

Barometr Nowej Mobilności 2025

Powered by ORLEN

8. edycja

8 lat konsekwentnego
badania opinii Polaków
w zakresie elektromobilności
9504 zebranych ankiet
965 zadanych pytań
1 353 043 udzielonych
odpowiedzi

WARSZAWA 2025

PARTNERZY
STRATEGICZNI



OTOMOTO



PARTNERZY
MERYTORYCZNI

F5A New Mobility
Research & Consulting

SW
RESEARCH

ORLEN



CHARGE



Pobierz aplikację **ORLEN Charge**

Szybko i wygodnie ładuj swoje auto elektryczne.
Dodaj kartę VITAY i odbierz **1000 punktów VITAY**
w prezencie. Więcej na orlencharge.pl



Szanowni Państwo,

rok 2025 stawia nas w przełomowym momencie transformacji transportu – kluczowego sektora zarówno dla gospodarki, jak i dla codziennego życia milionów Polaków. Elektromobilność, nowe formy mobilności miejskiej i ambitne cele dekarbonizacji stają się rzeczywistością, która wymaga nie tylko technologicznych i infrastrukturalnych zmian, ale przede wszystkim głębokiego zrozumienia społecznych postaw i oczekiwań. Barometr Nowej Mobilności 2025 to nie tylko zestaw danych, lecz również narzędzie umożliwiające uchwycenie dynamiki transformacji i wskazanie jej właściwego kierunku.

W najnowszym wydaniu „Barometru” odpowiadamy na pytania kluczowe dla przyszłości nowej mobilności: czy Polacy są gotowi na samochody elektryczne, jakie bariery i zachęty wpływają na ich decyzje, oraz jak konsumenci postrzegają efektywność programów wspierających elektromobilność, takich jak „Mój elektryk”. Analizujemy także oczekiwania względem infrastruktury ładowania, która pozostaje fundamentem dalszego rozwoju tego sektora oraz społeczne opinie na temat stref czystego transportu i polityki UE w zakresie dekarbonizacji. Wreszcie, przyglądamy się wpływowi nowej mobilności na gospodarkę i technologiczną przyszłość Polski.

Prezentowany Państwu raport ma na celu nie tylko diagnozę obecnego stopnia rozwoju zrównoważonego transportu, ale przede wszystkim wskazanie kierunków, które mogą przyspieszyć proces transformacji w sposób zrównoważony i korzystny zarówno dla środowiska, jak i społeczeństwa. Elektromobilność to nieodwracalna zmiana – naszym zadaniem jest sprawić, by stała się zmianą na lepsze.

Serdecznie zapraszam do lektury,

Maciej Mazur

Dyrektor Zarządzający, PSNM

Prezydent, AVERE

Spis treści

Metodologia
badania

05

Struktura
demograficzna

06

Kluczowe
wnioski

07

1

Czy Polacy są
zainteresowani
zakupem samochodów
elektrycznych?

09

2

Jak przekonać
Polaków do
elektromobilności?

13

3

Ile powinny
kosztować
samochody
elektryczne?

16

4

Jak Polacy oceniają
program dopłat do zakupu
samochodów elektrycznych
„Mój elektryk”?

21

5

Jakie są preferencje
Polaków w zakresie
rozwoju infrastruktury
ładowania?

25

6

Na jakim etapie rozwoju
nowej mobilności miejskiej
jesteśmy?

31

7

Co Polacy sądzą
o strefach czystego
transportu?

35

8

Jak zdaniem Polaków
nowa mobilność
wpłynie na krajową
gospodarkę?

40

9

Jak Polacy oceniają
politykę UE w zakresie
dekarbonizacji
transportu?

44

Metodologia badania



Cel

Określenie poziomu świadomości, wiedzy oraz preferencji Polaków z zakresu nowej mobilności.



Realizacja

Kwestionariusz badawczy został przygotowany przez PSNM i był konsultowany z agencją SW RESEARCH. Badanie przeprowadziła agencja SW RESEARCH metodą wywiadów on-line (CAWI) na panelu internetowym SW Panel.



Ankietowani

W ramach badania przeprowadzono łącznie 1083 ankiet.



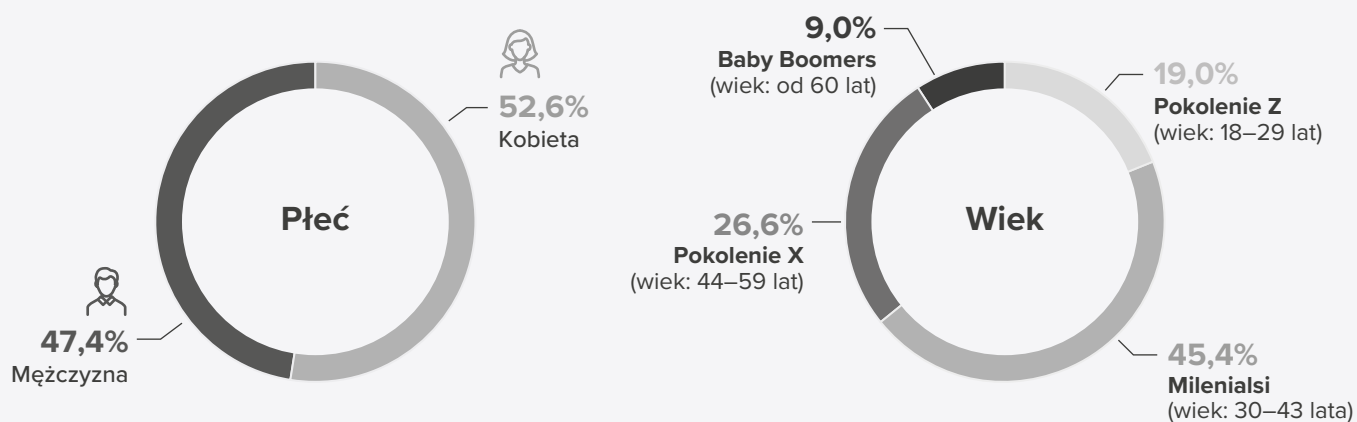
Termin

Badanie zostało zrealizowane w listopadzie 2024 r.

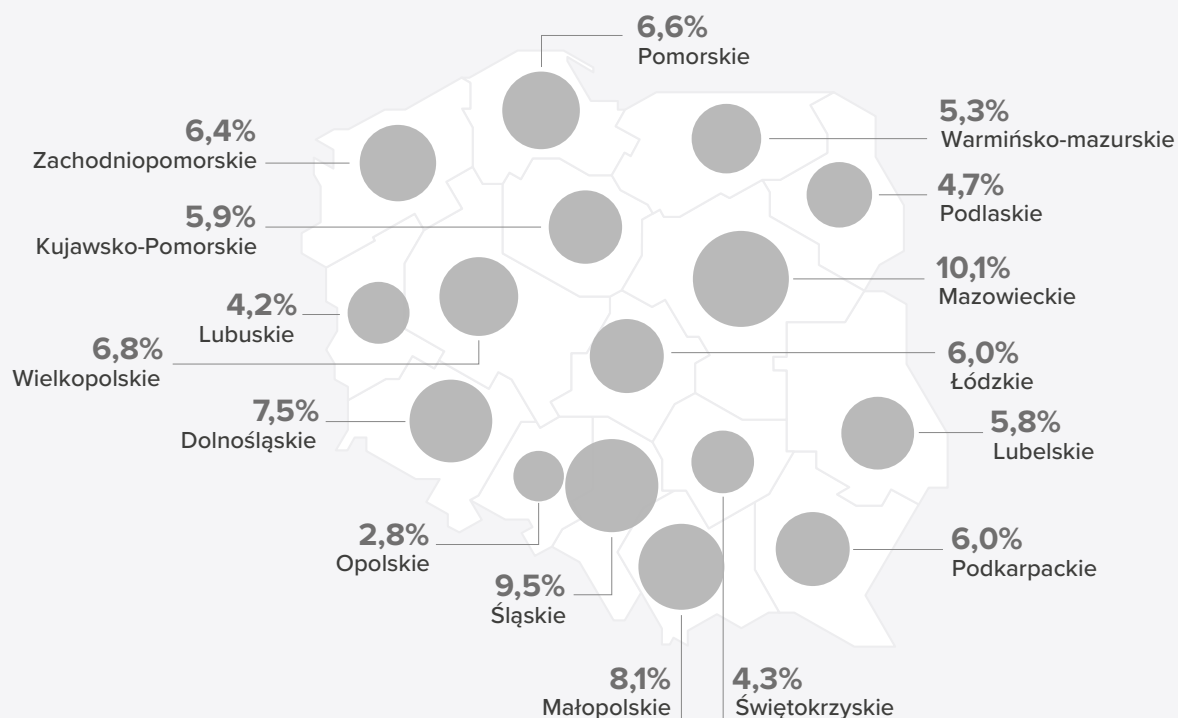
Grupa docelowa

Osoby w wieku powyżej 18 lat, posiadające prawo jazdy kategorii B, które są zainteresowane zakupem samochodu osobowego w okresie najbliższych 3 lat.

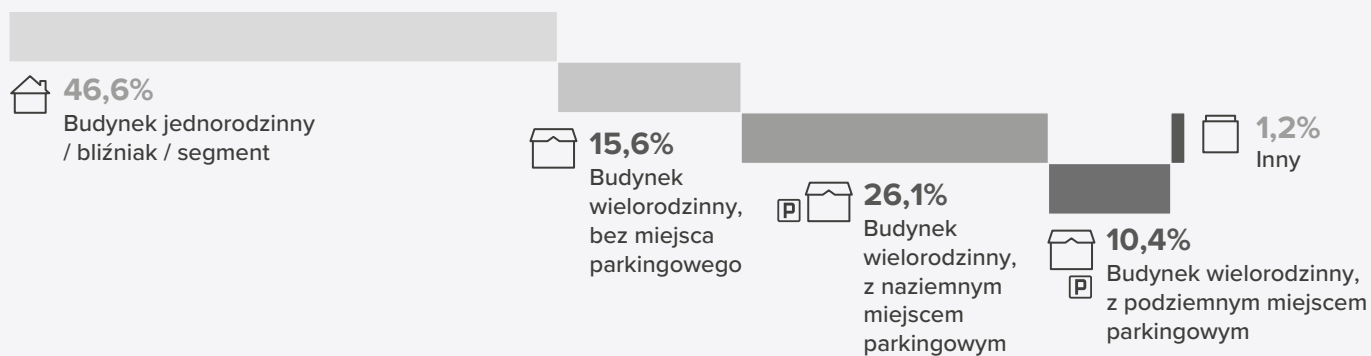
Struktura demograficzna



Miejsce zamieszkania



Typ zabudowy miejsca zamieszkania



Kluczowe wnioski

Zainteresowanie Polaków zakupem samochodów elektrycznych stale wzrasta

Niemal co czwarty Polak jest zainteresowany zakupem fabrycznie nowego samochodu całkowicie elektrycznego. W 2020 r. taką deklarację złożyło 7% badanych, w 2021 r. 12%, w 2022 r. 15%, w 2023 r. – 23%, zaś w roku 2024 – 24%.

Niski poziom zainteresowania samochodami elektrycznymi na rynku wtórnym

Używane samochody elektryczne cieszą się znacznie mniejszym zainteresowaniem Polaków niż pojazdy nowe. W 2024 r. tylko 4,4% ankietowanych zainteresowanych zakupem samochodu używanego wskazało, że rozważa wybór pojazdu całkowicie elektrycznego.

Kluczowe czynniki pozafinansowe, które mogłyby zwiększyć zainteresowanie Polaków samochodami elektrycznymi to wzrost zasięgów i skrócenie czasów ładowania

Aby BEV stały się bardziej atrakcyjne z perspektywy polskich nabywców, ich średni zasięg powinien wzrosnąć do ok. 600 km, a czas ładowania w trasie nie powinien przekraczać 20 minut.

W opinii wielu Polaków obecne ceny samochodów elektrycznych są w wielu przypadkach za wysokie

Aby samochody elektryczne stały się pierwszym wyborem dla większości Polaków zainteresowanych zakupem nowego pojazdu, ich ceny powinny mieścić się w przedziale od 77 tys. zł (w przypadku aut miejskich segmentu A) do 204 tys. zł (w przypadku pojazdów klasy średniej segmentu D).

Polacy są gotowi zapłacić więcej za samochód elektryczny niż spalinowy, ale tylko pod warunkiem, że różnica w cenie nie będzie znacząca

Większość Polaków dostrzega korzyści ekonomiczne związane z eksploatacją pojazdów elektrycznych, jednak 74% z nich oczekuje, że różnica w cenie nabycia nie przekroczy 10 tys. zł względem samochodu spalinowego. Gdy różnica wzrasta do 40 tys. zł, zainteresowanie zakupem elektrycznego samochodu wyraźnie spada (do zaledwie 5,8%).

„Mój elektryk” – połowa Polaków zainteresowanych zakupem fabrycznie nowego auta nie wie o dopłatach

Aż 52% potencjalnych nabywców samochodów elektrycznych nie słyszało o dopłatach z programu "Mój elektryk". Dla pozostałej części respondentów największą wadą programu była zbyt niska kwota subsydiów – 53% badanych uważa, że wysokość dofinansowania nie była adekwatna do sytuacji rynkowej. Do największych wad "Mojego elektryka" Polacy zaliczają także skomplikowane procedury (10,8% wskazań) oraz odrębne zasady wsparcia dla firm i osób fizycznych.

Kluczowe wnioski

Przy wyborze stacji ładowania Polacy kierują się pragmatyzmem

Dla użytkowników samochodów elektrycznych w Polsce kluczowe znaczenie mają ceny za usługi ładowania (57%), moc ładowania (52%) i lokalizacja (47%). Ważnym czynnikiem jest także dostępność udogodnień, istotna dla 39% użytkowników. Marka operatora pozostaje drugorzędną kwestią (na ten aspekt wskazało 17% ankietowanych).

Aplikacje mobilne coraz popularniejszą formą płatności za usługi ładowania

Po raz pierwszy od 2017 r. karty płatnicze (37%) ustąpiły miejsca aplikacjom mobilnym (42%) jako najbardziej preferowanej metodzie płatności za usługi ładowania. Paradoksalnie, zmiana ta zbiegła się w czasie z wprowadzeniem obowiązku montażu terminali płatniczych na ogólnodostępnych stacjach ładowania.

Nowa mobilność miejska zyskuje na popularności, ale Polacy nie korzystają z niej często

68% Polaków korzysta z usług takich jak rowery miejskie czy samochody na minuty, jednak nowa mobilność nadal pozostaje najczęściej wyborem okazjonalnym. W celu zainteresowania nową mobilnością większej liczby Polaków kluczowe jest zapewnienie wysokiej jakości usług, bezpieczeństwa finansowego i konkurencyjności cenowej względem tradycyjnego transportu.

Polacy mają mieszane opinie na temat stref czystego transportu, doceniając ich potencjalne korzyści, ale obawiając się o konsekwencje ekonomiczne i logistyczne

Wprowadzenie stref czystego transportu popiera 44% Polaków. 49% respondentów dostrzega korzyści wynikające z wdrażania SCT w poprawie jakości powietrza, a 45% w redukcji hałasu. Obawy respondentów związane z dostępnością transportu i kosztami logistyki mogą zostać złagodzone poprzez odpowiednie wsparcie i rozwój transportu publicznego, a także kampanie informacyjne.

Część Polaków dostrzega korzyści, jednak większość nie ma zdania na temat wpływu nowej mobilności na gospodarkę

41% badanych dostrzega pozytywny wpływ nowej mobilności na rynek pracy, a 46% na wzrost PKB. Mimo to znaczna część społeczeństwa nie ma zdania na te tematy (odpowiednio 45% i 32%).

Polacy są podzieleni w ocenie polityki UE dotyczącej dekarbonizacji transportu

43% badanych popiera cele UE w zakresie redukcji emisji, podczas gdy 29% krytykuje zbyt surowe obowiązki i brak odpowiedniego tempa rozwoju infrastruktury ładowania.

1

**Czy Polacy są
zainteresowani
zakupem samochodów
elektrycznych?**

Czy Polacy są zainteresowani zakupem samochodów elektrycznych?

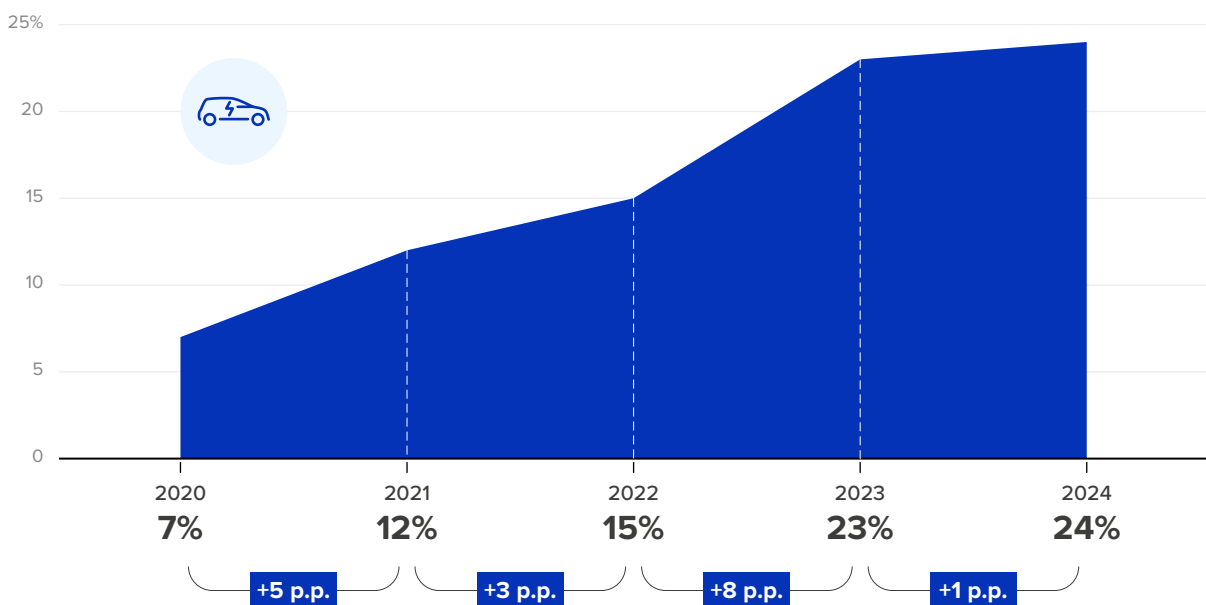
24%

W 2024 r. 24% Polaków planujących zakup fabrycznie nowego samochodu w perspektywie najbliższych 3 lat deklaruje, że rozważy wybór pojazdu całkowicie elektrycznego (BEV). Oznacza to wzrost o 1 punkt procentowy w porównaniu do roku poprzedniego (23% w 2023 r.).

Uwzględniając dotychczasową dynamikę zmian, w tegorocznej edycji badania oznacza to spowolnienie trendu wzrostowego, co znajduje odzwierciedlenie w liczbie rejestracji nowych samochodów elektrycznych. W 2023 r. ich udział stanowił ok. 3,2%, na koniec 2024 r. wynik ten był bardzo zbliżony (3,0%).

Jaki rodzaj napędu rozważasz w samochodzie, który planujesz kupić?

Odpowiedź: Fabrycznie nowy samochód w pełni elektryczny (BEV)



Czy Polacy są zainteresowani zakupem samochodów elektrycznych?

Rynek samochodowy w Polsce wyraźnie zdominowany jest przez pojazdy używane, które, jak wynika z danych PZPM za 2023 r., stanowią aż 61% wszystkich rejestracji (pojazdy importowane).

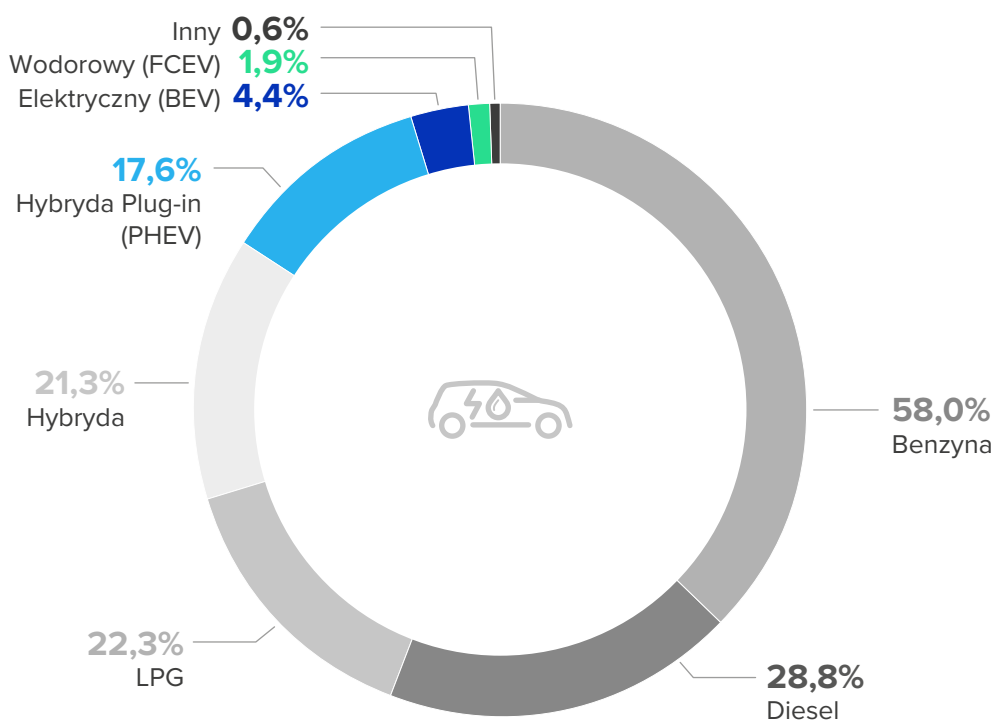
4,4%

W 2024 r. tylko 4,4% ankietowanych zainteresowanych zakupem samochodu używanego wskazało, że rozważa wybór pojazdu elektrycznego. To aż o 19,2 punktów procentowych mniej względem fabrycznie nowych samochodów.

W kontekście wysokiego udziału pojazdów używanych na rynku motoryzacyjnym, stanowi to jedno z większych wyzwań, przed którym stoi polska elektromobilność.

Jaki rodzaj napędu rozważasz w samochodzie, który planujesz kupić?

Odpowiedź osób zainteresowanych zakupem samochodu używanego



Czy Polacy są zainteresowani zakupem samochodów elektrycznych?

Aby zrównoważony transport rozwinął się na skalę masową konieczne jest podjęcie działań zwiększających zainteresowanie i dostępność używanych BEV. Obecnie obserwuje się tendencję odwrotną.

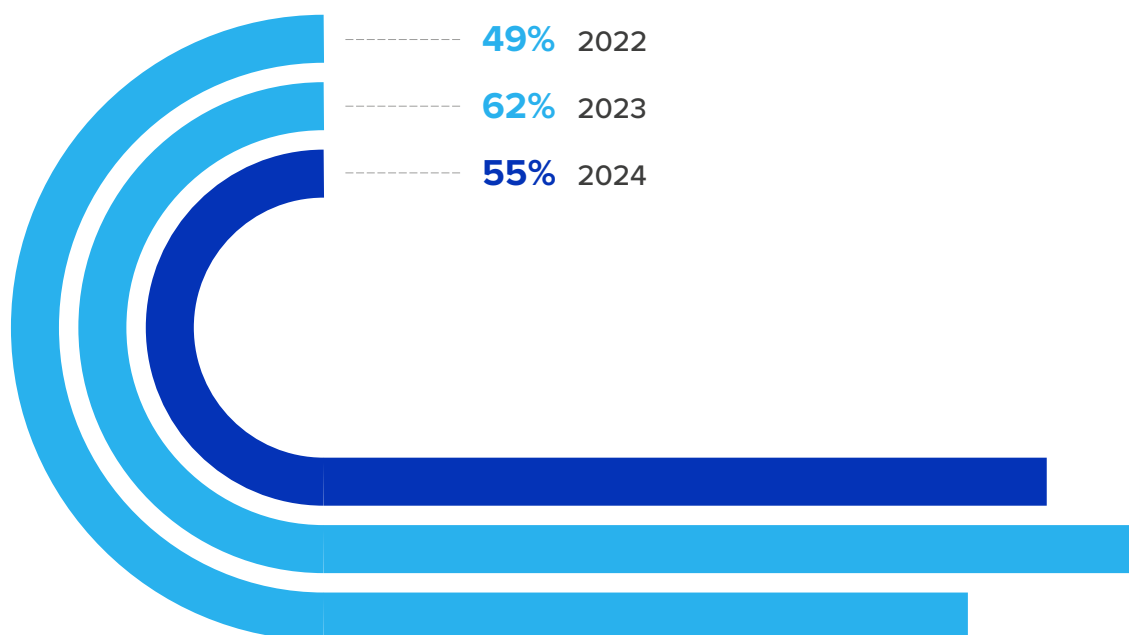
55%

W 2023 r. 62% badanych deklaroowało gotowość do rozważenia zakupu używanego samochodu elektrycznego. W 2024 r. jest to 55%, a więc o 7 punktów procentowych mniej niż rok wcześniej.

Odnotowany wynik to konsekwencja szeregu czynników, w tym wycofania się administracji centralnej z wcześniejszych obietnic wprowadzenia dopłat do używanych samochodów elektrycznych.

Czy rozważył(a)byś zakup używanego samochodu elektrycznego?

Odpowiedź: Tak



2

**Jak przekonać
Polaków do
elektromobilności?**

Jak przekonać Polaków do elektromobilności?

Samochody elektryczne charakteryzują się wieloma zaletami względem pojazdów spalinowych. Chociaż kluczową barierą upowszechnienia BEV nadal pozostają koszty zakupu, paradoksalnie to właśnie aspekt finansowy stanowi ich najbardziej docenianą wśród respondentów zaletę.

42%

42% badanych wskazało, że największym motywatorem do rozważenia zakupu samochodu elektrycznego są niższe koszty eksploatacji.

Na drugim miejscu znalazły się zachęty finansowe, takie jak dopłaty, zwolnienie z opłat parkingowych czy wyższe odpisy amortyzacyjne, które zdobyły 41% wskazań. Jako trzecią największą zaletę BEV ankietowani wskazywali komfort podróży (33%).

Które z poniższych zalet samochodów elektrycznych w największym stopniu mogą zachęcać Cię do rozważenia zakupu pojazdu elektrycznego?

Niższe koszty eksploatacji	42%	
Zachęty finansowe	41%	
Cisza i komfort jazdy	33%	
Możliwość korzystania z odnawialnych źródeł energii	27%	
Ekologia	27%	
Innowacyjność i nowoczesność	25%	
Lepsze osiągi	25%	
Inne	4%	

Polacy są świadomi zalet wynikających z eksploatacji samochodów elektrycznych, jednak deklarują, że zmiana wielu obecnych uwarunkowań technologicznych i rynkowych mogłaby ich przekonać do elektromobilności w większym stopniu.

Jak przekonać Polaków do elektromobilności?

58%

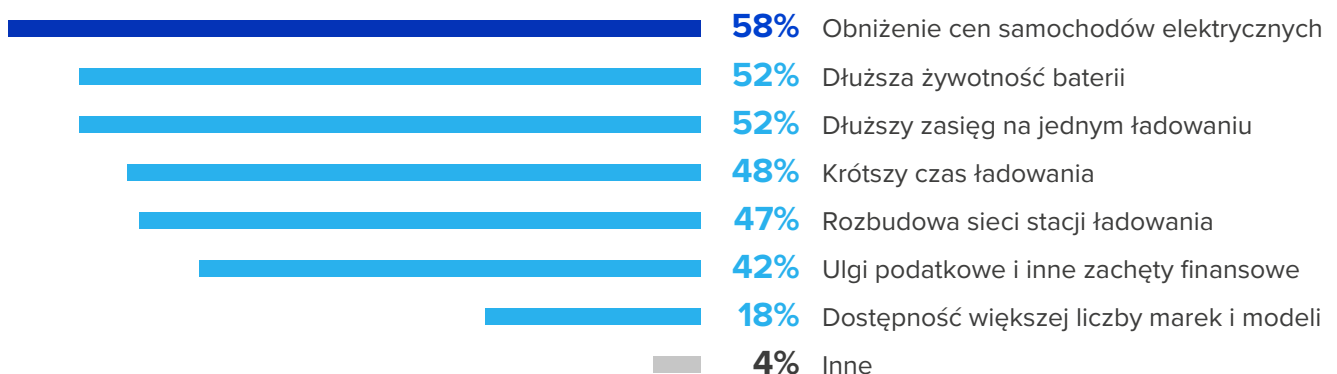
Polaków do wyboru samochodu elektrycznego najbardziej przekonałby obniżenie kosztów zakupu (58% wskazań). Niższe ceny pozostają niezmiennie najczęściej wskazywanym czynnikiem od rozpoczęcia realizacji badania w 2017 r.

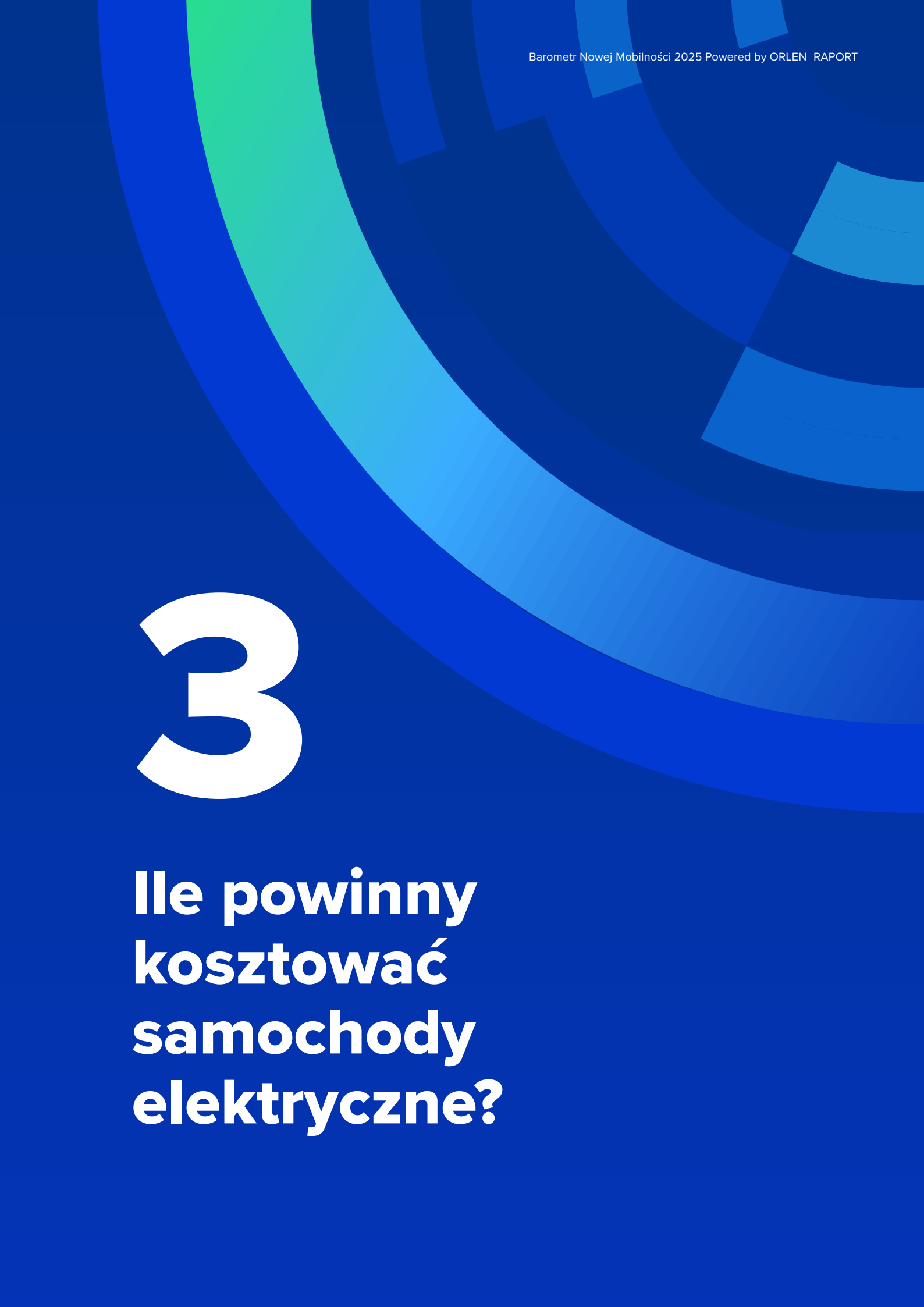
Mimo że standardem rynkowym jest udzielenie 7 letniej gwarancji na akumulator trakcyjny (lub do przebiegu 160 000 km w zależności co nastąpi wcześniej), 52% wskazań dotyczy podniesienia żywotności akumulatora. Bateria to najdroższy komponent pojazdu elektrycznego, co uzasadnia obawy w tym zakresie. Producenci pojazdów, chcąc zwiększyć atrakcyjność swoich modeli, powinni rozważyć wydłużenie gwarancji. Jak wynika z badania, przedłużenie okresu gwarancji do min. 10 lat, dla 76% ankietowanych stanowiłoby argument przekonujący do zakupu BEV.

Równie ważnym czynnikiem jest zasięg pojazdów. Co drugi ankietowany stwierdza, że większy zasięg na jednym ładowaniu byłby istotnym argumentem przemawiającym za zakupem samochodu elektrycznego. Aby BEV mogły cieszyć się większą popularnością wśród Polaków, ich średni zasięg powinien wynosić ok. 600 km (o 126 km więcej niż obecnie). Samochody z segmentu F (pojazdów luksusowych) już dziś oferują średni zasięg powyżej 600 km. Z uwagi na wysokie ceny, możliwość nabycia takich pojazdów deklaruje jednak zaledwie 3,1% badanych.

Skrócenie czas ładowania jest najbardziej istotnym aspektem dla 48% badanych. Aby elektromobilność cieszyła się większym zainteresowaniem Polaków, czas ładowania w trasie nie powinien przekraczać 20 min (więcej czasu na ładowanie jest w stanie przeznaczyć tylko 38% respondentów).

Co mogłoby Cię przekonać do zakupu samochodu elektrycznego?





3

**Ile powinny
kosztować
samochody
elektryczne?**

Ile powinny kosztować samochody elektryczne?

Pomimo rosnącego zainteresowania pojazdami elektrycznymi w Polsce, ich ceny wciąż stanowią dla wielu Polaków istotną barierę powstrzymującą przed przejściem na elektromobilność. Ceny najtańszych modeli elektrycznych zaczynają się od około 80-100 tys. zł. Większość modeli elektrycznych popularnego w Polsce segmentu C kosztuje jednak między 140 a 200 tys. zł. Dla porównania, ceny spalinowych odpowiedników zaczynają się od 120 tys. zł., a na rynku wtórnym dostępne są 3-4 letnie pojazdy z niskim przebiegiem już za 60-70 tys. zł.

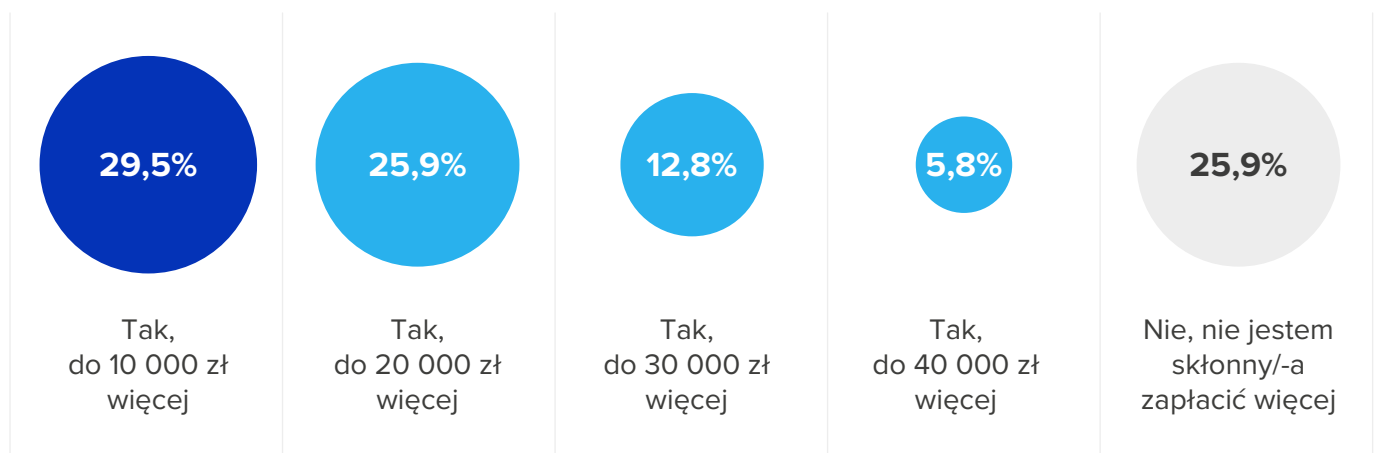
Co istotne, większość Polaków jest w stanie zapłacić za pojazdy elektryczne więcej niż za ich spalinowe odpowiedniki. Respondenci zdają sobie sprawę z możliwości uzyskania oszczędności na etapie eksploatacji.

74%

Jak wynika z badania, aby do elektromobilności przekonać aż 74% ankietowanych, różnica w cenie nie powinna przekraczać 10 tys. zł.

Wraz ze wzrostem różnicy odsetek respondentów zainteresowanych nabyciem samochodu elektrycznego znacznie spada. Przy różnicy 40 tys. zł. zaledwie 5,8% badanych nadal byłoby skłonnych rozważyć zakup BEV zamiast ICE.

Czy jesteś skłonny/-a zapłacić więcej za samochód elektryczny, jeśli jego koszty eksploatacji (np. ładowanie, serwis) byłyby niższe niż w przypadku samochodu spalinowego?

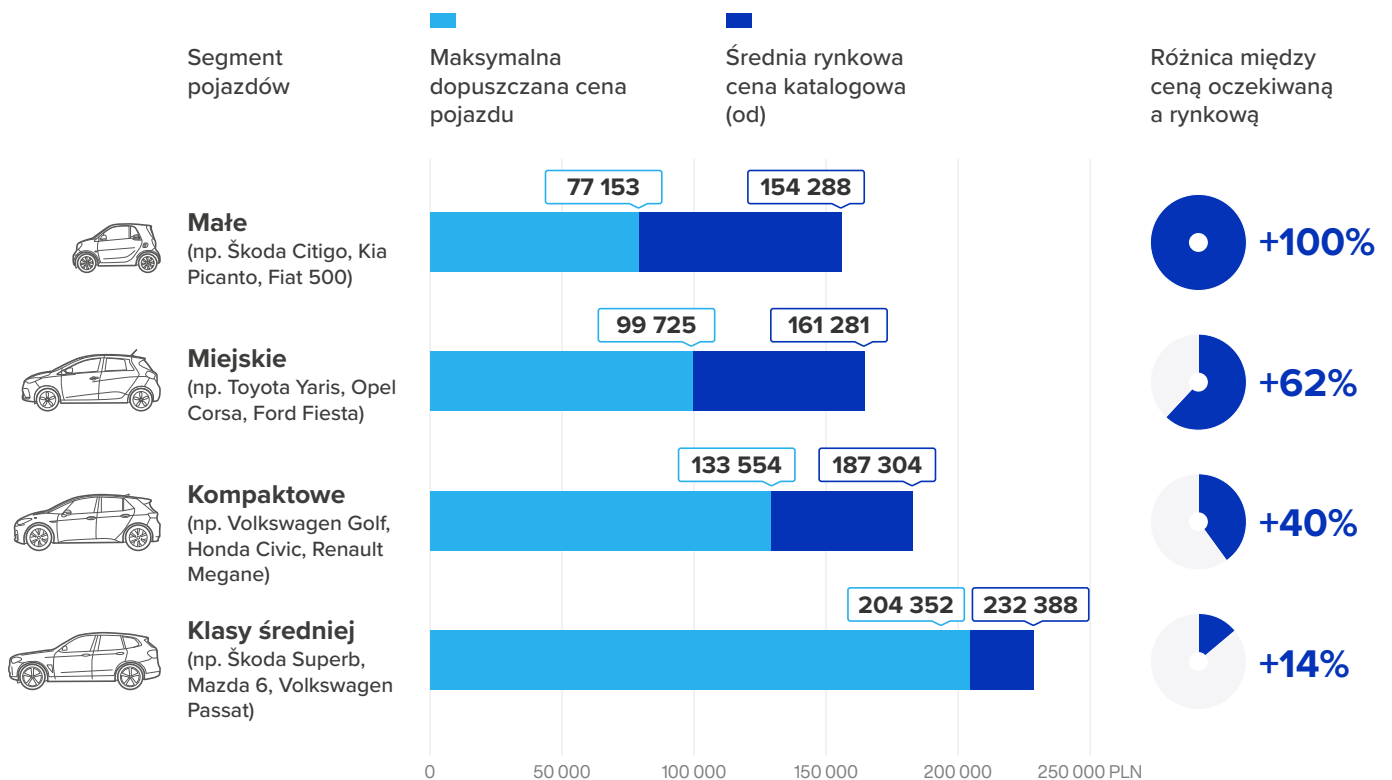


Ile powinny kosztować samochody elektryczne?

Według wyników badania, aby samochody elektryczne stały się realną alternatywą dla Polaków, ich ceny powinny wynosić do:

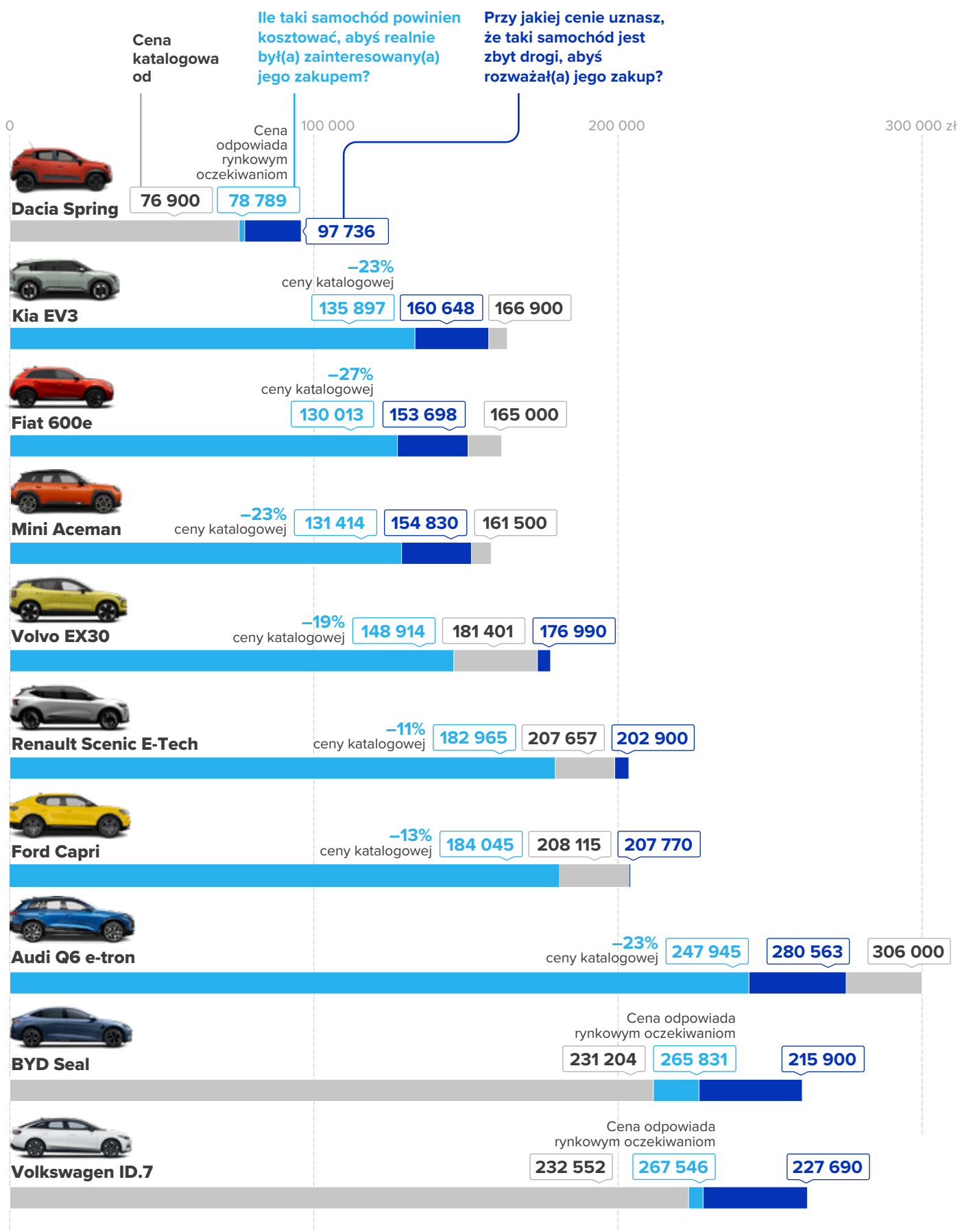


Wskaż, ile Twoim zdaniem maksymalnie powinny kosztować samochody elektryczne z poszczególnych segmentów?



Ile powinny kosztować samochody elektryczne?

Akceptowalna cena wybranych samochodów elektrycznych dostępnych na polskim rynku



4

**Jak Polacy oceniają
program dopłat do
zakupu samochodów
elektrycznych „Mój
elektryk”?**

Jak Polacy oceniają program dopłat do zakupu samochodów elektrycznych „Mój elektryk”?

Pod koniec 2024 r. Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej (NFOŚiGW) ogłosił uruchomienie nowego programu dopłat do zakupu samochodów elektrycznych „Mój elektryk 2.0”, którego budżet wynosi 1,6 mld zł, co jest wartością niemal dwukrotnie wyższą niż w pierwszej edycji programu. Równocześnie wartość maksymalnego dofinansowania wzrosła z 18 750 zł do 40 000 zł. To konsekwencja wprowadzenia dodatkowych premii za zezłomowanie starego samochodu lub osiągnięcie dochodu poniżej 135 tys. rocznie. Jednocześnie z dofinansowania wykluczono największą grupę potencjalnych beneficjentów (spółki handlowe), a dotacje nie będą już obejmować dostawczych „elektryków”.

Jak te zmiany odpowiadają na oczekiwania Polaków?

43,1%

Najważniejszą, wskazaną przez 43,1% badanych, zmianą, która powinna zostać wdrożona w programie „Mój elektryk 1.0” było podniesienie maksymalnej kwoty dotacji.

Dodatkowo, 7,9% ankietowanych zadeklarowało, że warunki ubiegania się o wsparcie powinny być takie same zarówno dla osób fizycznych, jak i przedsiębiorców. W przypadku osób fizycznych, otrzymanie kwoty dotacji w wysokości 27 tys. zł zostało uzależnione od posiadania Karty Dużej Rodziny. W przypadku przedsiębiorców taką dopłatę można otrzymać po spełnieniu kryterium minimalnego, rocznego przebiegu pojazdu. Wyniki badania dowodzą również niewielkiego potencjału premii za złomowanie starych pojazdów, którą przewidziano w programie „Mój elektryk 2.0”. Wprowadzenie takiej premii uznało za pożądaną zmianę polskiego systemu wsparcia zaledwie 9,4% respondentów.

15,7%

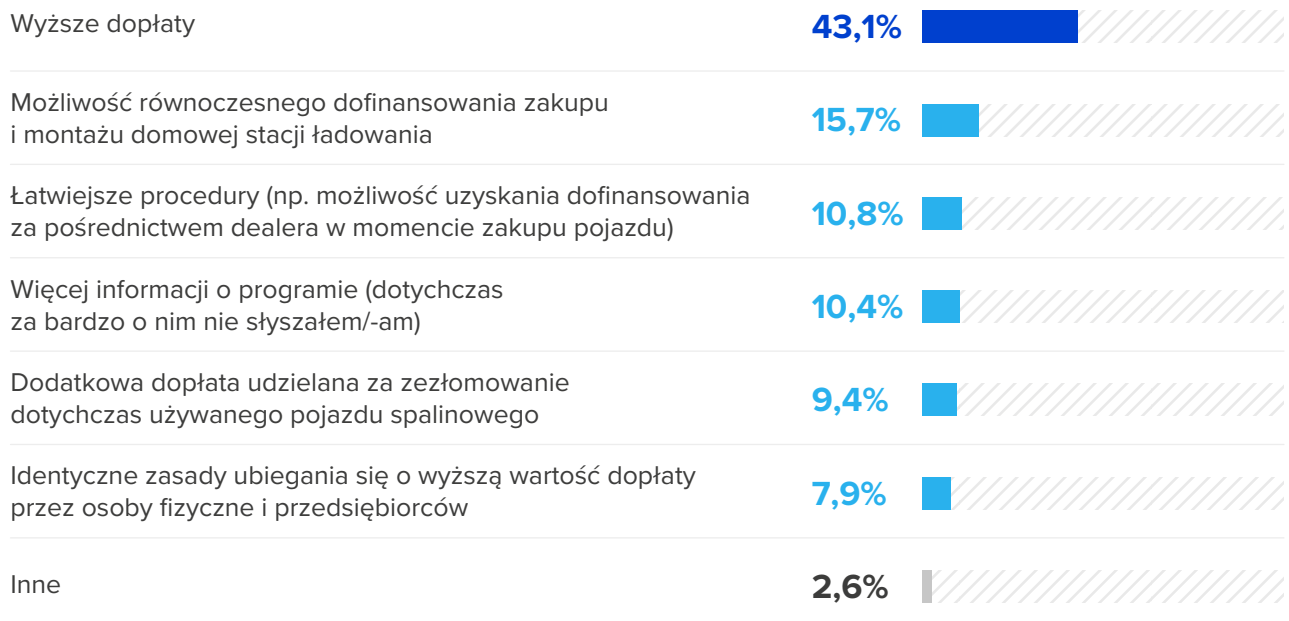
15,7% badanych wskazało, że obok dopłaty do samochodu dotacje powinny również objąć prywatne punkty ładowania.

Jak Polacy oceniają program dopłat do zakupu samochodów elektrycznych „Mój elektryk”?

10,8% ankietowanych uważa, że procedury uzyskania dopłaty powinny zostać usprawnione. W tym miejscu warto podkreślić, że większość Polaków nie zna procedury uzyskania dopłaty. W konsekwencji wynik na poziomie niemal 11% należy odczytywać jako bardzo wysoki.

10,4% badanych wskazało na konieczność lepszego i bardziej przejrzystego udzielania informacji o programie dopłat. Aż 52% badanych zainteresowanych zakupem fabrycznie nowego samochodu nie słyszało o programie „Mój elektryk 1.0.” Oznacza to, że obecne kanały komunikacji są niewystarczające.

Jakie zmiany w programie “Mój elektryk 1.0” mogłyby zwiększyć Twoje zainteresowanie zakupem samochodu elektrycznego?

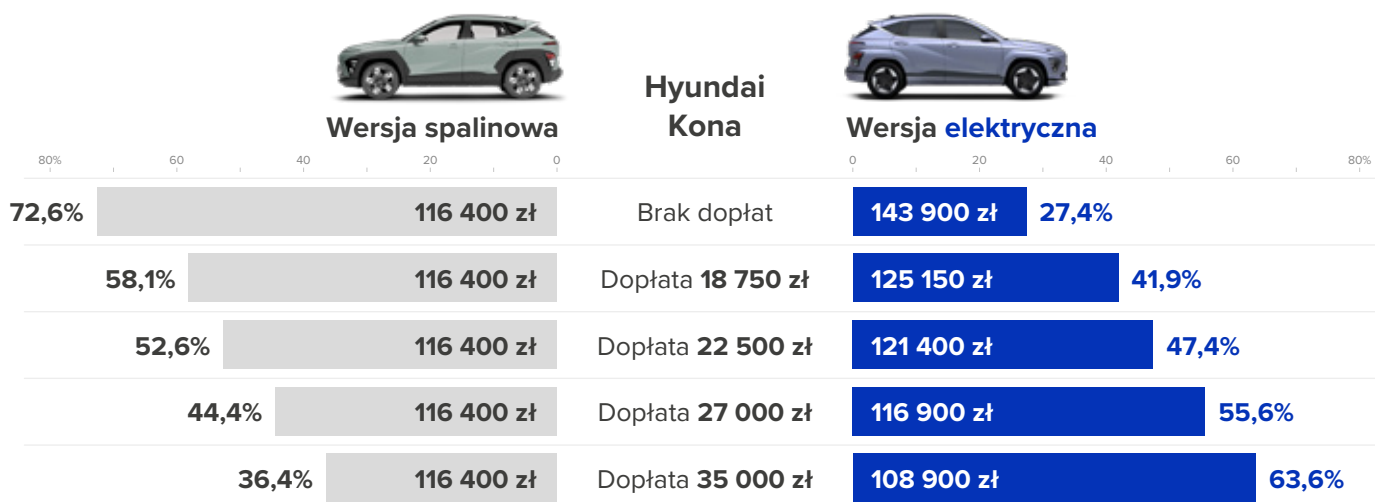


Wpływ wysokości maksymalnej kwoty dopłaty na decyzje zakupowe Polaków

Przy dużej różnicy cenowej między pojazdami elektrycznymi a spalinowymi większość respondentów kieruje się obawą przed ryzykiem i wybiera sprawdzone, tańsze rozwiązania. Wraz ze wzrostem dopłat i spadkiem kosztów nabycia BEV zmniejsza się finansowa bariera wejścia, co nie tylko zwiększa atrakcyjność pojazdów elektrycznych, ale także wzmacnia znaczenie ich zalet, takich jak tańsza eksploatacja. Gdy cena samochodu elektrycznego staje się równa lub niższa od spalinowego odpowiednika, konsumenci zyskują poczucie racjonalnego i przyszłościowego wyboru, co ostatecznie przechyla szalę decyzji na korzyść pojazdów elektrycznych.

Jak Polacy oceniają program dopłat do zakupu samochodów elektrycznych „Mój elektryk”?

Zakładając, że rozważasz zakup poniższego pojazdu – na który rodzaj napędu najprawdopodobniej mógłbyś/mogłabyś się zdecydować?

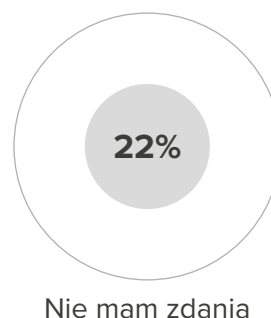
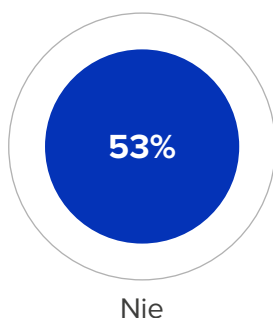


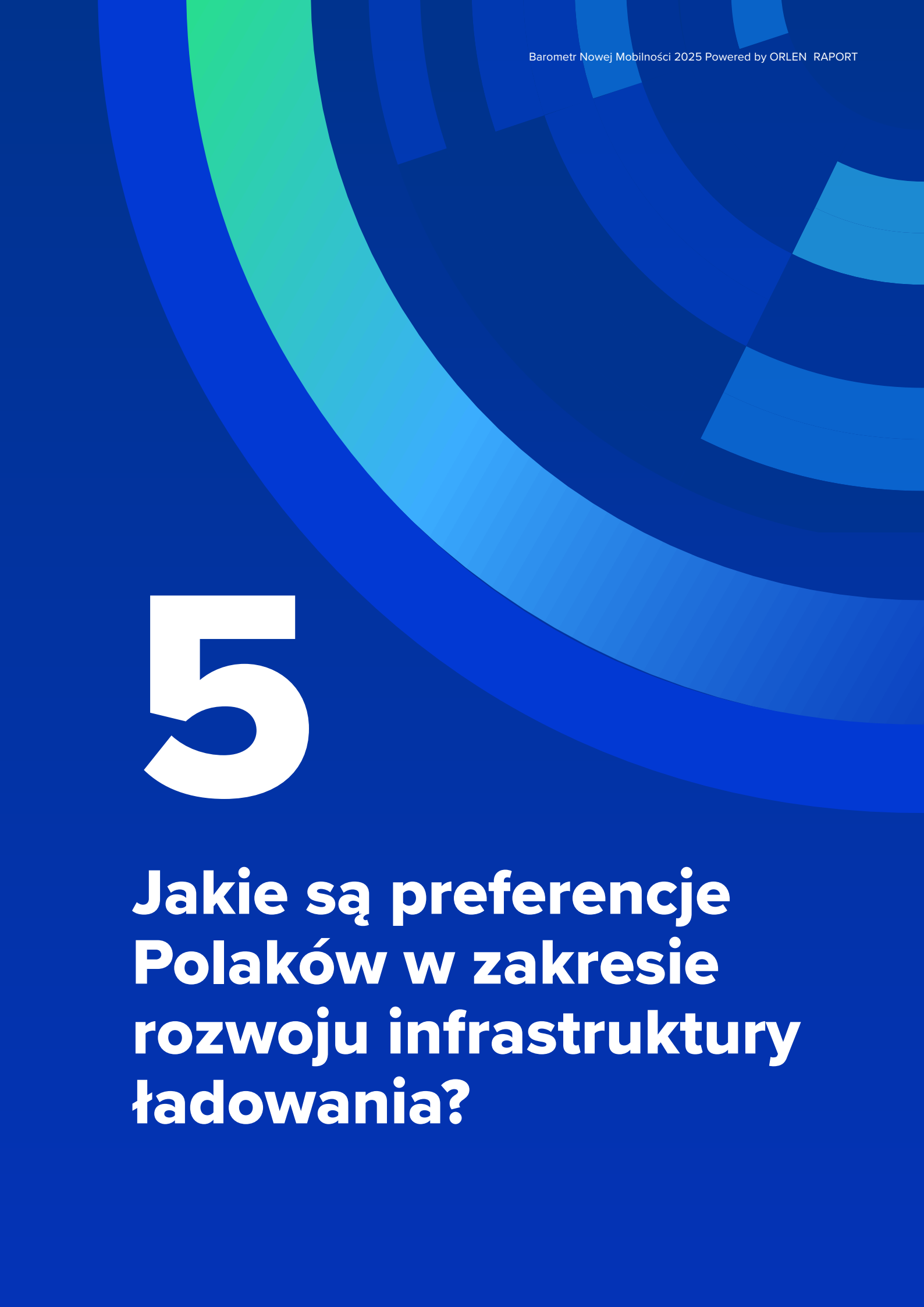
Wyniki badania dowodzą, że dopłaty do zakupu pojazdów elektrycznych odgrywają w Polsce kluczową rolę w procesie rozwoju elektromobilności.

53%

Co drugi Polak (53%) nadal uważa jednak, że obecny poziom dofinansowania do osobowych samochodów całkowicie elektrycznych jest nieadekwatny do realiów rynkowych.

Czy uważasz, że wysokość dopłat do zakupu elektrycznych samochodów osobowych w programie „Mój elektryk 1.0” jest adekwatna w porównaniu do cen pojazdów spalinowych (ICE)





5

**Jakie są preferencje
Polaków w zakresie
rozwoju infrastruktury
ładowania?**

Jakie są preferencje Polaków w zakresie rozwoju infrastruktury ładowania?

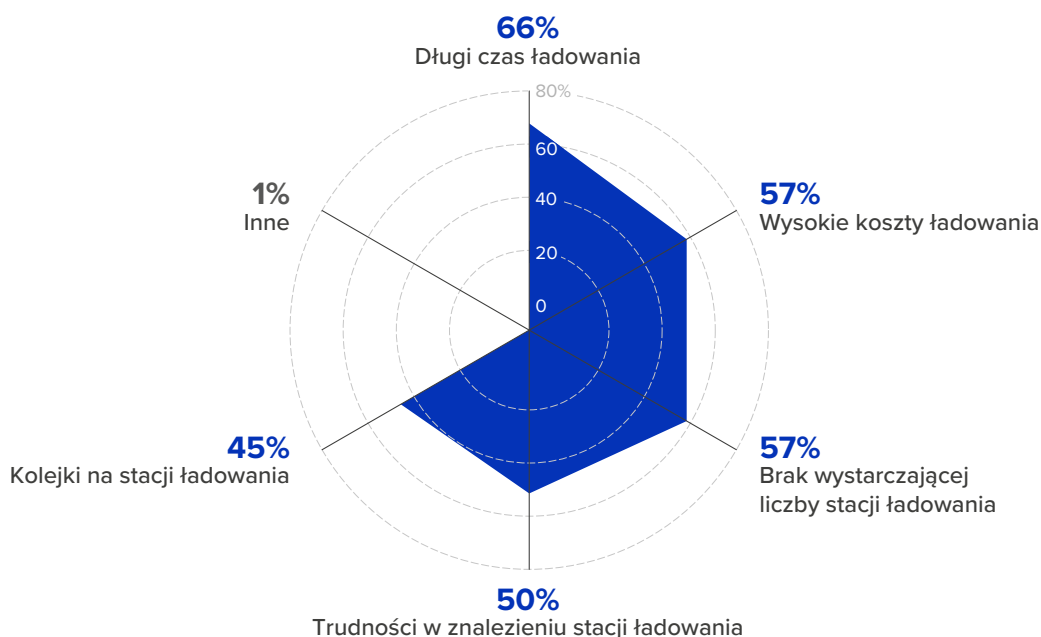
Ogólnodostępna infrastruktura ładowania stanowi fundament dla rozwoju elektromobilności. Obecnie jednak aż 32,4% badanych wskazuje, że nie zdecyduje się na zakup samochodu elektrycznego, ponieważ ich zdaniem infrastruktura nie jest dostatecznie rozbudowana.

66%

W obszarze infrastrukturalnym największe wyzwanie stanowi długi czas ładowania (66% wskazań). Większość badanych na ładowanie w trasie może przeznaczyć maksymalnie do 20 minut.

Aby naładować w tym czasie od 10% do 80% akumulator o pojemności 82 kWh potrzeba ładowarki o mocy co najmniej 173 kW. Obecnie zaledwie ok. 16% wszystkich ogólnodostępnych punktów ładowania w Polsce (DC) oferuje moc na poziomie równym lub wyższym niż 175 kW. Polacy obawiają się również wysokich kosztów ładowania (57% wskazań).

Jakie są Twoje główne obawy związane z infrastrukturą ładowania samochodów elektrycznych?



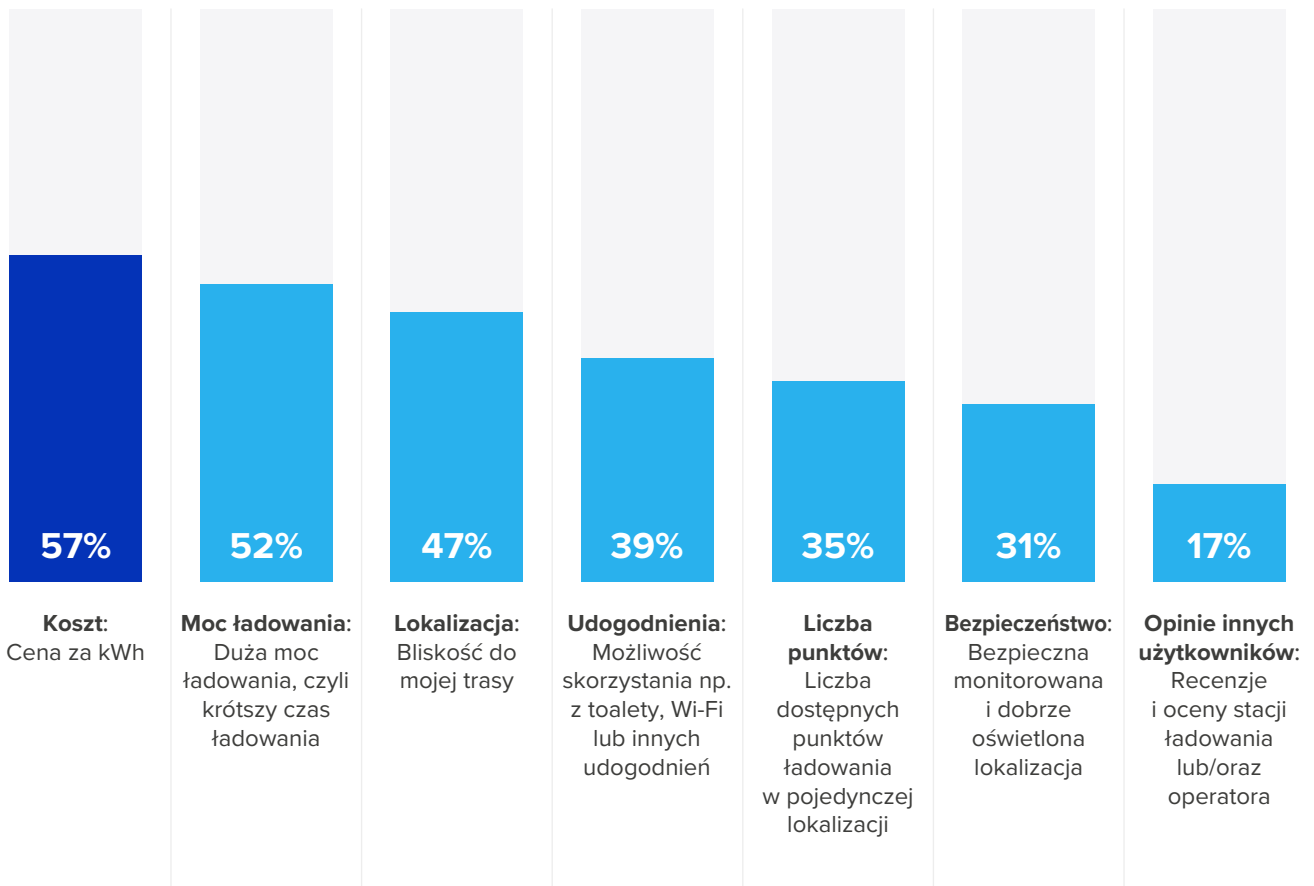
Jakie są preferencje Polaków w zakresie rozwoju infrastruktury ładowania?

57%

Dla ponad połowy ankietowanych, koszty oraz moc ładowania stanowią najważniejsze czynniki decyzyjne o wyborze konkretnej stacji ładowania (odpowiednio dla 57% i 52%).

Istotna jest również kwestia lokalizacji, wskazana przez 47% badanych. Wyniki jednoznacznie wskazują pragmatyczne podejście Polaków do kwestii infrastrukturalnych. Marka czy opinie o operatorze stacji na obecnym etapie rozwoju rynku stanowią drugo- a nawet trzeciorzędną kwestię decyzyjną. Ładowanie w trasie to proces trwający od kilku do kilkudziesięciu minut, nie dziwi zatem, że dla 39% badanych aspekt dostępnych udogodnień również stanowi istotny czynnik decyzyjny.

Które czynniki w największym stopniu mogą determinować Twój wybór konkretnej stacji ładowania?



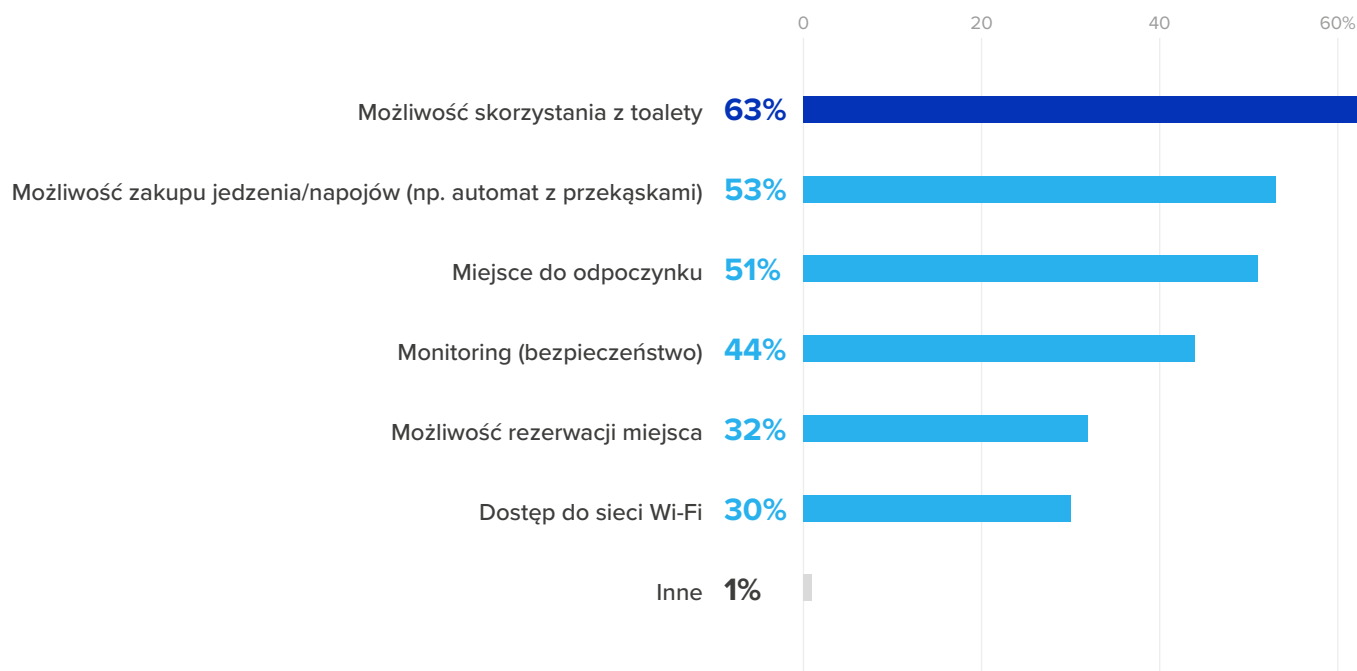
Jakie są preferencje Polaków w zakresie rozwoju infrastruktury ładowania?

63%

Podobnie jak w poprzednich edycjach Barometru Nowej Mobilności, najważniejszym udogodnieniem przy stacjach ładowania wskazanym przez badanych jest możliwość skorzystania z toalety (64% w 2022 r., 65% w 2023 r., 63% w 2024 r.).

Co drugi badany wymienia także możliwość zakupu jedzenia/przekąsek (53%) oraz dostępność miejsc odpoczynku (51%) takich jak ławki, stoły czy place zabaw dla dzieci. Analizując obecnie dostępną infrastrukturę przy drogach krajowych i autostradach można wyróżnić co najmniej trzy specyficzne lokalizacje, przy których powstają obecnie stacje ładowania. Stacje benzynowe, parkingi publiczne (MOPy) oraz przydrożne restauracje i hotele.

Jakie udogodnienia/funkcjonalności przy stacjach ładowania byłyby dla Ciebie ważne?

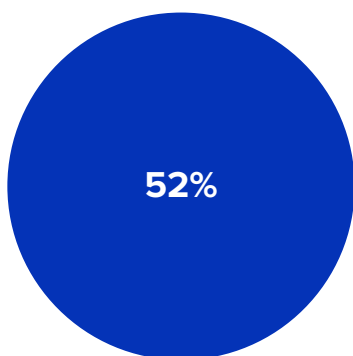


Jakie są preferencje Polaków w zakresie rozwoju infrastruktury ładowania?

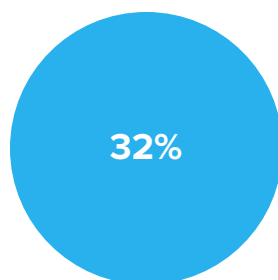
52%

Uwzględniając preferencje w zakresie udogodnień, to stacje benzynowe mogą cieszyć się największą popularnością (52% wskazań).

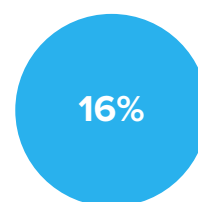
Wybierając się w dłuższą podróż pojazdem elektrycznym, zatrzymanie na której z poniższych lokalizacji stacji ładowania preferował(a)byś w pierwszej kolejności?



Stacje benzynowe



Parkingi zlokalizowane przy autostradach i drogach ekspresowych



Przydrożne restauracje i hotele

Jak Polacy chcieliby płacić za ładowanie?

Do tej pory Polacy pytani o najbardziej dogodną formę płatności za usługi ładowania od 2017 r. konsekwentnie wskazywali kartę płatniczą. Chociaż z każdym rokiem odsetek ankietowanych wybierających tę formę płatności malał, dopiero w tegorocznym badaniu karta płatnicza z wynikiem 37% po raz pierwszy znalazła się na drugiej pozycji.

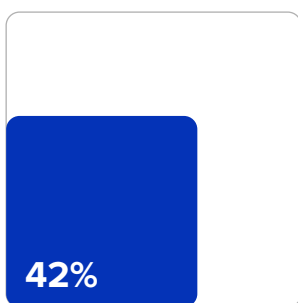
Jakie są preferencje Polaków w zakresie rozwoju infrastruktury ładowania?

42%

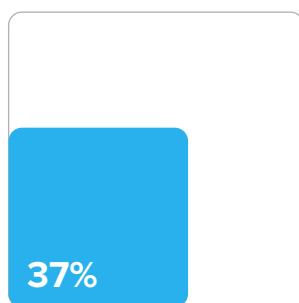
W roku 2024, kiedy karta płatnicza spadła na drugą pozycję za aplikacją mobilną (42% wskazań), wprowadzono obowiązek montażu terminali płatniczych na wszystkich nowo instalowanych stacjach oraz konieczność doposażenia o terminal istniejących stacji do końca 2027 r.

W dobie wszechobecnej cyfryzacji, rosnąca popularność aplikacji mobilnych nie powinna dziwić. Aplikacje są dziś obecnie niemal już wszędzie niezależnie czy robimy zakupy spożywcze, kupujemy ubrania, płacimy za paliwo czy idziemy do restauracji. Aplikacje nie stanowią już nowości, a codzienność milionów Polaków, którzy doceniają wygodę z ich korzystania.

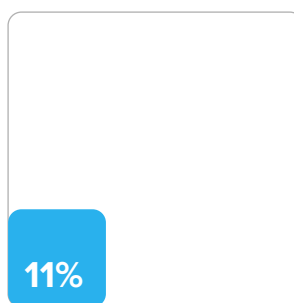
Z których poniższych form płatności za ładowanie najprawdopodobniej korzystał(a)byś najczęściej?



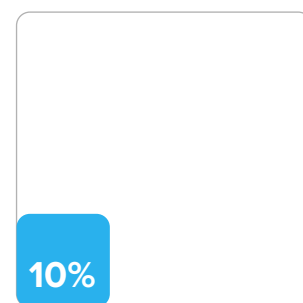
Aplikacja
mobilna



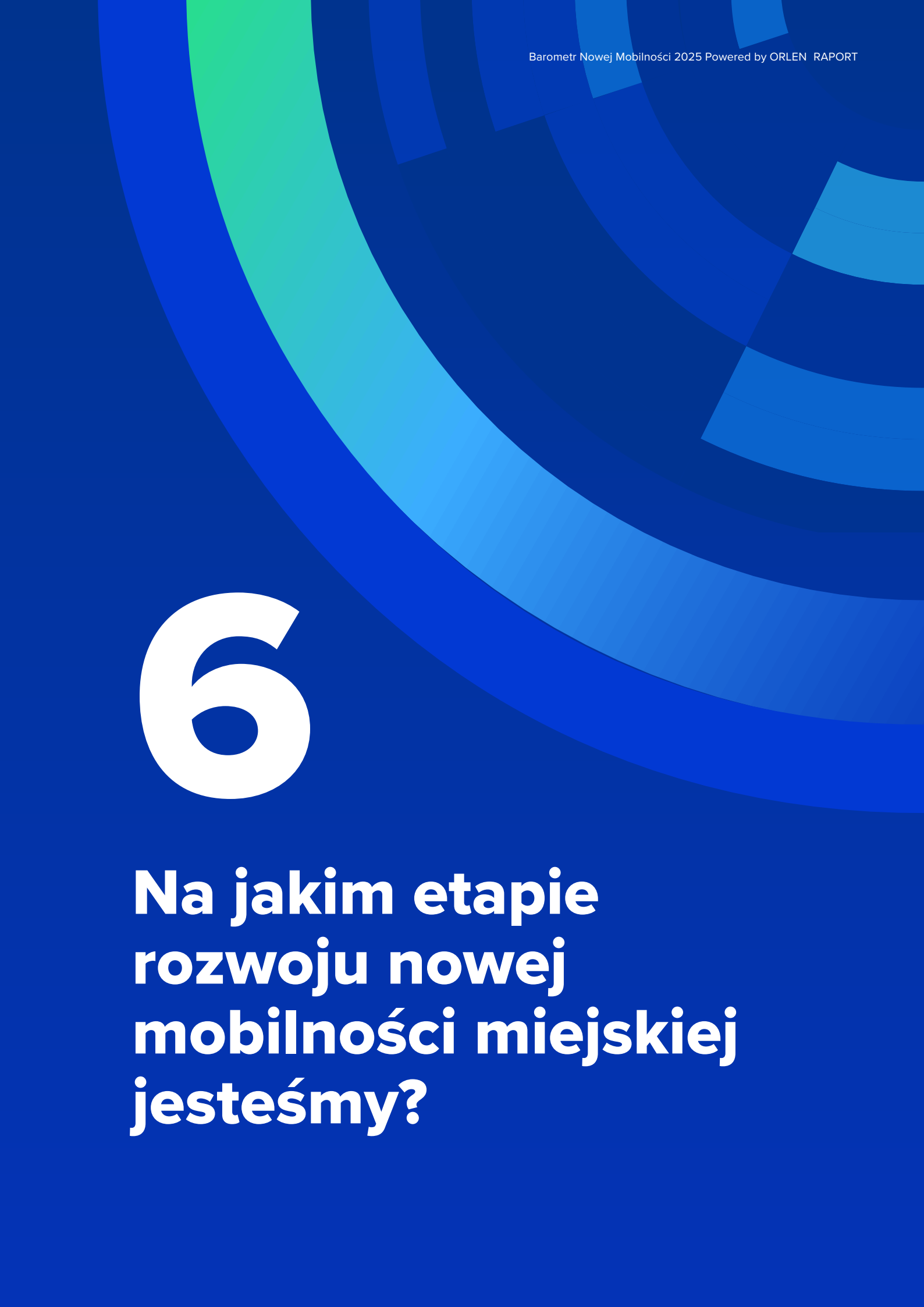
Karta kredytowa
/debetowa



Płatność za pomocą
kodu QR



Karta RFID



6

**Na jakim etapie
rozwoju nowej
mobilności miejskiej
jesteśmy?**

Na jakim etapie rozwoju nowej mobilności miejskiej jesteśmy?

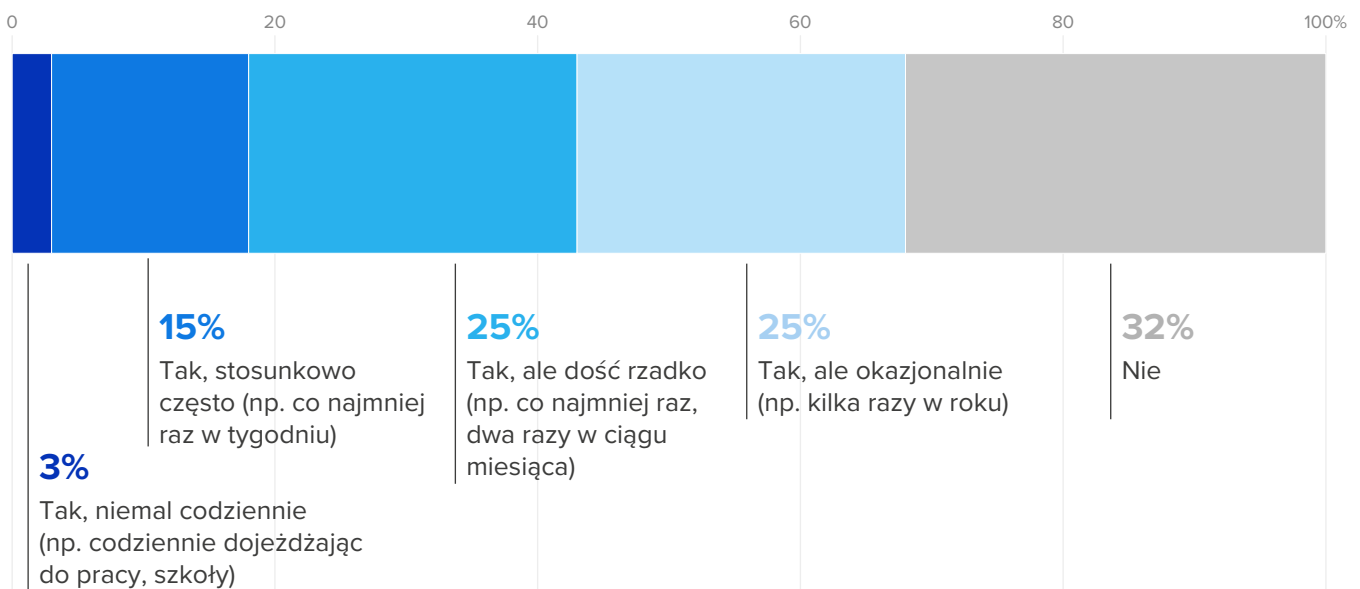
W ostatnich latach mobilność miejska przechodzi dynamiczne zmiany, które prowadzą w kierunku zrównoważonych, efektywnych i przyjaznych dla środowiska rozwiązań. Transformacja mobilności wynika z rosnącej potrzeby ograniczania emisji CO₂, zmniejszania zatłoczenia na ulicach oraz poprawy jakości życia w miastach. Na jakim etapie tej rewolucji znajdujemy się na początku 2025 r.?

68%

Jak wynika z badania, około 68% Polaków korzysta z usług nowej mobilności, w tym 15% respondentów deklaruje, że korzysta z tego typu usług co najmniej raz w tygodniu, a 3% niemal codziennie.

Reszta (32%) nie korzysta wcale z tych rozwiązań. Usługi takie jak rowery miejskie, hulajnogi elektryczne czy samochody na minuty stają się coraz bardziej popularną, ale nie są dominującą formą transportu w polskich miastach. Większość użytkowników traktuje je jako opcję uzupełniającą lub doraźną – korzystają z nich w sytuacjach, gdzie inne środki transportu są mniej wygodne lub niedostępne. Jest to naturalne zjawisko w początkowych fazach rozwoju rynku, gdy usługi te nie są jeszcze w pełni zintegrowane, a ich popularność ograniczają np. dostępność czy ceny.

Czy korzystasz w usług nowej mobilności (np. rowery miejskie, hulajnogi elektryczne, skutery, samochody na minuty, mobilność na żądanie)?



Na jakim etapie rozwoju nowej mobilności miejskiej jesteśmy?

43%

Największym wyzwaniem w obszarze popularyzacji pojazdów współdzielonych jest brak poczucia bezpieczeństwa finansowego użytkowników (43%), zły stan techniczny pojazdów (39%) oraz wysokie koszty usługi (38%).

Te bariery nie tylko zniechęcają do korzystania z usług nowej mobilności, ale także wskazują na problem z zarządzaniem jakością i relacjami z klientem.

Jakie są Twoim zdaniem największe wady pojazdów współdzielonych?

Obawa o uszkodzenie pojazdu, a w konsekwencji obciążenie wysokimi kosztami



43%

Zły stan techniczny pojazdów



39%

Wysokie koszty w dłuższej perspektywie użytkowania



38%

Mała dostępność pojazdów



32%

Skomplikowane cenniki, przez co nie wiadomo, ile będzie kosztowała usługa



30%

Problemy techniczne z wypożyczeniem/zwrotem



26%

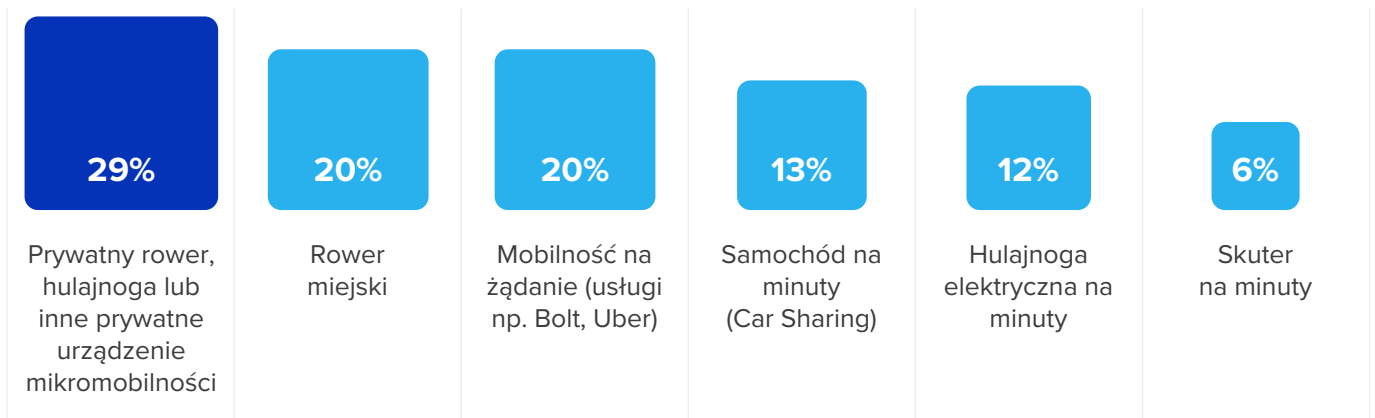
Na jakim etapie rozwoju nowej mobilności miejskiej jesteśmy?

29%

Największa grupa badanych (29%) wybiera pojazdy mikromobilności będące ich własnością. Podkreśla to silne społeczne przywiązanie do posiadania takich środków transportu jako sposobu na zapewnienie niezależności i wygody.

Jednak suma wskazań dla różnych formy mobilności współdzielonej (rowery miejskie, usługi na żądanie, hulajnogi czy samochody na minuty) przewyższa ten wynik, co świadczy o rosnącej gotowości Polaków do korzystania z usług współdzielenia.

Z jakiego rodzaju transportu był(a)byś skłonny(a) skorzystać w pierwszej kolejności, w ramach codziennej mobilności, zamiast prywatnego samochodu czy komunikacji zbiorowej?



63%

63% badanych byłoby skłonnych zrezygnować z korzystania z prywatnego samochodu, gdyby inne niż samochód i komunikacja publiczna rodzaje transportu zapewniały sprawne i tanie poruszanie się po mieście.

Kluczem do rozwoju nowej mobilności w mieście jest zatem zapewnienie użytkownikom usług najwyższej jakości, gwarancji ich sprawnego funkcjonowania oraz konkurencyjności cenowej względem transportu prywatnego.

7

**Co Polacy sądzą
o strefach czystego
transportu?**

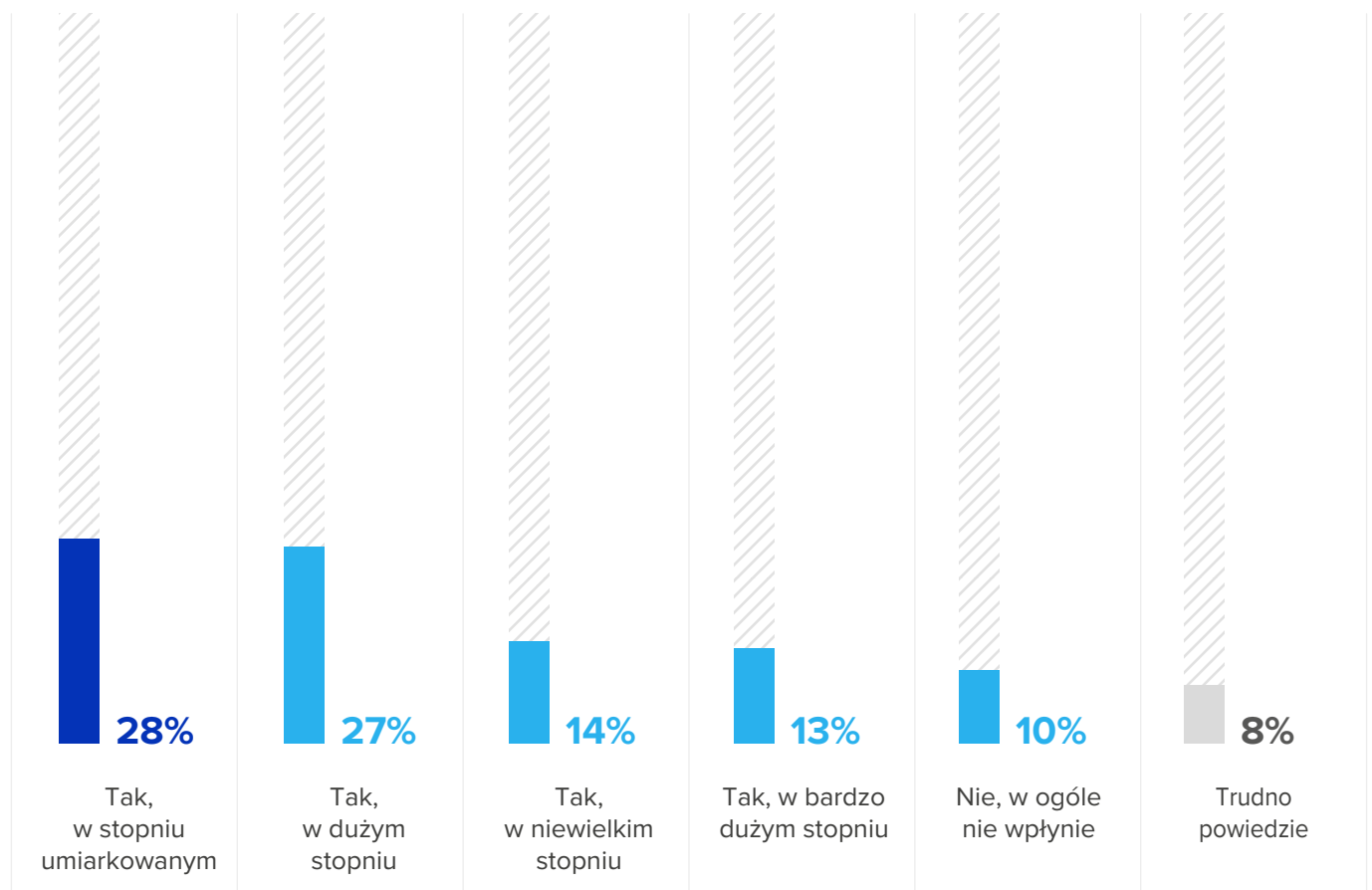
Co Polacy sądzą o strefach czystego transportu?

82%

Polacy mają różne opinie na temat wprowadzania stref czystego transportu (SCT). Aż 82% respondentów uważa, że ustanawianie SCT wpłynie na ich codzienne życie.

Należy jednak podkreślić, że dominują odpowiedzi wskazujące na umiarkowane lub niewielkie zmiany. Co dziesiąty ankietowany uważa, że i wprowadzenie strefy praktycznie nie wpłynie na jego codzienne życie.

Czy uważasz, że strefy czystego transportu wpłyną na Twoje codzienne życie?



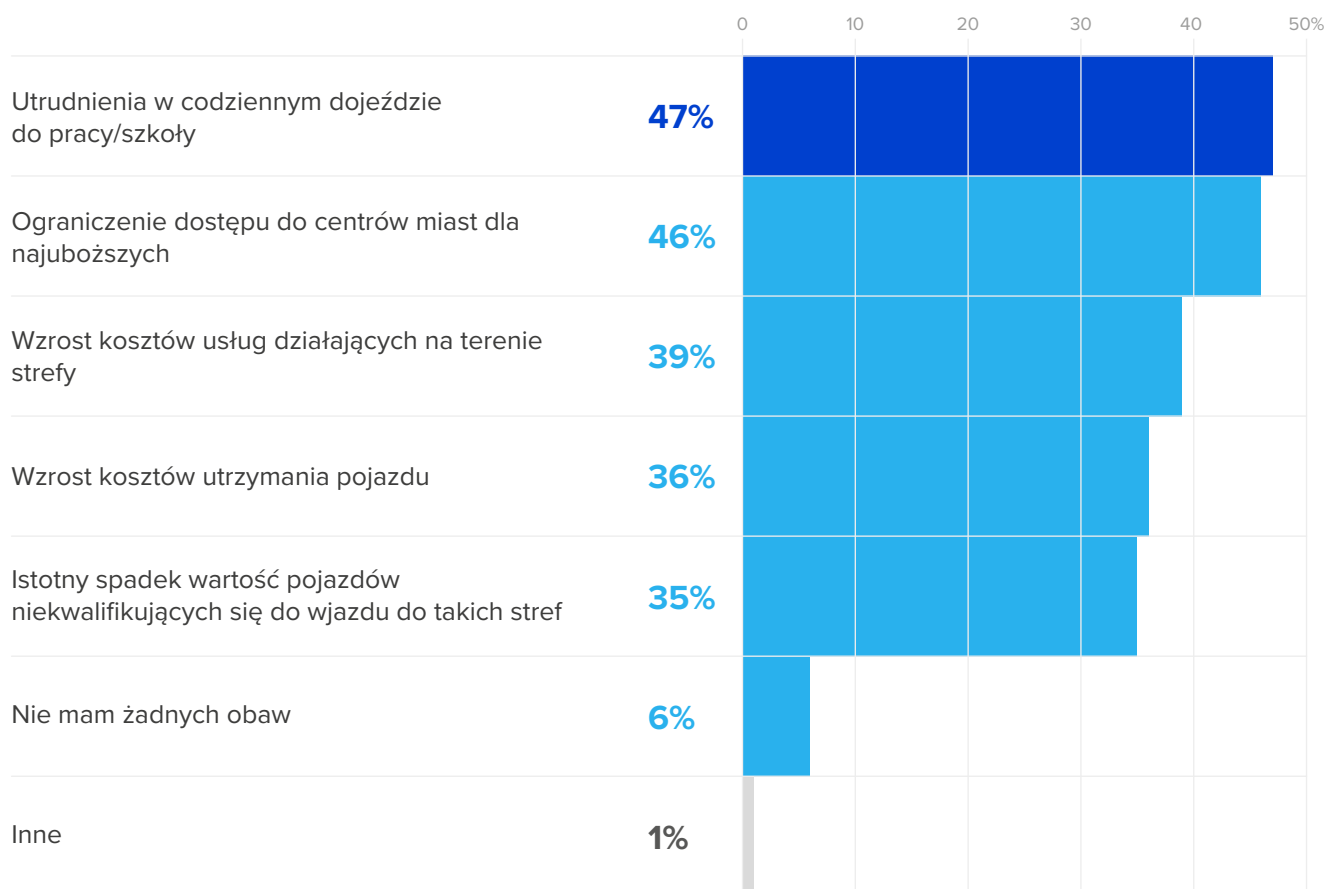
Co Polacy sądzą o strefach czystego transportu?

46%

Największe obawy wiążą się z ograniczeniami dostępu do centrów miast, szczególnie dla mniej zamożnych grup społecznych (46%) oraz z potencjalnym wzrostem kosztów życia, usług i eksploatacji pojazdów.

Warto jednak zauważyć, że są one bardziej związane z finansowym i logistycznym aspektem SCT niż z ich ideą. To sugeruje, że odpowiednia polityka wsparcia czy udogodnienia w transporcie publicznym mogłyby skutecznie zmniejszyć opór wobec ustanawiania stref.

Jakie są Twoje największe obawy związane z wprowadzeniem stref czystego transportu?



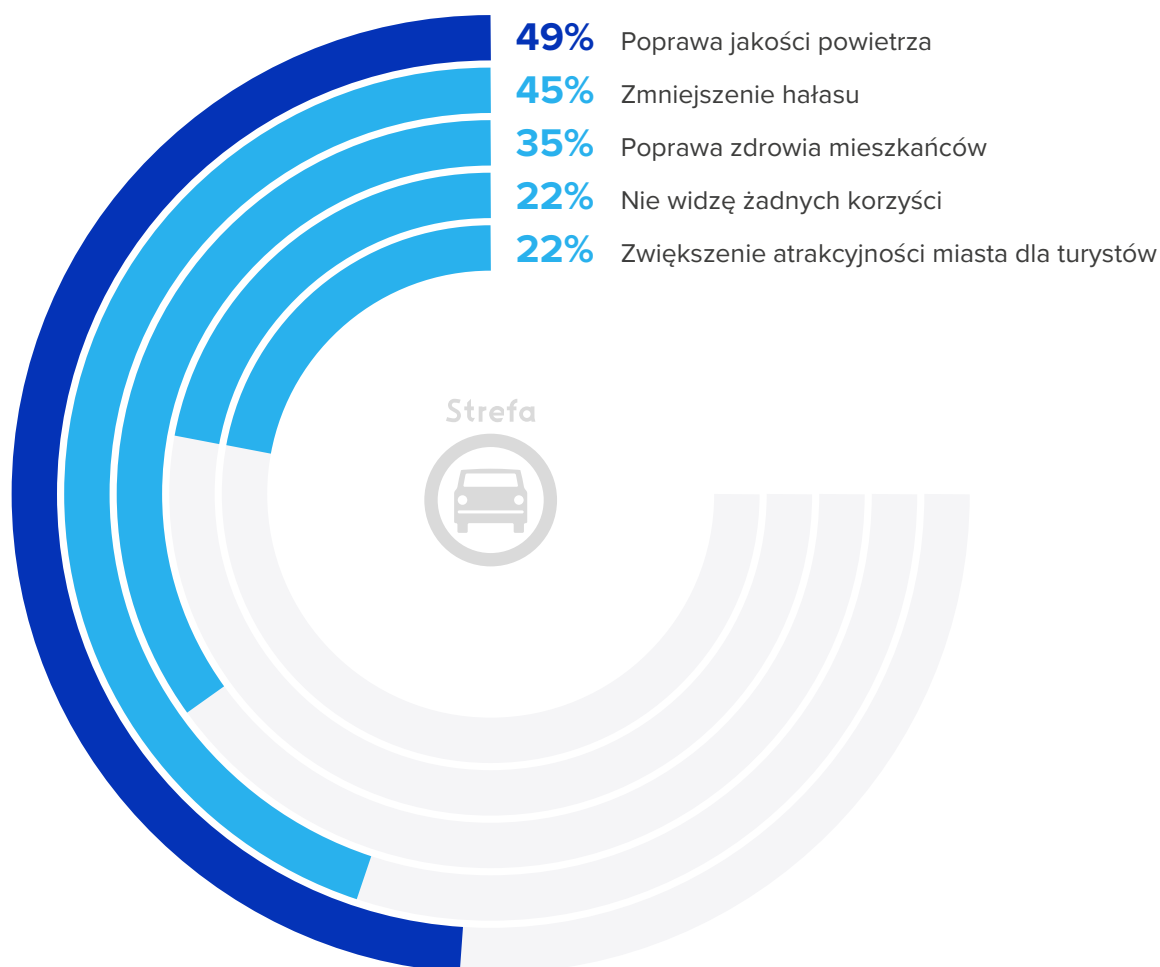
Co Polacy sądzą o strefach czystego transportu?

49%

Niemal połowa respondentów (49%) główną korzyść wprowadzenia SCT dostrzega w poprawie jakości powietrza, a kolejne 45% wskazuje na zmniejszenie hałasu.

Świadomość środowiskowych i zdrowotnych zalet SCT jest więc istotna, choć ich bezpośrednie przełożenie na poparcie społeczne pozostaje ograniczone.

Jakie korzyści, Twoim zdaniem, przyniosłoby wprowadzenie stref czystego transportu w Twoim mieście?



Co Polacy sądzą o strefach czystego transportu?

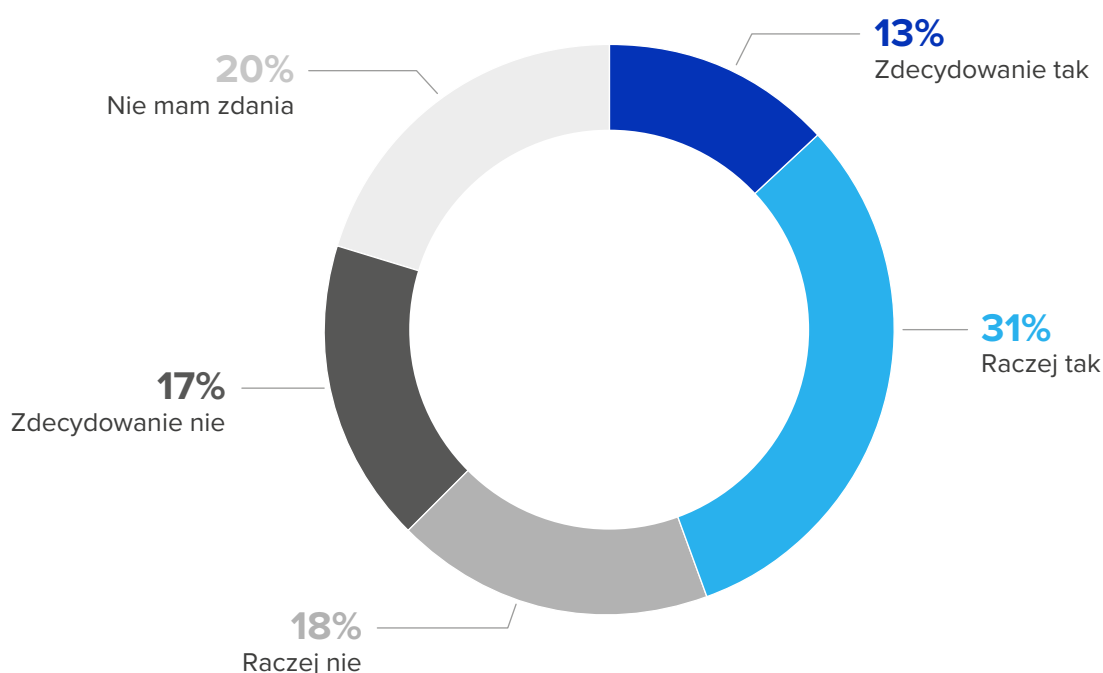
44%

Jedynie 44% Polaków wyraża poparcie dla wprowadzenia SCT w miastach, w których żyją (łącznie odpowiedzi „raczej tak” i „zdecydowanie tak”).

Pomimo pozytywnej percepcji potencjalnych korzyści, bariery ekonomiczne i logistyczne pozostają decydujące w ocenie tych rozwiązań. Wprowadzenie strefy czystego transportu (SCT) powinno być poprzedzone kompleksową kampanią informacyjną, która wyjaśni kwestie związane z jakością powietrza, wpływem zanieczyszczeń komunikacyjnych na zdrowie i jakość życia mieszkańców oraz zidentyfikuje główne źródła tych zanieczyszczeń. Kluczowym elementem procesu jest także dialog z mieszkańcami, pozwalający zrozumieć, czym strefa jest, a czym nie – np. podkreślenie, że nie ogranicza się jedynie do wjazdu samochodów elektrycznych.

SCT powinna być integralną częścią szerokiej strategii mobilności i elementem spójnej polityki transportowej miasta. Jej wprowadzeniu powinny towarzyszyć działania wspierające mobilność zarówno mieszkańców, jak i przyjezdnych, takie jak rozbudowa transportu publicznego, P+R, infrastruktury dla pieszych i rowerzystów czy programy ułatwiające korzystanie z nowych form transportu.

Czy popierasz wprowadzenie stref czystego transportu w Twoim mieście?





8

**Jak zdaniem Polaków
nowa mobilność
wpłynie na krajową
gospodarkę?**

Jak zdaniem Polaków nowa mobilność wpłynie na krajową gospodarkę?

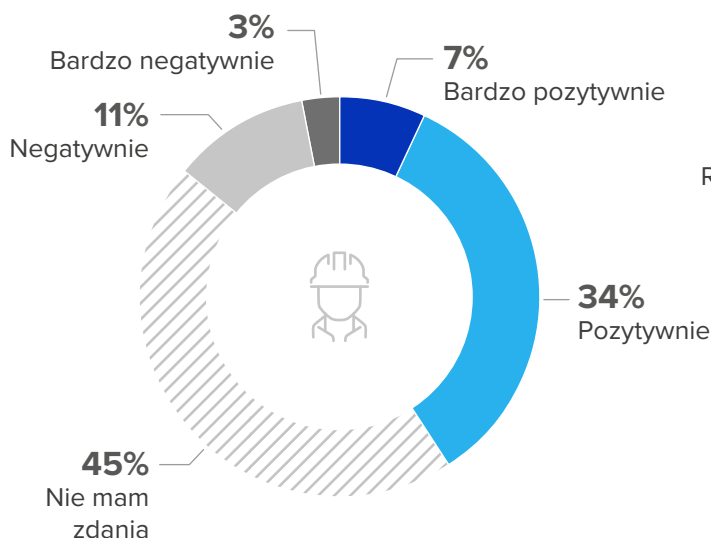
Wyniki badania w aspekcie wpływu nowej mobilności na gospodarkę wskazują na umiarkowany optymizm społeczny. Ujawniają brak jednoznacznych przekonań i niską świadomość co do potencjalnych efektów ekonomicznych.

34%

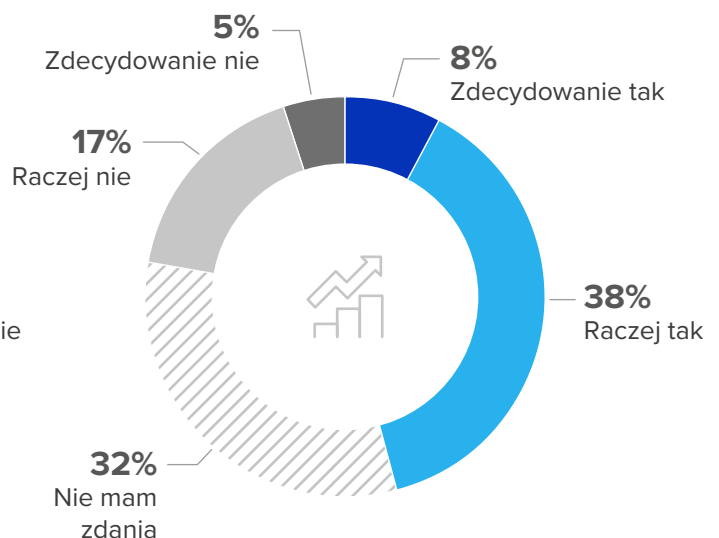
Najwięcej respondentów uważa, że rozwój nowej mobilności będzie miał pozytywny wpływ na rynek pracy (34%) i wzrost PKB (38%), jednak dominują odpowiedzi umiarkowane.

Znaczna część ankietowanych (45% w kontekście rynku pracy i 32% w odniesieniu do PKB) deklaruje brak zdania. Wskazuje to na potrzebę szerszej edukacji społecznej na temat gospodarczych skutków transformacji w kierunku nowej mobilności oraz lepszego komunikowania korzyści płynących z zachodzących zmian.

Jak Twoim zdaniem rozwój nowej mobilności wpłynie na rynek pracy w Polsce?



Czy uważasz, że inwestycje w nową mobilność mogą znacząco przyczynić się do wzrostu PKB Polski?



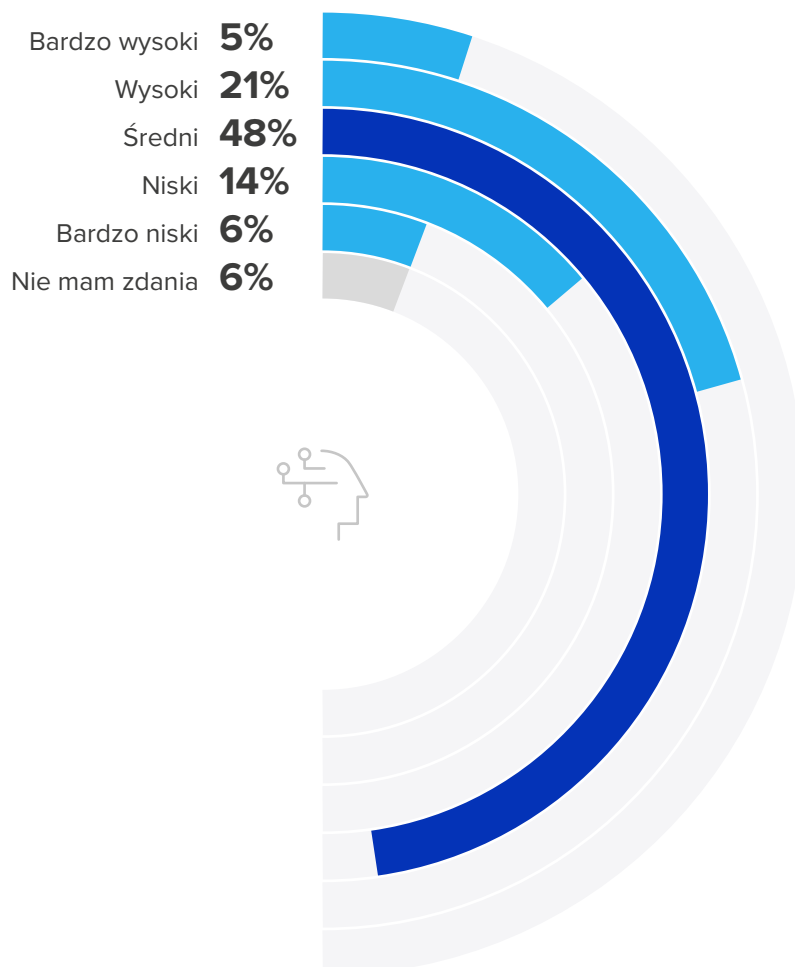
Jak zdaniem Polaków nowa mobilność wpłynie na krajową gospodarkę?

48%

Istotnym obszarem pozostaje potencjał innowacyjny nowej mobilności, który większość respondentów ocenia jako średni (48%).

Choć 26% dostrzega wysoki lub bardzo wysoki potencjał, brak powszechnego entuzjazmu w tym zakresie może być związany z niedostatecznym postrzeganiem Polski jako lidera technologicznego w Europie.

Jak oceniasz potencjał nowej mobilności w zakresie stymulowania innowacji i rozwoju nowych technologii w Polsce?



Jak zdaniem Polaków nowa mobilność wpłynie na krajową gospodarkę?

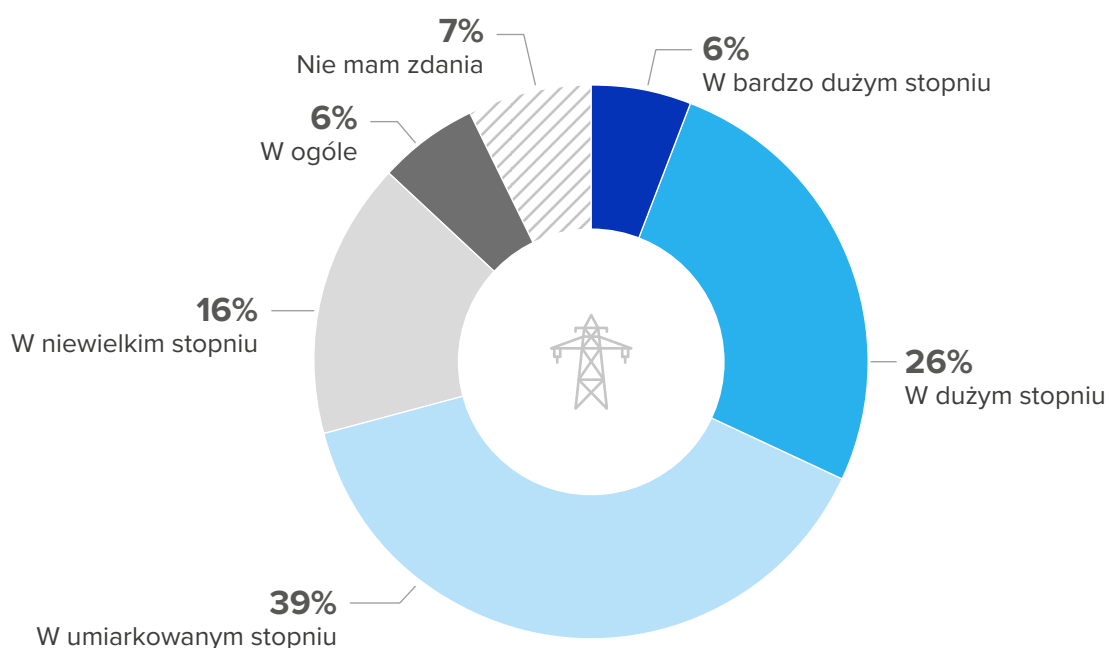
Kwestia wpływu nowej mobilności na transformację sektora energetycznego ukazuje wyzwania związane z infrastrukturą.

39%

Choć 39% ankietowanych wskazuje na umiarkowany wpływ, a 26% na duży, brak wyraźnego konsensusu potwierdza niepewność co do gotowości krajowego systemu energetycznego do obsługi większego zapotrzebowania na energię elektryczną.

To sygnalizuje potrzebę równoległego rozwoju infrastruktury ładowania oraz inwestycji w odnawialne źródła energii, co pozwoliłoby nie tylko zasilić sektor transportowy, ale również przyspieszyć transformację energetyczną w Polsce.

W jakim stopniu uważasz, że rozwój nowej mobilności wpłynie na transformację sektora energetycznego w Polsce?



9

**Jak Polacy oceniają
politykę UE w zakresie
dekarbonizacji
transportu?**

Jak Polacy oceniają politykę UE w zakresie dekarbonizacji transportu?

Opinie Polaków na temat polityki Unii Europejskiej w zakresie dekarbonizacji transportu są wyraźnie podzielone.

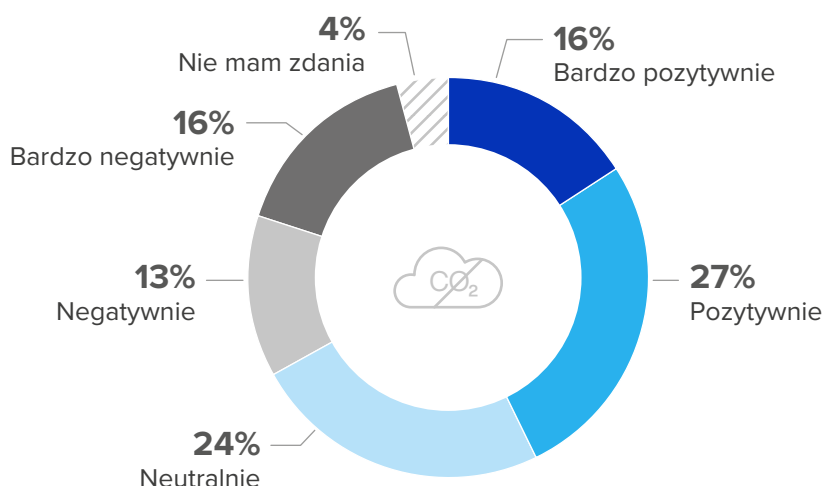
43%

Udział pozytywnych lub bardzo pozytywnych ocen stanowi 43%, co wskazuje na dość wysoki poziom akceptacji celów UE w zakresie ograniczania emisji CO₂, rozwoju infrastruktury ładowania pojazdów elektrycznych i wspierania alternatywnych źródeł energii.

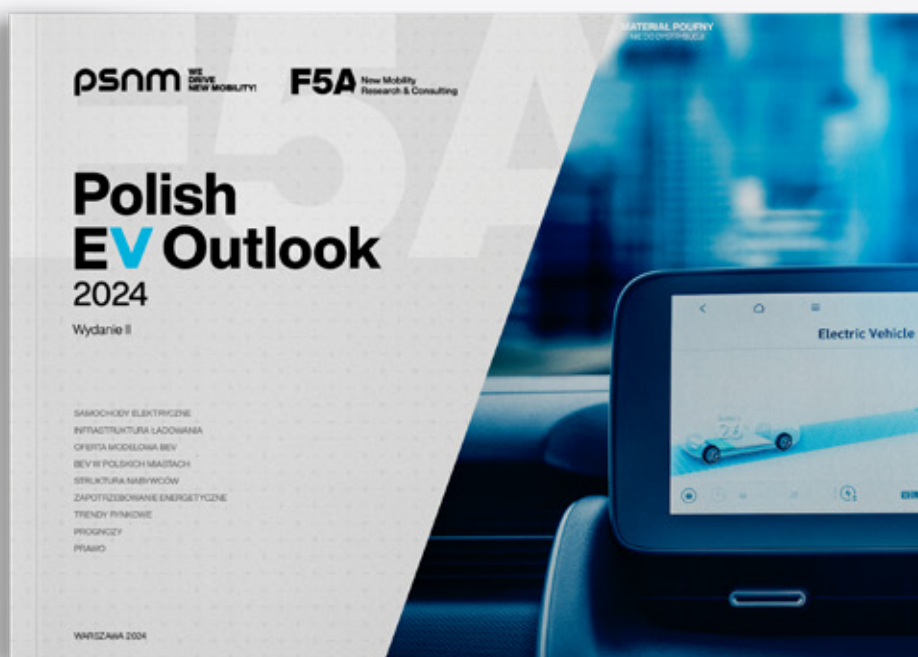
Jednocześnie niemal 29% respondentów wyraża niezadowolenie, wskazując, że restrykcyjność regulacji UE może przynieść negatywne skutki społeczne i gospodarcze. Krytyka koncentruje się na zbyt surowych normach emisji, które są trudne do osiągnięcia oraz na niedostatecznym tempie rozwoju infrastruktury ładowania, co utrudnia rozwój nowej mobilności.

Niezależnie od prezentowanych opinii można stwierdzić, że Polacy dostrzegają potrzebę większej elastyczności we wdrażaniu tych regulacji, szczególnie w kontekście kosztów, które mogą obciążać przedsiębiorstwa i konsumentów.

Jak oceniasz politykę Unii Europejskiej w zakresie dekarbonizacji transportu, w tym wprowadzenie norm i opłat emisji CO₂, rozwój infrastruktury ładowania pojazdów elektrycznych, oraz wsparcie dla alternatywnych źródeł energii?



Polish EV Outlook



**Jedyna, w pełni kompleksowa,
analiza rynku elektromobilności
w Polsce**

SAMOCHODY DOSTĘPNE MODELE INFRASTRUKTURA PRAWO

ZAPOTRZEBOWANIE ENERGETYCZNE TRENDY RYNKOWE PROGNOZY

Współpraca

F5A New Mobility
Research & Consulting



**UZYSKAJ DOSTĘP
JUŻ TERAZ!**

polishevoutlook.pl

WYDAWCA

Polskie Stowarzyszenie Nowej Mobilności
psnm.org

ZESPÓŁ REDAKCYJNY

Albert Kania, Jan Wiśniewski

Łukasz Witkowski
Dyrektor Operacyjny PSNM

WSPÓŁPRACA MERYTORYCZNA

F5A New Mobility Research & Consulting



SW Research



PROJEKT GRAFICZNY I SKŁAD

Magda Furmanek

Wszelkie prawa zastrzeżone
Warszawa, 2025



psnm.org