odczytać wiele pozytywnych informacji: coraz mniej osób traktuje posiadanie samochodu jako oznakę prestiżu, większość respondentów korzysta ze zbiorokomu, a ci którzy mają dostęp do rowerów miejskich, chętnie z nich korzystają.

To świetne wiadomości! Raport pokazuje także, że jest jeszcze wiele do zrobienia. Znaczna ilość ankietowanych odpowiedziała, że nie korzysta z systemu rowerów/hulajnóg/skuterów ze względu na brak aplikacji. Co możemy zrobić, aby te osoby zaczęły korzystać z alternatywnych środków transportu? Jak my, firmy obsługujące systemy współdzielonych

pojazdów, możemy zachęcić mieszkańców do korzystania z tego typu usług? Czy możemy wpłynąć na rozwój infrastruktury? Widząc, jak porusza się nasza flota, możemy przekazywać miastom informacje, które punkty są omijane przez użytkowników i wspólnie znaleźć przyczynę (np. ścieżka rowerowa na ruchliwej ulicy blokowana przez parkujące samochody). Na pewno od rowerowej rewolucji nie ma już odwrotu – z roku na rok coraz więcej osób korzysta z tego, jak i z innych nieemisyjnych środków transportu, a my musimy zapewnić użytkownikom wygodę i bezpieczeństwo przy korzystaniu ze współdzielonych zielonych środków transportu.



**Jakub
Michałowski**

Bird Public Policy
Manager for Poland

Hulajnogi elektryczne zagościły na dobre w Polskich miastach niespełna rok temu, a już stały się bardzo ważną częścią miejskiego transportu.

Co trzeci mieszkaniec miasta, w którym oferowane są usługi wynajmu hulajnóg elektrycznych, skorzystał z nich. Popularność tej nowej formy mobilności bazuje częściowo na efekcie nowości, ale także bezsprzecznie wpisuje się w zmiany społeczne, jakie następują w polskich aglomeracjach, a Polskie miasta się zmieniają – to jest fakt, któremu trudno zaprzeczyć czytając wyniki Barometru.

Mieszkańcy chcą przemieszczać się przede wszystkim sprawnie, wygodnie, cicho i ekologicznie, a poszerzony o hulajnogi wachlarz różnych form e-transportu dokładnie wpisuje się w ich oczekiwania. Samochód nie jest już obecnie oznaką statusu, a o jego porzuceniu w przyszłości będą decydować głównie dostępność wygodnych alternatyw. Używamy samochodów głównie dlatego, że... je posiadamy. Zmiana postaw i przyzwyczajzeń komunikacyjnych Polaków jest kwestią czasu, a będzie to zmiana na lepsze.

MOBILNOŚĆ JAKO USŁUGA – OPINIE UCZESTNIKÓW RYNKU



**Michał
Pawelec**

Country Manager
BlaBlaCar w Polsce

Nowa mobilność jest w Polsce coraz bardziej popularna. Dzieje się tak dzięki łatwemu dostępowi, wygodzie i oszczędnościom, które generuje.

Kiedy spojrzymy na szeroki wachlarz rozwiązań miejskich, widzimy, że mieszkając w większych miastach posiadanie samochodu staje się niepotrzebnym obciążeniem. Mierzymy się jednak z pewną spuścizną dawnych lat – wolimy posiadać auta, niż je tylko użytkować.

Transport-sharing dopiero rozwija się w Polsce i stopniowo uczymy się korzystać z tego typu usług. Rosnąca konkurencja na rynku wpłynie na bardziej przystępną ofertę, a bariera w postaci za wysokiej ceny zniknie.

Z nową mobilnością nieuchronnie łączy się problem zanieczyszczenia środowiska. Dopóki nie pojawią się pojazdy zeroemisyjne, nie możemy oczekiwać od konsumentów, że zrezygnują z obecnego modelu korzystania z transportu. Aby zadbać o środowisko, musimy postawić na wspólną mobilność. W 2018 r. nasi użytkownicy zaoszczędzili 1,6 mln ton CO₂ – posiadanie samochodu można wykorzystać na plus!



**Paweł
Maliszewski**

Współwłaściciel
Blinkee City

Niniejszy raport potwierdza, że polskie społeczeństwo interesuje oferta alternatywnych sposobów poruszania się po mieście.

Rolą operatorów elektromobilności w Polsce jest dostarczenie usług w zakresie sharingu pojazdów w sposób, w jaki oczekują tego konsumenci. Badanie „Barometr Nowej Mobilności 2019/20” wskazuje na jedno, bardzo istotne i aktualne wyzwanie, które stoi przed firmami oferującymi usługę wypożyczania ekologicznych jednośladów na minuty. 45% badanych zdecyduje się na skorzystanie ze skutera lub hulajnogi, jeżeli będą one dostępne w ich mieście.

Należy zatem sukcesywnie wprowadzać ofertę, dostosowaną do lokalnego rynku, w miejscowościach, w których pojazdy nie są jeszcze dostępne. Blinkee.city prowadzi dynamiczną krajową ekspansję realizowaną m.in. dzięki systemowi franczyzowemu. Zapewniamy naszym partnerom nie tylko wsparcie marketingowe i operacyjne, ale także, co ważne dla regionalnych przedsiębiorców, dużą samodzielność w prowadzeniu biznesu. Doświadczenie naszych franczyzobiorców pokazuje, że zwrot z inwestycji następuje już po okresie 5 miesięcy.

MOBILNOŚĆ JAKO USŁUGA – OPINIE UCZESTNIKÓW RYNKU



**Dominik
Wolski**

Country Manager Bolt
na Polskę

Wyniki badań przedstawione w Barometrze są dla nas niezwykle inspirujące i pokazują rosnącą wśród społeczeństwa świadomość wpływu wyboru środka transportu na środowisko naturalne.

Fakt, że aż 80% ankietowanych, korzystając z carsharingu, skłaniałoby się do wyboru samochodu elektrycznego, utwierdza mnie w przekonaniu, że obrany przez Bolt kierunek rozwoju platformy – ogłoszony we wrześniu Green Plan Bolt, jest najlepszym kierunkiem.

Eko kategorię Bolt uruchomiliśmy już w Krakowie, w Warszawie pilotażowo wprowadziliśmy samochody Tesla. A to tylko jeden z filarów naszego Green Planu Bolt. Kolejnym będzie wprowadzenie mikromobilności, czyli hulajnóg oraz rowerów do naszej aplikacji. Docelowo Bolt chce wprowadzić transport multimodalny, czyli łączący wiele elementów, takich jak transport publiczny, samochody prywatne, hulajnogi i rowery. Przyszłość transportu jest elektryczna, jak Bolt.



**Cezary
Dudek**

Communications Manager
CityBee Polska

Weszliśmy w erę współdzielonej mobilności, która rozwija się w błyskawicznym tempie i wkracza do kolejnych miast i miasteczek.

Musimy zdać sobie sprawę, że każdy środek transportu w modelu współdzielenia jest korzystniejszy niż posiadanie własnego pojazdu, który większość czasu stoi zaparkowany i traci swoją wartość. Właściciele samochodów wydają się być poza grupą docelową usług carsharingowych, a jednak nasza komunikacja coraz częściej do nich trafia. Wzrost cen parkingu w centrach miast, nieustające korki i świadomość produkcji ogromnych ilości zanieczyszczeń zaczynają w końcu przegrywać z coraz większą chęcią bycia EKO, podążania za trendami i nowymi technologiami, a także za brakiem zobowiązań wiążących się z zakupem własnego pojazdu. Polska będąca w niechlubnej czołówce państw UE z wynikiem 571 aut na 1000 mieszkańców ma wiele do zrobienia – dobrym rozwiązaniem jest MaaS.

Sądzę, że 84% ankietowanych, które jeszcze nie znały terminu i koncepcji MaaS to wciąż wyzwanie dla nas operatorów współdzielonej mobilności, jednak warunki do rozwoju i edukacji mamy bardzo sprzyjające. Wynik 50% czy nawet 64% osób, które uważają, że posiadanie samochodu nie świadczy o statusie społecznym bądź nie mają na ten temat zdania również potwierdza ogromne zmiany w naszym społeczeństwie.

Jako CityBee obserwujemy uważnie rozwój współdzielonej mobilności w Polsce. Szukamy nieustannie nowych rozwiązań, które spełnią oczekiwania odbiorców naszych usług. Jako operator BIG carsharingu oferujemy auta dostawcze oraz 9-osobowe busy, które sprawdzają się do zadań specjalnych, jak przeprowadzki, transport towarów czy grupowe wyjazdy. Nasze usługi są dostępne w 10 polskich aglomeracjach, a flota liczy 175 aut dostawczych oraz 29 busów 9-osobowych.

MOBILNOŚĆ JAKO USŁUGA – OPINIE UCZESTNIKÓW RYNKU



**Patrycja
Ogrodnik**

Brand Manager
Hop.city

Usługi sharingowe z roku na rok zyskują coraz większą liczbę użytkowników. Co więcej, estymacje wzrostu całej branży tylko to potwierdzają.

Wyniki raportu „Barometr Nowej Mobilności 2019/20” pokazują jednak, że my, jako operatorzy, mamy jeszcze dużo do zrobienia w obszarze popularyzacji i dostosowania sharingu do codziennych potrzeb komunikacyjnych. Śmiało można powiedzieć, że jednym z największych blokerów do korzystania z usług sharingowych jest status związany z „posiadaniem samochodu”, czyli tak naprawdę perspektywa kliencka. W Polsce wciąż króluje przekonanie, że lepiej, wygodniej i bardziej prestiżowo jest posiadać, niż korzystać. Co więcej, łączy się to nierzadko z poczuciem, że tak jest taniej.

Tymczasem w Hop.City analizowaliśmy koszty jazdy na 10-kilometrowej trasie i śmiało możemy stwierdzić, że jazda samochodem to

koszt ok. 15 zł, a naszym skuterem elektrycznym zaledwie 7,50 zł. Nie wspominając, że w pojazdach sharingowych odpadają koszty amortyzacji, ubezpieczenia itd.

Świadomość czym jest MaaS jest nadal bardzo niska, ale już wiedza na temat konkretnych usług sharingowych zdecydowanie lepsza. Większość badanych wie, czy w ich mieście jest możliwość wypożyczenia skutera czy hulajnogi elektrycznej, a prawie wszyscy mają wiedzę dotyczącą rowerów miejskich.

Najważniejsze zadania z naszej perspektywy, czyli operatora skuterów elektrycznych, to budowanie wiedzy na temat korzyści, jakie dają usługi współdzielone oraz zwiększanie świadomości oszczędności z nich wynikających. Co więcej, popularyzacja takiego sposobu przemieszczania się, jako alternatywa dla własnego samochodu, daje nam gwarancję jeszcze większego dotarcia do potencjalnych użytkowników.



**Paulina
Mróz**

Dyrektor Lime w Polsce,
Czechach i na Węgrzech

Dane "Barometru Nowej Mobilności" wskazują, że 64% ludzi byłoby skłonne do rezygnacji z samochodu, jeśli komunikacja publiczna i inne środki komunikacji zapewniłyby im komfortowy transport.

To dobra wiadomość, ponieważ wskazuje jasny kierunek w jakim powinny rozwijać się miasta. Już dziś 55% populacji świata żyje w miastach, a przed 2050 r. będzie to 68%. Dominacja samochodu w mieście jest w tym kontekście nie do utrzymania. Aby to zmienić, musimy jednak wprowadzić usługi, z których ludzie będą chcieli korzystać,

zapewniające im komfortowy sposób na poruszanie się w mieście.

Mikromobilność jest z pewnością odpowiedzią na to wyzwanie. Jedna czwarta użytkowników Lime deklaruje, że przejazd hulajnogami pozwala im na zastąpienie podróży samochodem. Widzimy też jak dobrze taka forma mobilności współgra z transportem publicznym. 40% przejazdów hulajnogami Lime poprzedza lub następuje po skorzystaniu z komunikacji miejskiej. Sądzę, że w kolejnych latach będziemy obserwować dalszy ciąg procesu detronizacji aut w europejskich miastach.

MOBILNOŚĆ JAKO USŁUGA – OPINIE UCZESTNIKÓW RYNKU



**Jakub
Giza**

Dyrektor ds.
Rozwoju Systemów
Rowerowych
Nextbike Polska

Wyniki badania pokazują korzystną zmianę wspierającą transport multimodalny. Pozwalają też lepiej zrozumieć motywacje konsumentów i obecnych klientów ceniących transport na życzenie.

Już 50% badanych nie wiąże posiadania samochodu ze swoim statusem społecznym. Jesteśmy zatem gotowi wykorzystywać środki transportu, a nie je tylko je posiadać.

Dodatkowo ponad połowa badanych korzysta z transportu publicznego, czy z systemów rowerów miejskich. Sam fakt braku znajomości pojęcia MaaS nie ma wpływu na decyzję o pozostawieniu

w garażu lub nawet rezygnacji z posiadania samochodu na rzecz szerokiej i wygodnej oferty transportowej w miastach. Liczby użytkowników i wypożyczeń rowerów miejskich udowadniają, że chcemy i lubimy korzystać z wygodnej i dostępnej usługi.

Podstawą do wdrożenia MaaS jest zapewnienie szerokiego wachlarza usług transportowych, które mogą zostać zintegrowane. Taka kolejność sprawia, że użytkownik w miejsce kilku aplikacji w smartfonie będzie wykorzystywał jedną. Wyzwaniem dla rynku i dla miast jest zapewnienie maksymalnego bezpieczeństwa danych w takim środowisku.



**Maciej
Panek**

Prezes Panek S.A.

Jako właściciel firmy CarSharingowej oraz zwolennik usługi zauważam kilka wniosków, o których trzeba wspominać. Uważam, że obecnie potrzebne jest uświadamianie na temat mobilności współdzielonej, do której zaliczymy CarSharing oraz podejmowanie działań rozwijających usługę.

O potrzebie edukacji świadczy chociażby 84% osób, które nie interpretuje koncepcji transportu jako usługi. Musimy wszyscy podjąć działania, które uświadomią społeczeństwu, że współczesny transport to również „Sharing”, czyli współdzielenie. CarSharing, hulajnogi, skutery czy rowery miejskie to nie ciekawostka, a realna i skuteczna alternatywa dla transportu miejskiego.

Ponadto, dzięki usłudze MaaS mamy szansę edukować społeczeństwo w elektromobilności (obecnie 59% samochodów we flocie CarSharingowej to auta niskoemisyjne i elektryczne, a ta liczba stale rośnie). Cieszę się również, że zmienia się postrzeganie posiadania samochodu na własność. Dla 50% społeczeństwa nie świadczy już to o statusie społecznym, a łączne koszty posiadania (tzw. TCO) wciąż rosną, dlatego musimy zwracać uwagę na zalety korzystania z samochodów współdzielonych, których coraz większy wachlarz funkcji sukcesywnie zbliża je do stworzenia realnej alternatywy dla samochodów prywatnych do których zaliczymy m.in. dbałość o środowisko, ułatwienia w ruchu miejskim oraz co nie bez znaczenia, niższą cenę użytkowania.

MOBILNOŚĆ JAKO USŁUGA – OPINIE UCZESTNIKÓW RYNKU



**Milena
Rokicz-Kwapisz**

Współtwórczyni
take&drive

Pierwszy carsharing w Polsce pojawił się w 2016 r. i jak pokazuje badanie, trzy lata później aż 25% mieszkańców miast z dostępną usługą carsharingu miało okazję z niej skorzystać.

Śmiało można stwierdzić, że jesteśmy w naszym kraju na progu przełomu – obserwujemy zmieniające się postawy mieszkańców i coraz większe zainteresowanie alternatywnymi środkami transportu. Popularyzacja nowoczesnej mobilności będzie teraz zależała od zapewnienia mieszkańcom jak najłatwiejszego dostępu do różnorodnych form transportu, które w danym momencie będą najbardziej pasowały do sytuacji

(np. pogody, planowanego do pokonania dystansu) czy preferencji osoby.

Taka rola stoi przed usługami typu MaaS, które zapewniają mieszkańcom dostęp do różnorodnych form transportu w ramach jednej aplikacji, umożliwiając jednocześnie planowanie podróży w sposób multimodalny, jak i jej opłacenie. W Polsce ta koncepcja dopiero się rozwija. Zagraniczne eksperymenty pokazują jednak, iż tego typu rozwiązania znacznie poprawiają częstotliwość korzystania z alternatywnych sposobów poruszania się i przyczyniają się do coraz częstszej rezygnacji z podróży własnym samochodem.



**Piotr
Groński**

Prezes Traficar

Usługa carsharingu rozwija się w Polsce bardzo dynamicznie. W okresie ostatnich trzech lat powstało kilkanaście systemów wynajmu na minuty.

Biorąc pod uwagę wysyp różnych usług substytutowych jak hulajnogi, rowery miejskie czy skutery, mamy do czynienia wręcz z rewolucją w miejskiej mobilności. Jest to jak zawsze na formującym się rynku okres dużych inwestycji w budowanie świadomości konsumentów o całkowicie nowym segmencie usług. Jest to okres, kiedy konsumenci próbują, testują, niektórzy trwale zmieniają swoje przyzwyczajenia transportowe, wykorzystując multimodalne formy poruszania się, inni traktują nowe trendy jako jedynie ciekawostkę. Sharing jest rozwiązaniem dla dzisiejszych problemów zatłoczonych miast. Z jednej strony uwalnia przestrzeń miejską, z drugiej wpływa na redukcję zanieczyszczeń.

Carsharing, jako jedna z pierwszych branż wkracza w erę elektromobilności. Kolejna kwestia rozwojowa to bezpieczeństwo podróży. Dzięki urządzeniom telematycznym badane są style jazdy kierowców, a system ocen i podpowiedzi koryguje błędy w technice jazdy.

Podstawowym wyzwaniem jest utylizacja pojazdów. To ten parametr decyduje o możliwości inwestycji w powiększanie floty. Z drugiej strony bez odpowiedniego „zatowarowania ulic” usługa nie jest atrakcyjna. Dla klientów dystans dojazdu powyżej 500 metrów stanowi barierę do skorzystania z usługi. Wyzwaniem jest więc harmonijny rozwój usługi gwarantujący równomierną dystrybucję przepływów z rosnącej bazy klientów w rosnącą flotę pojazdów.

MOBILNOŚĆ JAKO USŁUGA – OPINIE UCZESTNIKÓW RYNKU



**Michał
Konowrocki**

Cities Lead CEE,
Uber

Choć sam termin transportu jako usługi (MaaS) nie jest być może powszechnie używany, codziennie na ulicach obserwujemy właśnie to zjawisko.

Do jego rozkwitu przyczynił się na pewno rozwój aplikacji ułatwiających poruszanie się po mieście. Prawdziwym przełomem było jednak pojawienie się platform multimodalnych, takich jak Uber. Dzięki temu, za pomocą jednej aplikacji mamy możliwość przemieszczania się z punktu A do punktu B z wykorzystaniem transportu współdzielonego, pojazdów elektrycznych, rozwiązań opartych na mikromobilności czy w końcu transportu publicznego.

Uber na wyciągnięcie kciuka oferuje dostęp do całej gamy możliwości, jaką cenią sobie mieszkańcy dzisiejszych miast. Nowe formy mobilności to szansa na poprawę jakości życia, nie tylko pod względem transportu. Pojazdy elektryczne czy rozwiązania związane z mikromobilnością, dostępne w aplikacji, znacząco wpływają na środowisko i wpisują się w oczekiwania Polaków związane ze świadomym, ekologicznym stylem życia.



**Włodzimierz
Łoziński**

CEO Voom

Wartość rynku MaaS ma wzrosnąć z 42 mld USD w 2018 r. do 326 mld USD w 2026 r. – przewiduje firma Reports and Data.

Tak dynamiczny wzrost spowodują zmiany w postrzeganiu mobilności przez konsumentów, z koncepcji posiadania pojazdów na usługę ich współdzielenia i wynajmowania w zależności od potrzeby. Na drodze tej zmiany stoi kilka przeszkód, od emocjonalnego przywiązania do posiadania, np. samochodu, po niedostosowane usługi i brakującą infrastrukturę. Te ostatnie uda się pokonać dzięki aplikacjom MaaS integrującym usługi różnych operatorów, takimi jak Voom.

W zmianie przyzwyczajeń i emocjonalnego podejścia znaczącą rolę według twórców Voom odegrają pracodawcy. Partycypując w kosztach dojazdów do pracy, np. dzięki Pakietom Mobilności. Łączenie różnych możliwości transportowych w trakcie jednej podróży przy równoczesnym korzystaniu z ekologicznej floty elektryków w ramach carsharingu sprawi, że pracownicy inaczej będą przemieszczać się po mieście, ograniczając liczbę prywatnych i służbowych samochodów, odkorkowując miejskie arterie w godzinach szczytu i pozytywnie wpływając na środowisko.

MOBILNOŚĆ JAKO USŁUGA – OPINIE UCZESTNIKÓW RYNKU



**Mateusz
Młodowski**

CEO & Co-founder,
Wheelme

Rynek usług związanych z MaaS rozwija się w Polsce w bardzo dynamicznym tempie. Wraz z postępem gospodarki cyfrowej, wdrażanych jest więcej rozwiązań, które mają zachęcić społeczeństwo do zminimalizowania konsumpcji na rzecz współdzielenia.

Jesteśmy świadkami ewolucji w podejściu do indywidualnej mobilności. Kiedyś posiadanie auta uchodziło za symbol statusu - patrząc jednak na deklaracje młodych ludzi, to myślenie staje się nieaktualne. Dla pokolenia Millenialsów ważne jest samo dotarcie do celu niż posiadanie samochodu na własność. Rynek ten jest jednak wciąż w fazie rozwoju i potrzebuje jeszcze lepszych

narzędzi, które udoskonalą istniejące już usługi i zachęcą większą liczbę ludzi do korzystania z tego typu rozwiązań. W końcu transport współdzielony nie tylko umożliwia komfortowe podróżowanie, ale również wpływa na stan samego miasta – uwalnia od korków, smogu czy zanieczyszczeń powietrza. W obliczu tych zmian i tego postępu stoimy zatem przed nie lada wyzwaniem. Oprócz wprowadzania nowych technologii powinniśmy zadbać również o odpowiednie uregulowania prawne i biznesowe, które będą szły w parze z pojawiającymi się usługami i większą świadomością społeczeństwa w kontekście ekonomii współdzielenia.



SAMORZĄDY A NOWA MOBILNOŚĆ

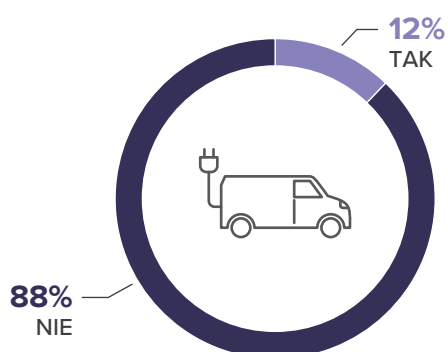
powyżej 50 tys. mieszkańców 38

powyżej 100 tys. mieszkańców 24

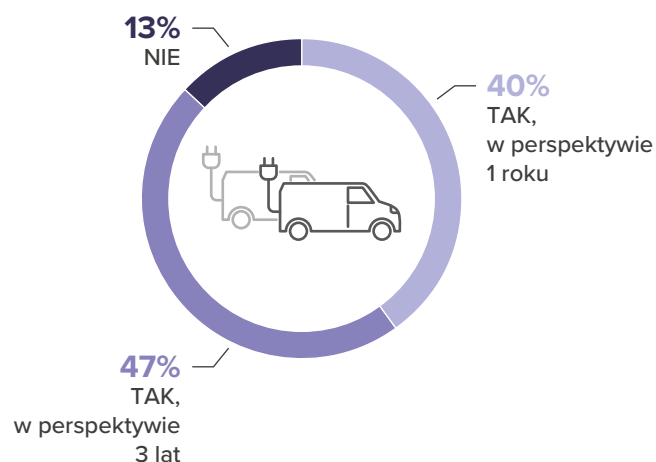
W przypadku infrastruktury ładowania pojazdów elektrycznych, 77% badanych gmin posiada ogólnodostępne punkty na swoim terenie. Dodatkowo, samorządy zdecydowanie opowiadają się za dalszym ich rozwojem – 80% planuje inwestycje w tym zakresie, z czego 53% w perspektywie jednego roku.

SAMORZĄDY A NOWA MOBILNOŚĆ | POJAZDY ELEKTRYCZNE

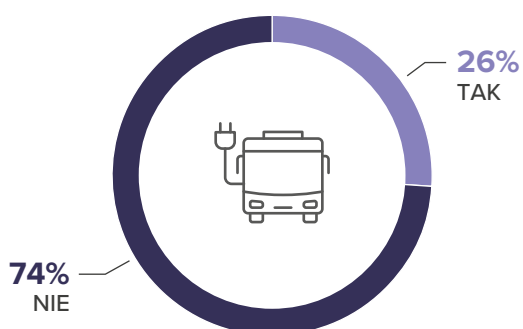
Czy gmina eksploatuje samochody elektryczne w ramach wykonywanych zadań publicznych?



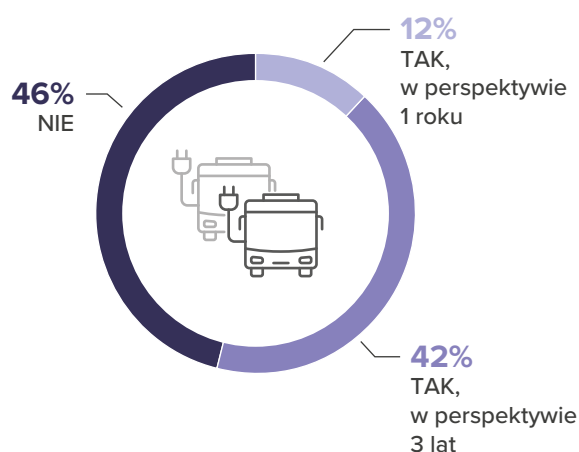
Czy gmina planuje rozwijać flotę samochodów elektrycznych w ramach wykonywania zadań publicznych?



Czy gmina eksploatuje autobusy elektryczne w ramach publicznego transportu zbiorowego?

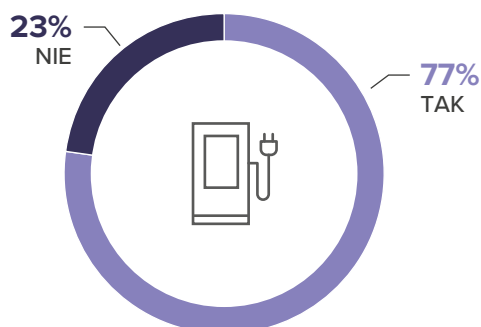


Czy gmina planuje rozwijać flotę autobusów elektrycznych w ramach publicznego transportu zbiorowego?

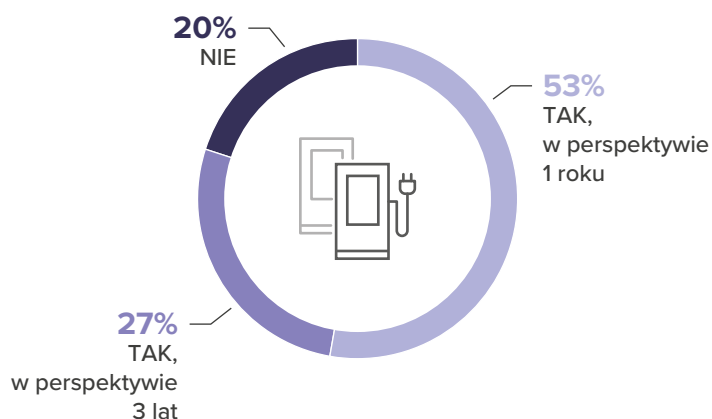


SAMORZĄDY A NOWA MOBILNOŚĆ | INFRASTRUKTURA ŁADOWANIA

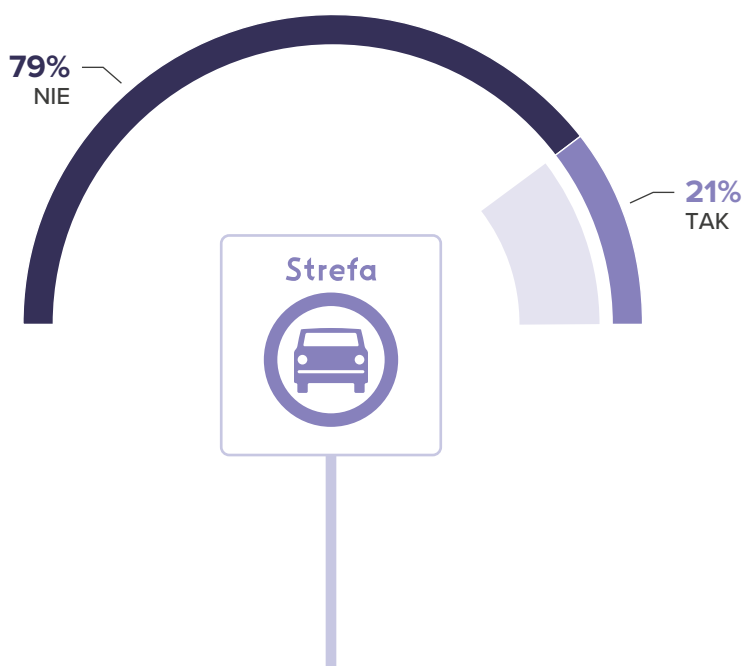
Czy na terenie gminy znajduje się ogólnodostępna infrastruktura ładowania pojazdów elektrycznych?



Czy gmina planuje rozwijać w najbliższej przyszłości publicznie dostępną infrastrukturę ładowania pojazdów elektrycznych?

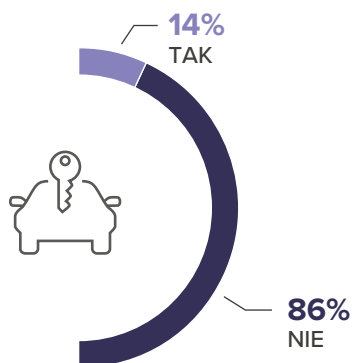


Czy w najbliższej przyszłości gmina planuje utworzenie w jej obszarze Strefy Czystego Transportu?

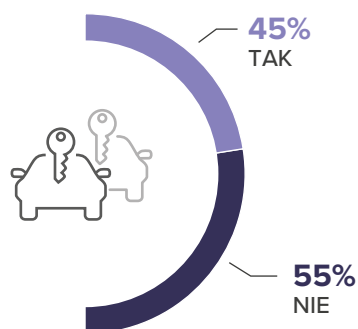


SAMORZĄDY A NOWA MOBILNOŚĆ | MOBILNOŚĆ JAKO USŁUGA

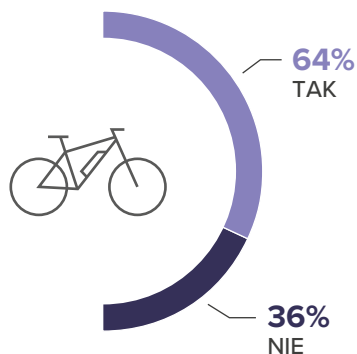
Czy na terenie gminy funkcjonuje system wynajmu pojazdów na minuty (car sharing)?



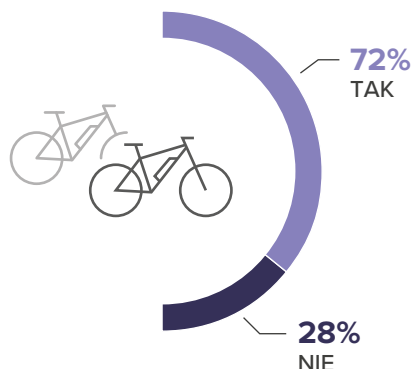
Czy gmina zamierza rozwijać lub wspierać system wynajmu pojazdów na minuty (car sharing)?



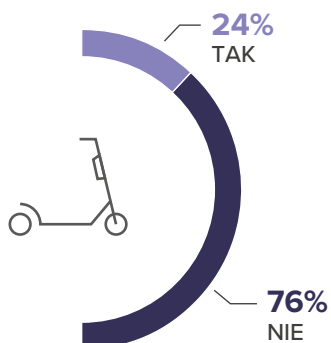
Czy na terenie gminy funkcjonuje system wypożyczania rowerów miejskich?



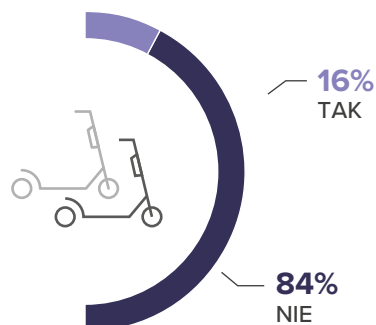
Czy gmina zamierza rozwijać lub wspierać system wypożyczania rowerów miejskich?



Czy na terenie gminy funkcjonuje system wypożyczania hulajnóg lub skuterów?



Czy gmina zamierza rozwijać lub wspierać system wypożyczania hulajnóg lub skuterów?



WYDAWCA

Polskie Stowarzyszenie Paliw Alternatywnych
pspa.com.pl

ZESPÓŁ REDAKCYJNY

Jan Wiśniewski, Albert Kania

Łukasz Witkowski
Dyrektor Operacyjny PSPA

WSPÓŁPRACA MERYTORYCZNA

Prof. SGH dr hab. Jana Pieriegud
dr Jakub Zawieska
Katedra Badań nad Infrastrukturą i Mobilnością SGH

SW Research

PROJEKT GRAFICZNY I SKŁAD

Magda Furmanek

Wszelkie prawa zastrzeżone
Warszawa, 2019



Innovation
that excites

NISSAN INTELLIGENT MOBILITY



NISSAN LEAF

ZAAWANSOWANY TECHNOLOGICZNIE,
W 100% ELEKTRYCZNY

Zero Emission

Zużycie paliwa w cyklu mieszanym 180-206 Wh/km, emisja CO₂ 0 g/km. Dane dotyczące zasięgu w cyklu mieszanym uzyskano na podstawie testów laboratoryjnych, zgodnie z prawodawstwem Unii Europejskiej. Ich celem jest porównanie osiągnięć różnych typów pojazdów. Informacje nie odnoszą się do konkretnego egzemplarza samochodu i nie stanowią części oferty. Mogą one nie odzwierciedlać wyników uzyskiwanych w trakcie jazdy w warunkach rzeczywistych. Wyposażenie dodatkowe, serwisowanie, styl prowadzenia i pozatechniczne czynniki, takie jak warunki atmosferyczne, mogą mieć wpływ na wyniki. Wyniki zostały określone zgodnie z nową ogólnosiłową zharmonizowaną procedurą testową pojazdów (Worldwide Harmonized Light Vehicles Test Procedure, WLTP). Zdjęcia są jedynie ilustracją. Dane i fakty podane w niniejszej reklamie służą wyłącznie celom informacyjnym i nie stanowią oferty zawarcia umowy.

