



BAROMETR NOWEJ MOBILNOŚCI 2026

Powered by OTOMOTO

9. edycja

9 lat konsekwentnego
badania opinii Polaków
w zakresie elektromobilności
10 518 zebranych ankiet
1 068 zadanych pytań
1 342 831 zebranych danych

OTOMOTO

TWÓJ NAPĘD DO SUKCESU



Wykorzystaj w pełni potencjał swojego biznesu. Zarządzaj efektywniej ogłoszeniami i wejdź na najwyższe obroty w obsłudze kupujących z rozwiązaniami bazującymi na sztucznej inteligencji dla klientów biznesowych od OTOMOTO.

WEJDŹ DO ŚWIATA AI Z OTOMOTO



Szanowni Państwo,

rok 2025 przyniósł wyraźne przyspieszenie transformacji transportu w Polsce. Elektromobilność staje się realnym wyborem coraz większej liczby kierowców, a nie tylko tematem przyszłości. Dane z najnowszej edycji Barometru Nowej Mobilności dowodzą, że rynek dojrzeva: rośnie znaczenie technologii, użytkownicy coraz świadomiej oceniają koszty i możliwości pojazdów elektrycznych, a oczekiwania wobec infrastruktury ładowania stają się bardziej sprecyzowane.

Jednocześnie widoczne są obszary, które w najbliższych latach będą kluczowe dla tempa zmian. To przede wszystkim rozwój rynku wtórnego, dostępność ładowania w miejscu zamieszkania oraz zapewnienie mieszkańcom miast realnych alternatyw transportowych. Transformacja wymaga równowagi między postępem technologicznym, potrzebami społecznymi i odpowiedzialną polityką publiczną.

Barometr Nowej Mobilności 2026 dostarcza wiedzy, która pozwala lepiej zrozumieć kierunek tych zmian i wspierać je w sposób odpowiedzialny, inkluzywny i korzystny zarówno dla gospodarki, jak i jakości życia Polaków.

Serdecznie zapraszam do lektury,

Maciej Mazur

Dyrektor Zarządzający, PSNM
Prezydent, E-Mobility Europe



Szanowni Państwo,

transformacja rynku motoryzacyjnego dzieje się na naszych oczach. Jej nieodłącznym elementem jest elektromobilność, która coraz silniej zaznacza się w świadomości kierowców i konsekwentnie zwiększa swój udział w decyzjach zakupowych konsumentów. Są one podejmowane nie tylko w oparciu o technologię, ale także koszty użytkowania czy dostępność infrastruktury.

Całościowo tworzy to fascynujący obraz dojrzewającego rynku. Z uwagą śledzimy w OTOMOTO te zmiany. Użytkownicy analizują oferty salonów i rynku wtórnego, a przy tym zadają pytania o trwałość technologii, realne koszty i przyszłą wartość pojazdów. Przypomina nam to, że elektromobilność funkcjonuje równolegle w obu tych obszarach i to właśnie ich wzajemne uzupełnianie się będzie w kolejnych latach kluczowe dla tempa zmian.

O powodzeniu transformacji zdecyduje nie tylko rozwój nowych modeli i oferta producentów, lecz także to, jak szybko samochody elektryczne staną się realną alternatywą w szerokim spektrum decyzji zakupowych. Barometr Nowej Mobilności 2026 pozwala spojrzeć na ten proces z perspektywy użytkowników – ich oczekiwań, obaw i gotowości do zmiany.

Gdzie dziś jesteśmy? Jakie warunki muszą zostać spełnione, aby elektromobilność stała się powszechnym wyborem? Przyglądamy się temu w niniejszej publikacji, opierając wnioski na rzetelnej wiedzy, rynkowych obserwacjach i potwierdzonych danych.

Zachęcam do lektury raportu.

Agnieszka Czajka

Vice President Motors Professionals Europe,
OLX Group/OTOMOTO

Spis treści

Metodologia
badania

06

1

Jak zmieniają się
decyzje zakupowe
Polaków?

10

4

Ekonomia
elektromobilności – ile
powinny kosztować
samochody elektryczne?

24

7

Nowa mobilność
miejska – gdzie
jesteśmy na początku
2026 r.

40

Struktura
demograficzna

07

2

Technologia zamiast
marki – nowa logika
wyboru samochodu

14

5

Rynek wtórny BEV
– kluczowe wyzwanie
polskiej elektromobilności

28

8

Strefy Czystego
Transportu – opinie,
obawy i korzyści

45

Kluczowe
wnioski

08

3

Co zachęca, a co
blokuje Polaków
w drodze do
elektromobilności?

18

6

Infrastruktura ładowania
– czego Polacy naprawdę
potrzebują?

33

9

Nowa mobilność
a gospodarka
i energetyka – czego
oczekują Polacy?

50

Metodologia badania



Cel

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



Realizacja

Kwestionariusz badawczy został przygotowany przez PSNM we współpracy z F5A i konsultowany z agencją SW RESEARCH. Badanie zostało zrealizowane metodą wywiadów online (CAWI) na panelu internetowym SW Panel. F5A odpowiadała za opracowanie analizy merytorycznej oraz interpretację wyników przedstawionych w raporcie.



Ankietowani

W ramach badania przeprowadzono łącznie 1014 ankiet.



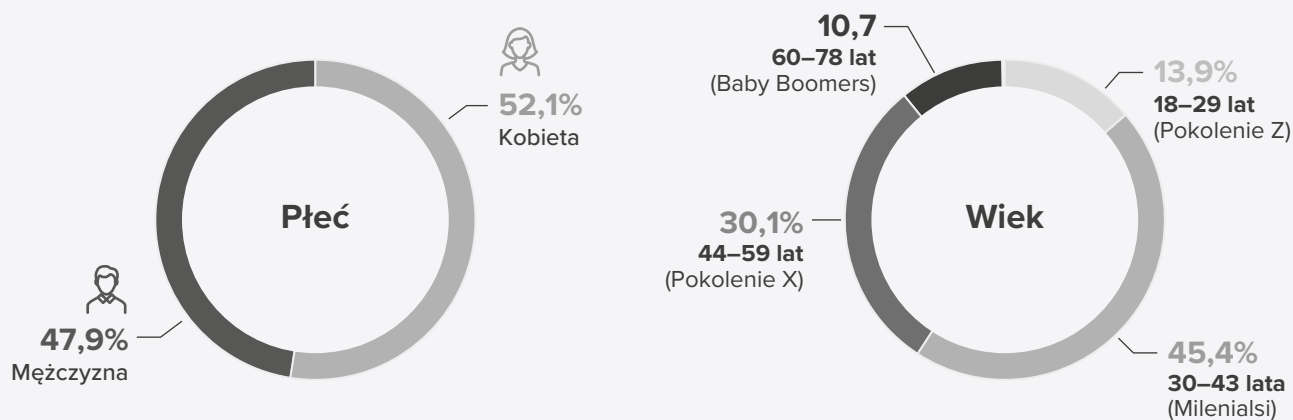
Termin

Badanie zostało zrealizowane w listopadzie 2025 r.

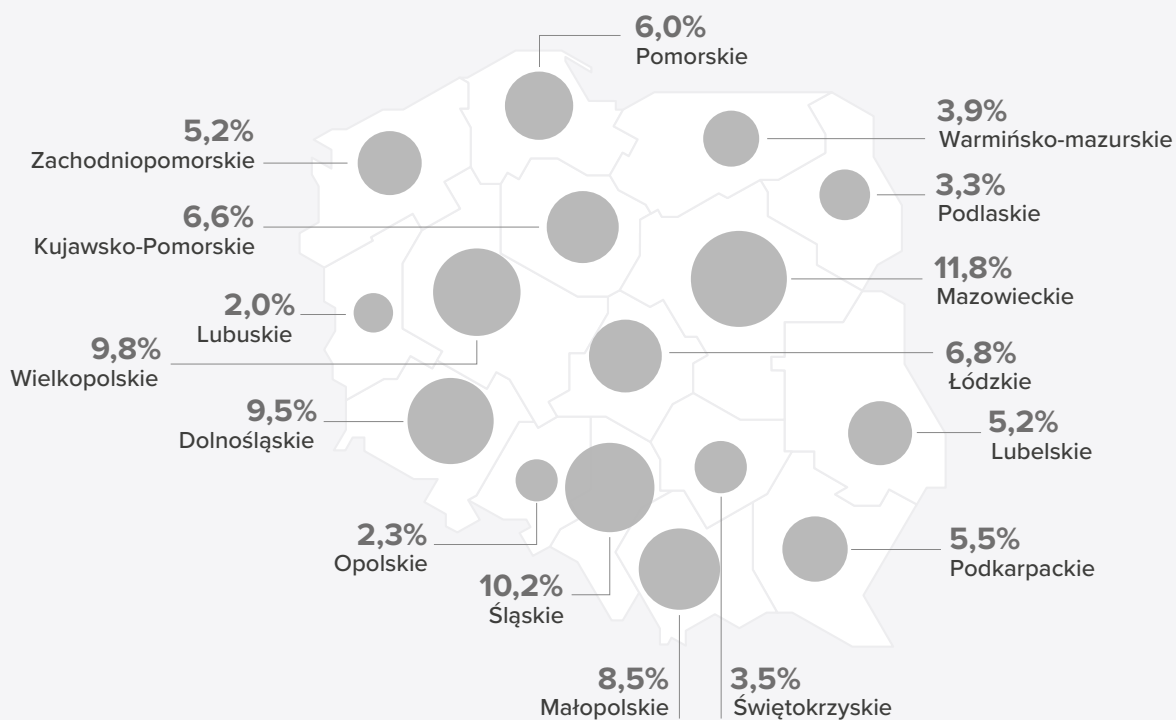
Grupa docelowa

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

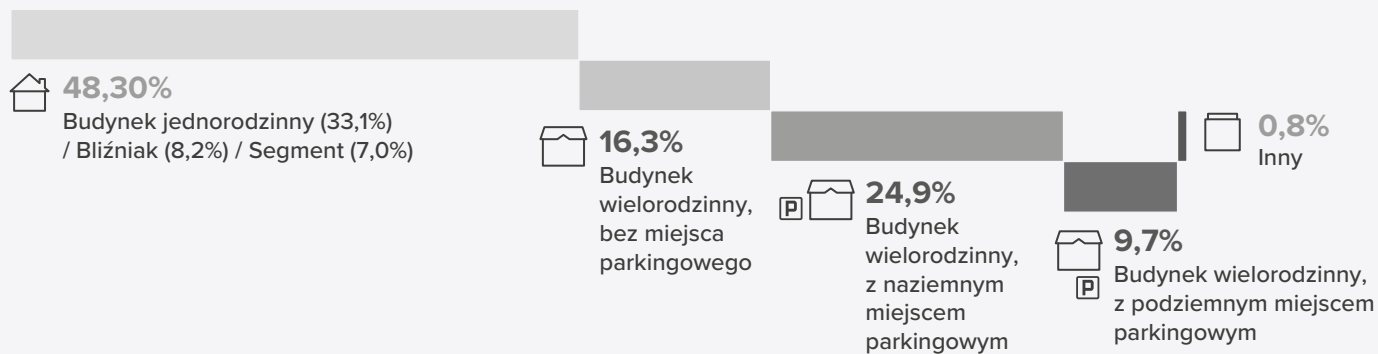
Struktura demograficzna



Miejsce zamieszkania



Typ zabudowy miejsca zamieszkania



Kluczowe wnioski

1

Co trzeci kierowca myśli o BEV, ale coraz częściej o technologii, nie o marce

27% planujących zakup nowego auta rozważa BEV, a decyzje stają się coraz bardziej świadome i pragmatyczne. 43,4% kupiłoby auto nieznannej marki, jeśli oferuje lepszą technologię — to otwiera rynek na nowych producentów i zmienia logikę konkurencji.

2

OTA stają się nowym „must-have” — technologia ważniejsza niż logo?

68,3% uznaje aktualizacje OTA za ważne lub bardzo ważne, co potwierdza, że samochód jest dziś traktowany jak urządzenie cyfrowe.

3

Cena nadal decyduje, ale Polacy mają jasny próg akceptacji

49,4% wskazuje obniżenie ceny jako warunek zakupu BEV, a budżet 80–160 tys. zł to najbardziej typowy poziom akceptacji. To sygnał dla rynku: masowa elektromobilność zaczyna się w segmencie samochodów „dla zwykłego kierowcy”.

4

Elektryki używane? Polacy na razie mówią „nie” — rozważa je tylko 3,7%

Przyczyną jest luka oczekiwań: 70% kupujących auta używane oczekuje cen do 80 tys. zł, ale chcą parametrów właściwych dla nowych generacji BEV. Rynek wtórny „czeka” na falę współczesnych modeli, które dopiero za kilka lat trafią do odsprzedaży.

5

Obawy są dużo większe niż przy nowych autach

70,2% boi się pożaru baterii, a 54,8% awarii akumulatora — poziom niepewności jest tu wyraźnie wyższy niż w przypadku nowych pojazdów. To największy hamulec dla rozwoju rynku używanych BEV.

Kluczowe wnioski

6

Ładowanie w pobliżu domu to „game-changer” – brak tej możliwości to istotna barier

Mimo że taką możliwością dysponują „tylko” 27,3% badanych, aż 70% z tej grupy uważa ją za bardzo istotną. To oznacza, że dostęp do ładowania przy miejscu zamieszkania jest istotnym czynnikiem dla decyzji zakupowej.

7

Polacy chcą ładować tam, gdzie jest szybko, tanio i pewnie – udogodnienia schodzą na drugi plan

51–58% kierowców wybiera ładowarkę na podstawie: ceny, mocy i lokalizacji. To jasne wskazanie: rynek zmierza w stronę dużych, wielostanowiskowych hubów zamiast pojedynczych punktów.

8

Nowa mobilność ma potencjał, jednak korzysta z niej regularnie tylko 6,5% osób

Jednocześnie 64% Polaków zrezygnowałoby z prywatnego auta, jeśli alternatywy byłyby szybkie i tanie. Rynek usług współdzielonych rozwinie się, jeśli poprawi jakość operacyjną i przewidywalność.

9

SCT: Poparcie zależy od tego, jakie auto planujesz kupić a nie od poglądów

52% planujących zakup nowego auta popiera SCT, ale wśród kupujących używane poparcie spada do 35%. Obawy mają charakter praktyczny – dotyczą mobilności i kosztów, a nie samej idei ekologicznych stref.

10

Gospodarka i energetyka: Polacy różnią się w ocenie polityki UE, ale w kwestii rozwoju kraju myślą zaskakująco podobnie

Mimo że opinie o polityce dekarbonizacji UE są wyraźnie spolaryzowane, to w konkretnych obszarach (rynku pracy, inwestycji i transformacji energetycznej) dominuje umiarkowany optymizm i brak skrajnych stanowisk. We wszystkich elektoratach widać podejście pragmatyczne: Polacy chcą wiedzieć, jakie miejsca pracy powstaną, jakie inwestycje trafią do regionów i jak zmieniają się koszty energii, a nie prowadzić ideologiczny spór.

1

Jak zmieniają się decyzje zakupowe Polaków?

Jak zmieniają się decyzje zakupowe Polaków?

Polski rynek po raz pierwszy od kilku lat wysyła bardzo wyraźny sygnał:
elektromobilność przestaje być tematem deklaracji, a zaczyna być tematem decyzji.

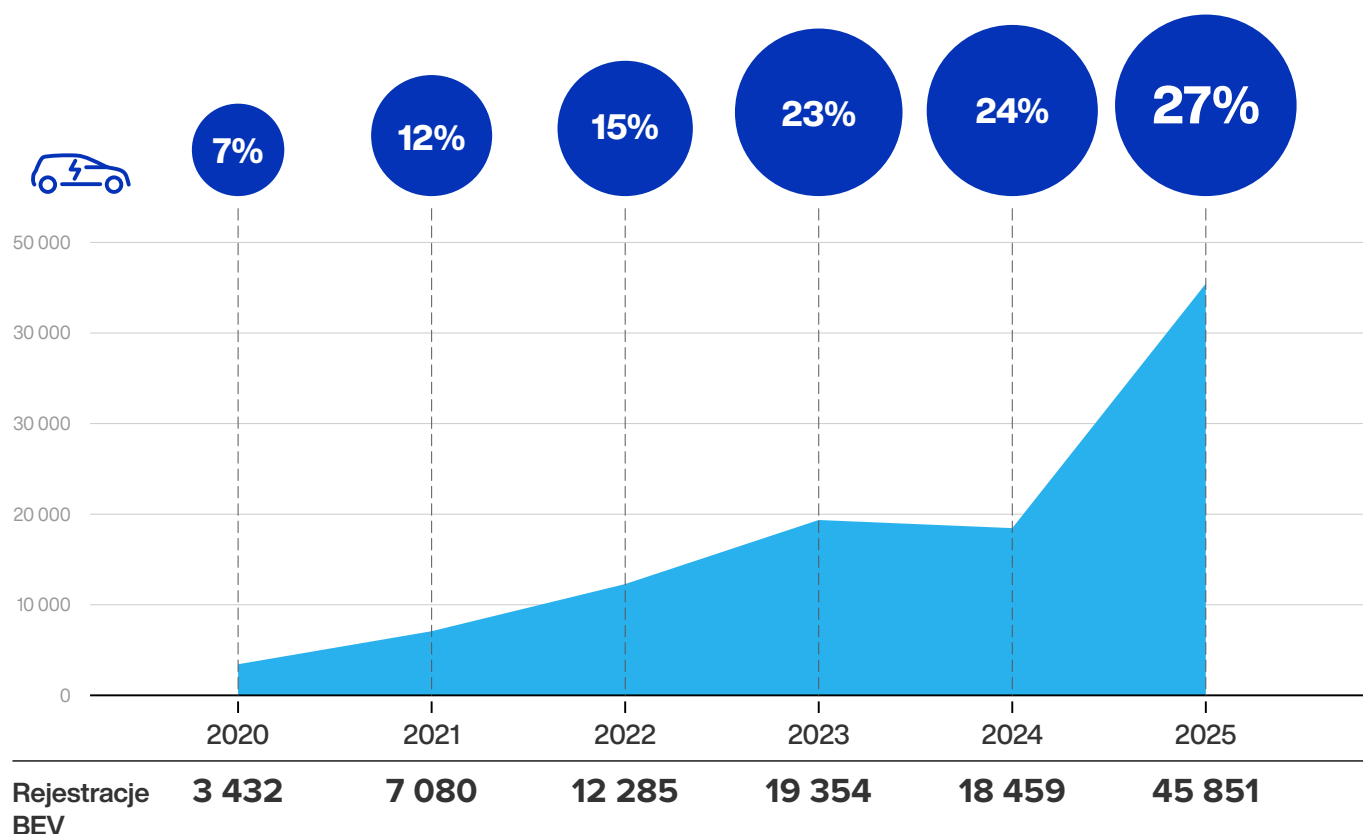
27%

Mimo że w 2025 r. odsetek Polaków rozważających zakup nowego BEV wzrósł zaledwie o 3 p.p. z 24% do 27%, to rok 2025 przyniósł znaczne przyspieszenie na rynku: liczba rejestracji nowych, osobowych BEV wzrosła aż o 161%.

Deklarowane „zainteresowanie” coraz częściej przekłada się na realne decyzje zakupowe.

Jaki rodzaj napędu rozważasz w samochodzie, który planujesz kupić?

Odpowiedź: W pełni elektryczny (BEV)



Jak zmieniają się decyzje zakupowe Polaków?

Odwrotny kierunek obserwujemy na rynku aut używanych.

3,7%

W tegorocznym badaniu jedynie 3,7% osób zainteresowanych zakupem pojazdu z drugiej ręki deklaruje rozważenie wyboru BEV. To o 0,7 p.p. mniej niż rok wcześniej.

A ponieważ większość Polaków kupuje auta „z drugiej ręki”, rozwój tego segmentu będzie kluczowy dla rzeczywistej transformacji transportu w Polsce.

Okiem eksperta

Polski rynek elektromobilności wyraźnie dojrzeva i to jest bardzo pozytywny trend. Coraz więcej kierowców traktuje samochody elektryczne jako realną, przewidywalną opcję, a nie jako technologiczny eksperyment. W 2026 r. kluczowym czynnikiem stanie się zakończenie programu NaszEauto, który w ostatnich miesiącach wyraźnie wspierał decyzje zakupowe. Oczekujemy podobnych konsekwencji, jakie nastąpiły m.in. w Niemczech, gdzie po wycofaniu dopłat udział BEV w nowych rejestracjach spadł z 18,4% w 2023 r. do 13,5% w 2024 r.

W dłuższej perspektywie spodziewamy się dalszego wzrostu rejestracji. Od 2026 r. obowiązują nowe limity amortyzacji dla pojazdów spalinowych, które wynoszą 100 tys. zł podczas gdy

Jak zmieniają się decyzje zakupowe Polaków?

Okiem eksperta

dla BEV pozostały na poziomie 225 tys., co znacząco zwiększa opłacalność zakupu, zwłaszcza dla firm. Dodatkowo producenci będą coraz aktywniej promować modele elektryczne, bo muszą spełniać unijne normy emisji rozliczane w ramach trzyletniego uśrednienia na lata 2025–2027. To z kolei przełoży się na więcej atrakcyjnych ofert i pozytywnie wpłynie na popyt.

Warto podkreślić, że rynek niemiecki po dołku w 2024 r. szybko się odbudował, według wstępnych szacunków w 2025 r. udział BEV ponownie przekroczył 18%. To pokazuje, że wygaszenie dopłat zwykle spowalnia dynamikę, ale nie zatrzymuje transformacji. W Polsce będzie podobnie: tempo wzrostu może się chwilowo uspokoić, lecz cały rynek nadal będzie rozwijał się stabilnie, wspierany przez „pragmatycznych nabywców”, mechanizmy wsparcia i presję regulacyjną po stronie producentów

Albert Kania

Dyrektor Operacyjny
F5A New Mobility Research and Consulting



2

**Technologia
zamiast marki?
Nowa logika
wyboru samochodu**

Technologia zamiast marki?

Nowa logika wyboru samochodu

Tegoroczne wyniki potwierdzają pierwsze sygnały stopniowej zmiany sposobu myślenia Polaków o samochodzie.

31,8%

31,8% kupujących nowe auta postrzega pojazd przyszłości jako urządzenie technologiczne, a nie wyłącznie środek transportu.

To istotny krok w stronę bardziej „cyfrowego” spojrzenia na motoryzację.

Rosną też oczekiwania wobec oprogramowania.

68,3%

68,3% nabywców uznaje aktualizacje OTA za ważne lub bardzo ważne.

Pokazuje to, że użytkownicy zaczynają traktować auto podobnie jak inne urządzenia elektroniczne – chcą, by rozwijało się z czasem, a nie tylko się starzało.

Zmienia się również znaczenie marek.

43,4%

43,4% kierowców jest gotowych kupić samochód producenta, którego wcześniej nie znali, jeśli oferuje on lepszą technologię.

To sygnał, że przewagi rynkowe zaczynają przesuwać się z obszaru rozpoznawalności i reputacji do świata innowacji.

Technologia zamiast marki? Nowa logika wyboru samochodu

Te trendy nie oznaczają rewolucji tu i teraz, ale są istotnym kierunkiem, na który branża motoryzacyjna musi zwrócić uwagę. Polscy kierowcy dopiero wchodzą w etap bardziej świadomych wyborów technologicznych, ale oczekiwania rosną szybko i w najbliższych latach będą coraz częściej decydować o wyborze marki.

Co to oznacza dla branży motoryzacyjnej?



Technologia zaczyna ważyć tyle, co marka

Producenci muszą silniej inwestować w cyfrowe funkcje i jakość oprogramowania



OTA stają się nowym „must have”

Modele bez pełnego wsparcia aktualizacji będą tracić konkurencyjność



Nowi gracze dostają realne okno wejścia

Otwartość 43% kierowców na nowe marki to szansa dla producentów dotychczas nieobecnych na Polskim rynku



Komunikacja musi się zmienić

Podkreślanie przewagi w zakresie technologii, systemów, funkcji cyfrowych będzie bardziej skuteczne niż tradycyjne reklamy

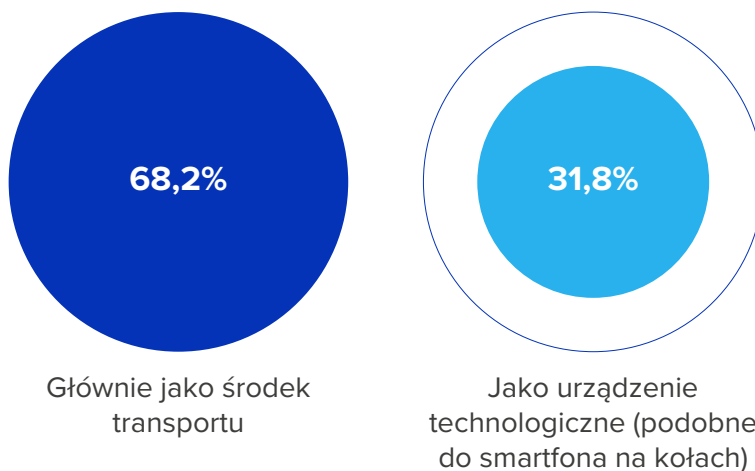


Rynek e-mobility nabiera cech rynku elektroniki użytkowej

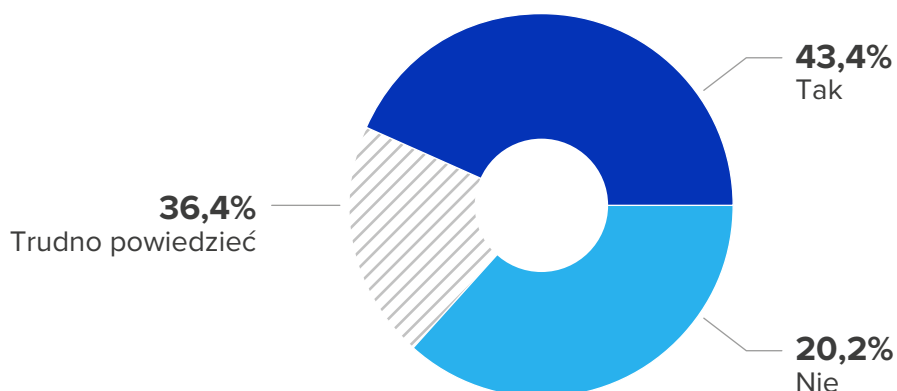
Tempo rozwoju oprogramowania i usług zacznie mieć większe znaczenie niż tempo debiutów nowych modeli

Technologia zamiast marki? Nowa logika wyboru samochodu

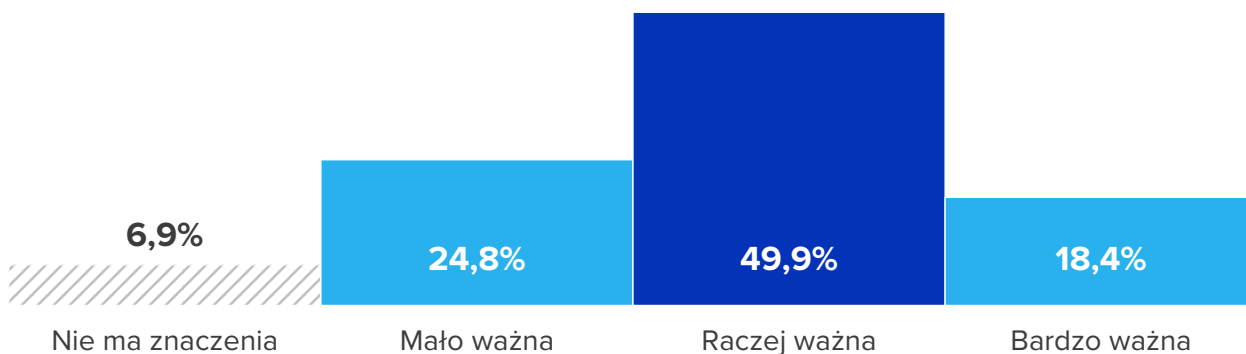
Jak postrzegasz samochód przyszłości?



Czy był(a)byś skłonny rozważyć zakup samochodu nowej, nieznanej Ci marki, jeśli oferowałaby lepsze technologie i funkcje niż inni znani dobrze na rynku producenci?



Jak ważna jest dla Ciebie możliwość aktualizacji oprogramowania samochodu (dodawanie nowych funkcji po zakupie)?



3

**Co zachęca, a co
blokuje Polaków
w drodze do
elektromobilności?**

Co zachęca, a co blokuje Polaków w drodze do elektromobilności?

Wyniki badania pokazują, że Polacy coraz rzadziej patrzą na samochody elektryczne wyłącznie przez pryzmat ceny.

33,6%

Krótki zasięg (33,6%), wysoki koszt zakupu (33,3%), długi czas ładowania (31,8%) oraz brak możliwości ładowania w domu (27,3%) są wskazywane niemal równie często.

To sygnał, że wraz z coraz bardziej atrakcyjnymi cenami „elektryków” rośnie znaczenie kwestii praktycznych – tego, czy samochód elektryczny naprawdę sprawdzi się w codziennym użytkowaniu.

Jednocześnie badanie pozwala wskazać bariery, które są najbardziej istotne.

70%

Krótki zasięg jest „bardzo ważny” dla 64,3% respondentów, brak ładowania w domu dla 70%, a znaczny odsetek wskazań czynników związanych z bezpieczeństwem – jak ryzyko pożaru (60,5%) czy awaria akumulatora (54,8%).

Pokazuje to, że wyzwaniem jest nadal nie tylko technologia, ale także zaufanie do niej. Cena pozostaje ważna, ale jej relatywna siła maleje.

Co zachęca, a co blokuje Polaków w drodze do elektromobilności?

Widać to także wśród czynników zachęcających do nabycia BEV.

40,5%

Najważniejsze są: niższe koszty eksploatacji (40,5%), komfort jazdy (38,2%), zachęty finansowe (38,6%).

W pytaniu o to, co mogłoby realnie przekonać do zakupu, dominują: obniżenie ceny (49,4%), większy zasięg (45,4%), krótszy czas ładowania (44,2%) i dłuższa żywotność baterii (44,3%). To pokazuje, że Polacy patrzą na BEV pragmatycznie – chcą pewności, że technologia będzie działać tak, jak oczekują.

27,3%

Choć brak możliwości ładowania w domu wskazuje jako barierę 27,3% badanych (czyli nie jest to najwyższy wynik wśród przeszkód), to po analizie istotności czynników okazuje się, że ma on największą wagę ze wszystkich barier.

Aż 70% osób, które wskazały tę przeszkodę, uznaje ją za bardzo istotną – więcej niż w przypadku zasięgu, ceny czy obaw technologicznych. Oznacza to, że możliwość ładowania w domu może być czynnikiem, który w największym stopniu decyduje o gotowości zakupu samochodu elektrycznego.

Co zachęca, a co blokuje Polaków w drodze do elektromobilności?

Okiem eksperta

Choć wyniki badania jasno pokazują, że największym hamulcem elektromobilności stają się dziś kwestie praktyczne, w tym możliwość codziennego ładowania, to jednocześnie wskazują one kierunek, w którym powinny podążać działania publiczne i rynkowe. Coraz wyraźniej widać, że dalszy wzrost adopcji BEV nie będzie efektem samej poprawy parametrów technicznych, lecz rozwiązań systemowych, które zdejmą z użytkowników główne obawy i ułatwią im realne korzystanie z „elektryka” na co dzień.

Warto rozpocząć szeroką dyskusję o tym, jak to wyzwanie rozwiązać systemowo. Inspirującym przykładem może być Amsterdam, gdzie mieszkańcy bez prywatnego miejsca parkingowego mogą złożyć wniosek o instalację publicznej ładowarki w pobliżu domu a miasto traktuje takie zgłoszenia jako element swojej strategii. Dzięki temu bariera, która w badaniach okazuje się kluczowa, przestaje ograniczać rozwój rynku. Podobne podejście mogłoby odblokować znaczną część potencjału elektromobilności również w Polsce

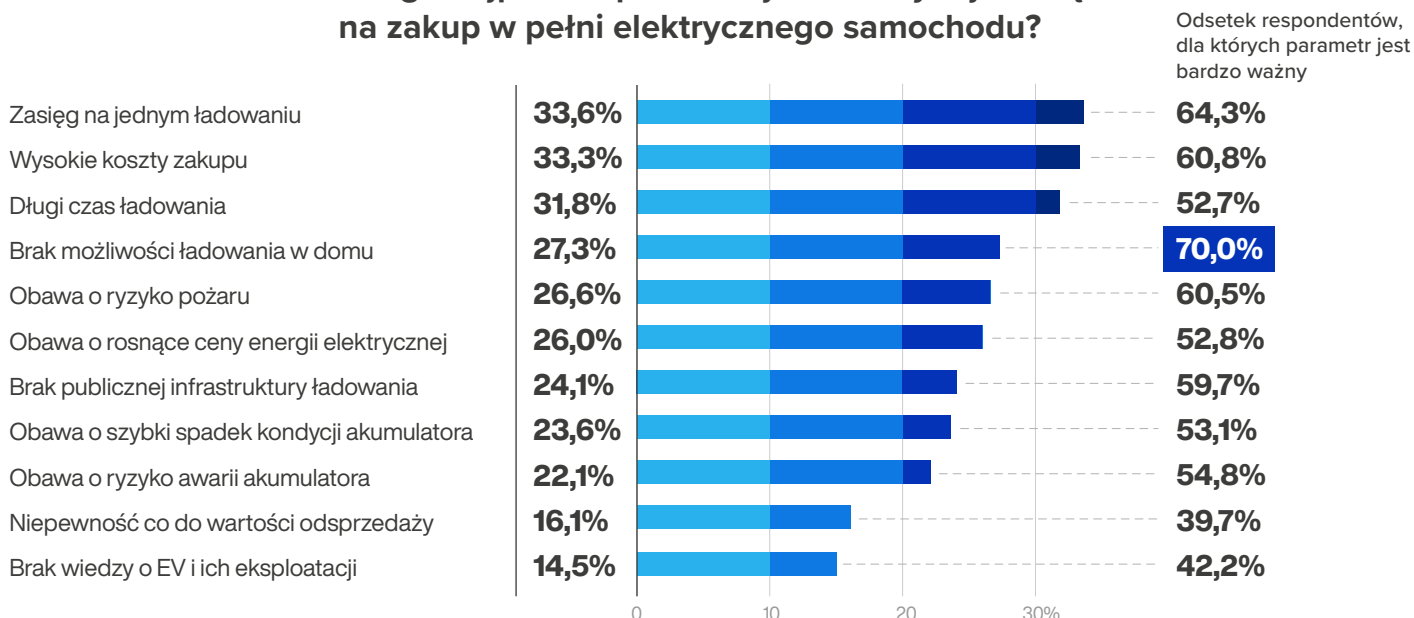
Maciej Gis

Dyrektor Komunikacji i PR, PSNM
Redaktor Naczelny, elektromobilni.pl

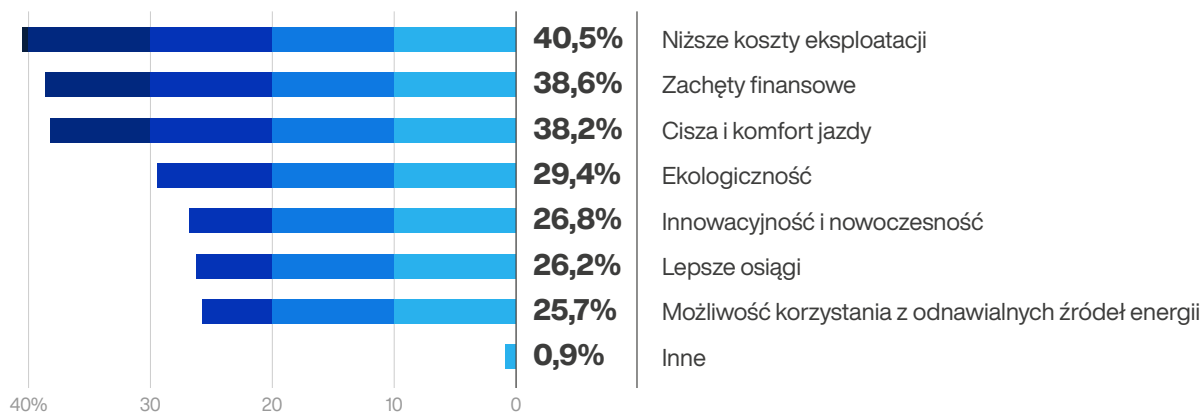


Co zachęca, a co blokuje Polaków w drodze do elektromobilności?

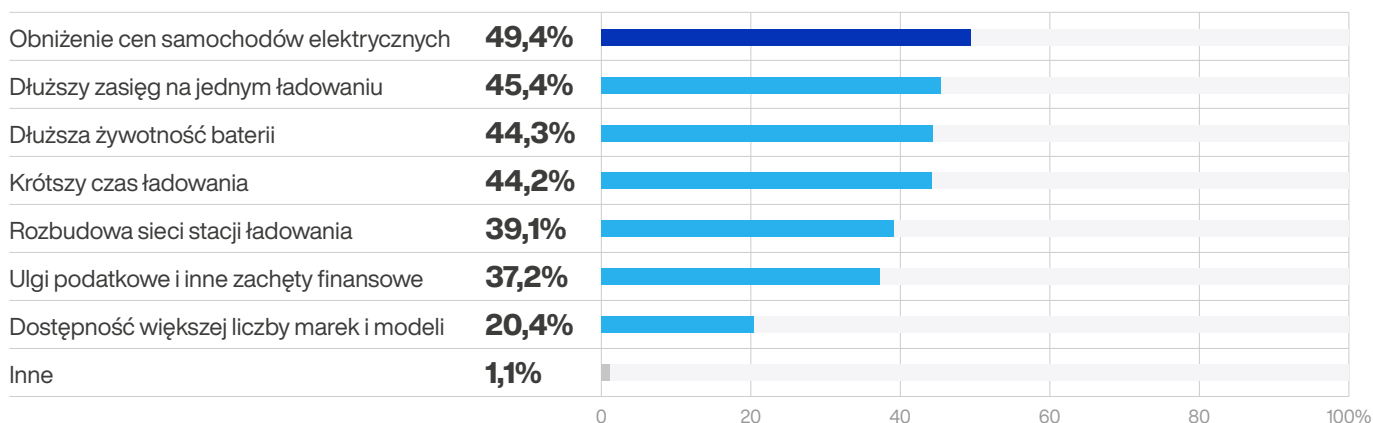
Dlaczego najprawdopodobniej nie zdecydujesz się na zakup w pełni elektrycznego samochodu?



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



Co mogłoby Cię przekonać do zakupu samochodu elektrycznego?



Mercedes-Benz

Elektryczne samochody dostawcze Mercedes-Benz.

Nowa energia dla Twojego biznesu.



eVito Furgon: średnie zużycie energii: 20,8-28,5 kWh/100 km, średnia emisja CO₂: 0 g/km. Podane wartości są ustalonymi „wartościami CO₂ WLTP” zgodnie z art. 2 nr 3 rozporządzenia (EU) 2017/1153. Zużycie prądu obliczono zgodnie z rozporządzeniem 683/2008/WE. Dane nie dotyczą konkretnego pojazdu i nie są częścią oferty, lecz służą jedynie porównaniu różnych typów pojazdu. Wartości różnią się w zależności od wybranego wyposażenia dodatkowego i mogą się różnić od końcowych wartości zamówionego względem dostarczonego pojazdu

4

**Ekonomia
elektromobilności
– ile powinny
kosztować
samochody
elektryczne?**

Ekonomia elektromobilności

– ile powinny kosztować samochody elektryczne?

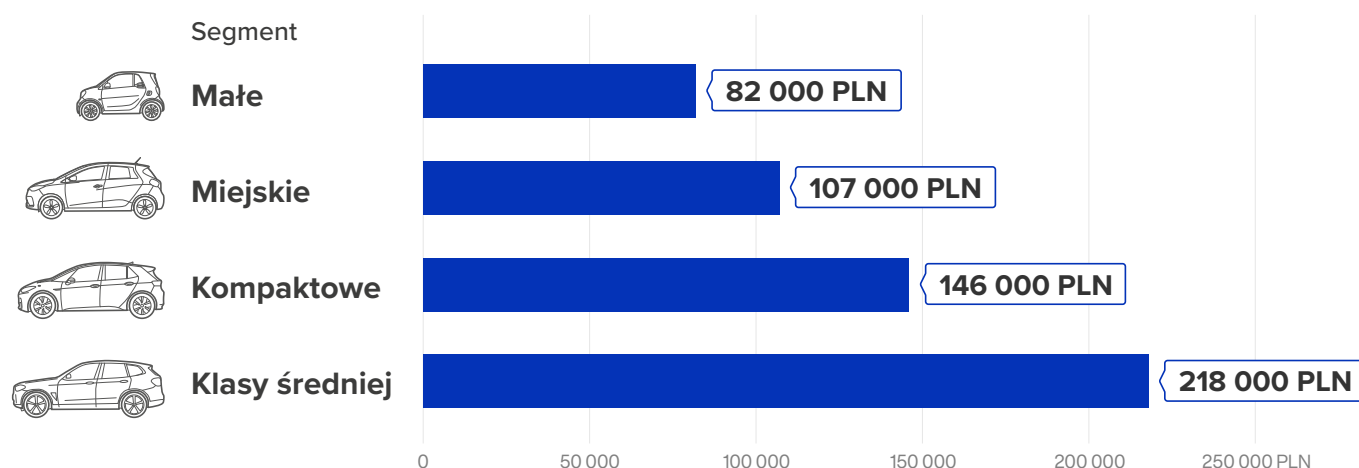
Polacy mają dziś bardzo konkretne oczekiwania dotyczące tego, ile powinien kosztować samochód elektryczny, a ich deklaracje coraz wyraźniej zbliżają się do poziomów cen, które sami uznają za właściwe dla masowych modeli.

27,9%

Największa grupa potencjalnych nabywców nowych BEV deklaruje budżet 80–120 tys. zł (27,9%), a kolejne 22,6% akceptuje poziom 120–160 tys. zł.

Oznacza to, że połowa klientów mieści się w przedziale 80–160 tys. zł – dokładnie tam, gdzie według ankietowanych powinny znajdować się ceny najbardziej popularnych segmentów „elektryków”.

Oczekiwane przez Polaków „maksymalne akceptowalne ceny” nowych BEV to odpowiednio:

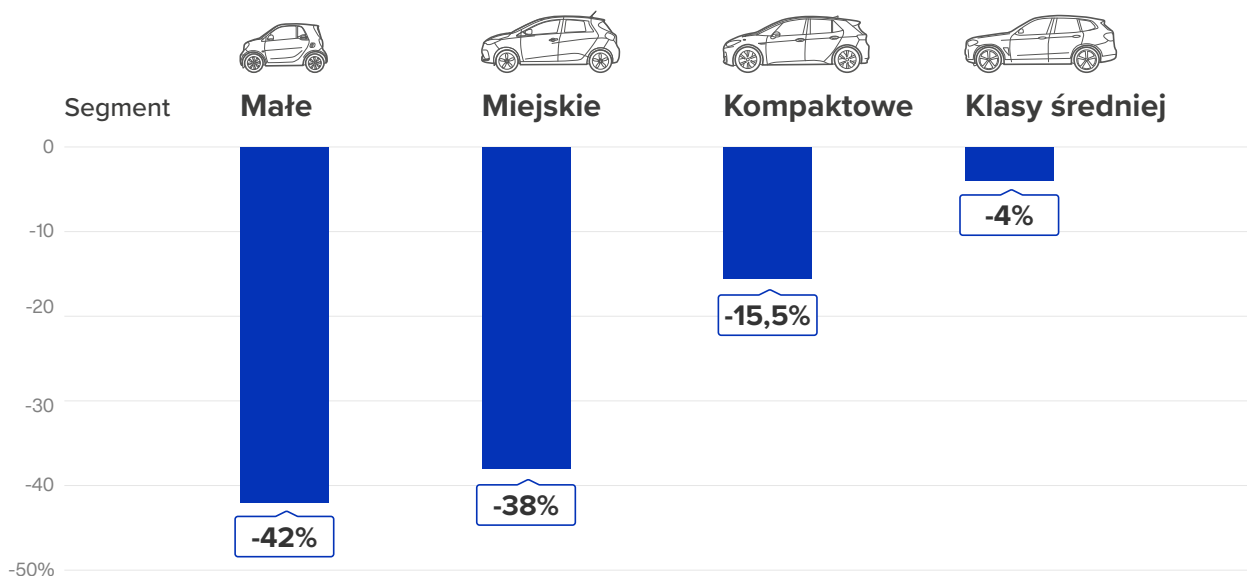


Zestawienie pokazuje, że realna granica akceptacji cenowej dla większości klientów znajduje się w zakresie 120–150 tys. zł. Jest to punkt, w którym łączą się zarówno deklarowane budżety, jak i oczekiwane ceny najpopularniejszych segmentów. Co ważne, ten przedział odpowiada również cenom dobrze wyposażonych modeli spalinowych – oznacza to, że Polacy coraz częściej porównują BEV i ICE w tej samej kategorii cenowej, zamiast traktować BEV jako produkt „z wyższej półki”.

Ekonomia elektromobilności – ile powinny kosztować samochody elektryczne?

Jeszcze mocniej widać presję cenową, gdy zestawimy te oczekiwania z realnymi cenami rynkowymi.

Aby nowe samochody elektryczne były atrakcyjne cenowo, konsumenci oczekują obniżek rzędu:



To kluczowa informacja dla producentów i dealerów. O ile w niższych segmentach konsumenci oczekują wyraźnych redukcji cen, o tyle w segmencie klasy średniej różnica między ceną realną a oczekiwaną jest minimalna. Oznacza to, że to właśnie segment klasy średniej może najszybciej osiągnąć masową akceptację cenową i stać się motorem wzrostu BEV w Polsce – co zresztą koresponduje z danymi rynkowymi, według których najpopularniejsze nowe rejestracje dotyczą dziś SUV-ów segmentu D.

78%

Równocześnie aż 78% kierowców jest gotowych zapłacić więcej za samochód elektryczny, ale większość akceptuje różnicę nie większą niż 20–30 tys. zł.

Oznacza to, że Polacy dopuszczają wyższą cenę BEV, ale wyłącznie wtedy, gdy dodatkowy koszt jest niewielki i możliwy do odzyskania dzięki tańszej eksploatacji.

W efekcie Polacy patrzą na samochody elektryczne nie przez pryzmat emocji, lecz kalkulacji. Oczekiwana cena musi być racjonalna, a różnica względem pojazdów spalinowych – uzasadniona. To ponownie bardzo silny sygnał dojrzewania rynku: ekonomiczna równowaga między ceną a wartością użytkową stanie się w najbliższych latach istotnym czynnikiem determinującym tempo przechodzenia na elektromobilność.

Ekonomia elektromobilności – ile powinny kosztować samochody elektryczne?

Jaki maksymalny budżet byłbyś/-abyś skłonny/-a przeznaczyć na zakup samochodu elektrycznego?

	Nowy	Używany
Do 40 000 PLN	 5,59%	 25,50%
40 000 – 60 000 PLN	 8,66%	 21,30%
60 000 – 80 000 PLN	 19,44%	 20,90%
80 000 – 120 000 PLN	 27,96%	 22,10%
120 000 – 160 000 PLN	 22,64%	 6,50%
160 000 – 200 000 PLN	 10,79%	 2,70%
Powyżej 200 000 PLN	 4,93%	 1,10%

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

Tak, do 10 000 PLN więcej	 19,84%	 27,40%
Tak, do 20 000 PLN więcej	 28,50%	 25,50%
Tak, do 30 000 PLN więcej	 21,57%	 11,40%
Tak, do 40 000 PLN więcej	 8,79%	 2,70%
Nie, nie jestem skłonny/-a zapłacić więcej	 21,30%	 33,10%

Wskaż, ile Twoim zdaniem, powinny maksymalnie kosztować nowe samochody elektryczne z poszczególnych segmentów, aby były atrakcyjne dla Polaków

Segment pojazdów małych	 81 884,15 PLN	 41 007,60 PLN
Segment pojazdów miejskich	 106 664,45 PLN	 49 505,70 PLN
Segment pojazdów kompaktowych	 145 752,33 PLN	 58 973,38 PLN
Segment pojazdów klasy średniej	 217 709,72 PLN	 91 806,08 PLN

5

Rynek wtórny BEV – kluczowe wyzwanie polskiej elektromobilności

Rynek wtórny BEV – kluczowe wyzwanie polskiej elektromobilności

Zainteresowanie zakupem używanego samochodu elektrycznego pozostaje bardzo niskie.

3,7%

W 2024 r. deklarowało je 4,4%, a w tegorocznej edycji już tylko 3,7%.

Nie jest to jednak oznaka zaniku popytu, lecz konsekwencja znacznie głębszej luki pomiędzy oczekiwaniami klientów a rzeczywistą ofertą rynku wtórnego.

Największa grupa respondentów planujących zakup używanego BEV chce wydać maksymalnie:



Oznacza to, że 70% klientów oczekuje cen do 80 tys. zł, czyli poziomu typowego dla kilkuletnich aut spalinowych. Problem w tym, że używane BEV dostępne dzisiaj w tych przedziałach cenowych to głównie modele z lat 2015–2020. Zatem nie tylko kosztują więcej, ale także oferują parametry techniczne znacząco odbiegające od oczekiwań kupujących.

A te oczekiwania są bardzo wysokie:

- ponad **63%** Polaków oczekuje zasięgu **co najmniej 400 km**
- **większość** akceptuje czas ładowania w trasie **do 20–30 minut**
- **43,7%** wymaga gwarancji na baterię **co najmniej 9–10 lat**

Są to parametry właściwe dla nowych generacji BEV, a nie pojazdów używanych, które dostępne są dziś na rynku wtórnym. Zderzenie oczekiwań z realną ofertą tworzy barierę, której rynek nie jest jeszcze w stanie pokonać. Dodatkowym wyzwaniem są obawy dotyczące bezpieczeństwa, które w przypadku aut używanych są wyraźnie silniejsze. Aż 70,2% wskazuje obawę o pożar jako czynnik „bardzo istotny”. To wartość wyższa o 10.p.p. niż w przypadku nabywców nowych samochodów.

Wszystko to prowadzi do jednego wniosku: rynek wtórny BEV nie rozwija się dlatego, że nie istnieją jeszcze pojazdy, które spełniałyby oczekiwania klientów przy akceptowalnym poziomie cenowym. Boom na używane BEV rozpocznie się dopiero wtedy, gdy dzisiejsze modele o realnym zasięgu ok. 350 km, szybkim ładowaniu i długich gwarancjach trafią na rynek jako auta kilkuletnie. Dopiero wówczas warunki po stronie podaży i popytu zaczną tworzyć rynek wtórny o realnej skali.

Rynek wtórny BEV – kluczowe wyzwanie polskiej elektromobilności

Okiem eksperta

Z perspektywy OTOMOTO wyniki badania bardzo precyzyjnie pokazują, że kluczowym wyzwaniem dla rynku wtórnego BEV nie jest brak zainteresowania konsumentów. Aktualny etap rozwoju rynku to ten, w którym decyzje zakupowe są silnie uzależnione od parametrów technicznych pojazdów oraz poziomu zaufania do technologii.

Oczekiwania nabywców w ostatnich latach były wyraźnie kształtowane przez rozwój nowych generacji samochodów elektrycznych. Zasięg, czas ładowania czy długość gwarancji na baterię traktowane są jako podstawowe kryteria oceny, a nie elementy dodatkowe. Rynek wtórny, który wciąż opiera się głównie na starszych modelach BEV, nie jest jeszcze w stanie w pełni na te potrzeby odpowiedzieć, co naturalnie przekłada się na ostrożność zakupową oraz obawy w obszarze bezpieczeństwa i wartości rezydualnej.

Wraz z napływem kilkuletnich samochodów nowej generacji, wyposażonych w pojemniejsze baterie, szybsze ładowanie i dłuższe gwarancje, luka pomiędzy oczekiwaniami a realną ofertą będzie się zmniejszać. W połączeniu z transparentnością informacji – rzetelną historią pojazdów, danych o stanie baterii i jasnymi warunkami użytkowania – pozwoli to rynkowi wtórnemu BEV na osiągnięcie pełnej dojrzałości w obszarze elektromobilności w Polsce.



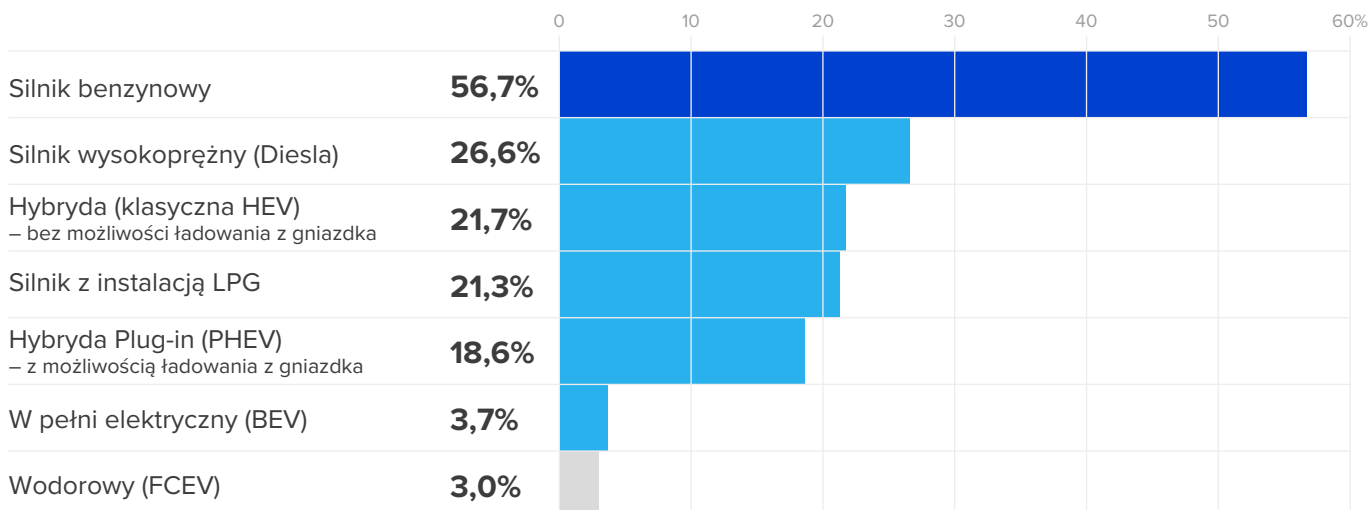
Adam Simon

Senior Head of Business Development Motors Professional Europe,
OLX Group/OTOMOTO

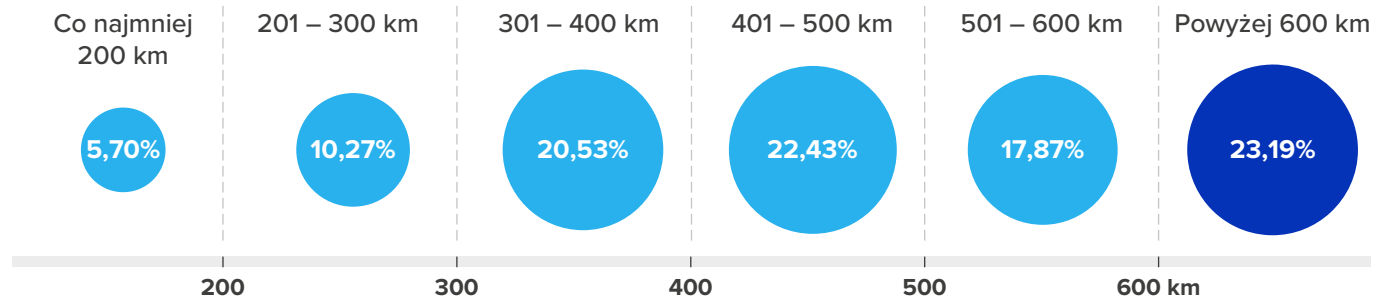
Rynek wtórny BEV – kluczowe wyzwanie polskiej elektromobilności

Odpowiedzi udzielane przez osoby zainteresowane zakupem używanych pojazdów

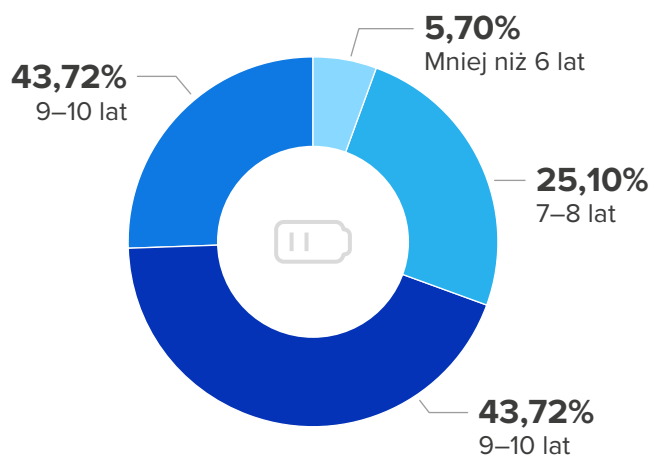
Jaki rodzaj napędu rozważasz w samochodzie, który planujesz kupić?



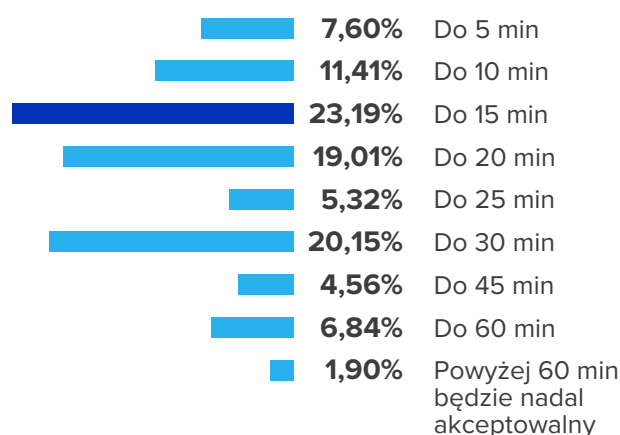
Jakim zasięgiem na jednym ładowaniu powinien charakteryzować się samochód elektryczny, abyś był/-a zainteresowany/-a jego zakupem?



Jak długiej gwarancji na akumulator samochodu elektrycznego oczekiwał(a)byś, aby rozważyć jego zakup?



Ile czasu może maksymalnie trwać ładowanie samochodu elektrycznego w trasie, abyś był/-a zainteresowany/-a jego zakupem?



OTOMOTO

PRZYSZŁOŚĆ JEST TERAZ

WYBIERZ SWOJĄ DROGĘ



Elektromobilność to już nie odległa wizja, to codzienność na polskich drogach. Bądź jej częścią. **Znajdź idealny samochód elektryczny – nowy lub używany – w najszerszej ofercie na OTOMOTO.** Twoja motoryzacyjna zmiana zaczyna się tutaj.

WEJDŹ DO ŚWIATA EV Z OTOMOTO

6

Infrastruktura ładowania – czego Polacy naprawdę potrzebują?

Infrastruktura ładowania

– czego Polacy naprawdę potrzebują?

Preferencje kierowców dotyczące infrastruktury ładowania układają się w bardzo wyraźny i logiczny wzór.

46,8%

Najbardziej atrakcyjnym miejscem do ładowania są dla nich stacje benzynowe, które aż 46,8% respondentów ocenia jako „bardzo atrakcyjne”.

To nie przypadek. Stacje paliw od lat budują swoją pozycję jako centra usługowe: oferują toalety, jedzenie, przestrzeń do odpoczynku, dobrą widoczność, monitoring oraz – co kluczowe – łatwy i intuicyjny zjazd z głównej trasy. Polacy postrzegają je więc jako naturalne środowisko postoju, niezależnie od napędu pojazdu.

Pozostałe lokalizacje jak MOP-y, parkingi przy centrach handlowych, restauracje czy parkingi w miastach są oceniane bardzo podobnie. Około 35–40% kierowców wskazuje je jako „bardzo atrakcyjne”. Tłumaczy to fakt, że w wielu z tych miejsc użytkownicy spodziewają się podobnego standardu udogodnień. Dla kierowców otoczenie, w którym można skorzystać z toalety, spożyć posiłek, odpocząć i poczekać w komfortowych warunkach, jest już oczekiwanym standardem, a nie wyróżnikiem konkretnej lokalizacji.

Właśnie dlatego same udogodnienia nie decydują o wyborze punktu ładowania. Mogą zwiększyć jego atrakcyjność, szczególnie gdy w okolicy działa kilka konkurencyjnych stacji, ale nie są czynnikiem rozstrzygającym.

Dane pokazują jednoznacznie, że kierowcy wybierają stacje na podstawie trzech twardych parametrów, które determinują realne doświadczenie w podróży:



Ceny energii



Mocy ładowania



Położenia przy trasie przejazdu

Infrastruktura ładowania – czego Polacy naprawdę potrzebują?

To te elementy odpowiadają za czas postoju, koszt przejazdu i wygodę dotarcia na ładowarkę. W efekcie kierowcy znacznie bardziej koncentrują się na tym, czy stacja umożliwi szybkie rozpoczęcie ładowania i sprawną kontynuację podróży, niż na tym, czy w pobliżu dostępny jest sklep czy restauracja. Udogodnienia pozostają wartościowym dodatkiem, ale ich rola polega głównie na zwiększeniu komfortu, a nie na wyborze konkretnej stacji.

Obraz ten jeszcze bardziej wyostreza analiza obaw użytkowników. Kierowcy nie obawiają się, że stacja będzie „nieatrakcyjna” lub nie zapewni wystarczającej przestrzeni.

Ich niepewność koncentruje się wokół kwestii podstawowych takich jak:



Zbyt długi czas ładowania



Rosnące koszty



Niewystarczająca liczba stacji



Ryzyko kolejek i braku wolnych punktów

Użytkownicy oczekują przede wszystkim wydajności i dostępności infrastruktury.

Wszystkie te elementy składają się na spójny wniosek. Kierowcy samochodów elektrycznych potrzebują infrastruktury, która nie tylko znajduje się w komfortowych lokalizacjach, lecz przede wszystkim zapewnia szybkie ładowanie, odpowiednią liczbę stanowisk i gwarancję, że punkt będzie dostępny w momencie przyjazdu. To naturalnie wskazuje kierunek rozwoju w stronę dużych, wielostanowiskowych HUB-ów ładowania. Tego rodzaju obiekty minimalizują ryzyko oczekiwania na ładowanie, skracają czas postoju i zwiększają przewidywalność podróży. Udogodnienia stanowią wartościowe, ale drugorzędne uzupełnienie.

Tak zdefiniowane potrzeby użytkowników tworzą jasną mapę inwestycyjną dla operatorów infrastruktury: system ładowania w Polsce będzie rozwijał się tam, gdzie uda się połączyć odpowiednią moc, skalę i dostępność z komfortem lokalizacji.

Infrastruktura ładowania – czego Polacy naprawdę potrzebują?

Okiem eksperta

Dynamiczny rozwój infrastruktury ładowania jest dziś jednym z kluczowych warunków dalszego wzrostu elektromobilności w Polsce. Zakończenie przez GreenWay projektu Expand-E i uruchomienie 35 ultraszybkich hubów ładowania wyposażonych w 253 nowe punkty DC o mocy do 400 kW to istotny krok w kierunku dojrzałości rynku. Wielostanowiskowe lokalizacje, zasilane bezpośrednio z sieci średniego napięcia, znacząco podnoszą niezawodność i dostępność usług, realnie zmniejszając jedną z głównych barier wskazywanych przez kierowców – obawy o dostęp do szybkiego i sprawnego ładowania w trasie.

Znaczenie tej inwestycji szczególnie wyraźnie widać w kontekście rosnącego popytu. Grudzień 2025 roku był rekordowy dla elektromobilności w Polsce – udział samochodów w pełni elektrycznych w nowych rejestracjach osiągnął 11,3%, a łączna flota BEV przekroczyła 130 tysięcy pojazdów. Tak dynamiczny wzrost wymaga infrastruktury, która nie tylko nadąża za rynkiem, ale wyprzedza jego potrzeby. Zwiększenie mocy nominalnej sieci GreenWay w Polsce o 136% oraz niemal dwukrotny wzrost dostępnej mocy ultraszybkich hubów w skali kraju to odpowiedź na te wyzwania.

Na szczególną uwagę zasługuje również przygotowanie części lokalizacji do obsługi elektrycznych pojazdów ciężarowych. To wyraźny sygnał, że elektromobilność wchodzi w kolejny etap – obejmujący transport ciężki i logistykę długodystansową. W połączeniu z planami wdrażania standardu megawatowego MCS pokazuje to długofalowe myślenie o transformacji transportu.

Choć przed rynkiem wciąż stoją wyzwania związane z tempem rozbudowy sieci, przyłączami energetycznymi czy edukacją użytkowników, kierunek zmian jest jednoznaczny. Inwestycje w ultraszybką, niezawodną infrastrukturę są dziś fundamentem dalszego, stabilnego rozwoju elektromobilności w Polsce.

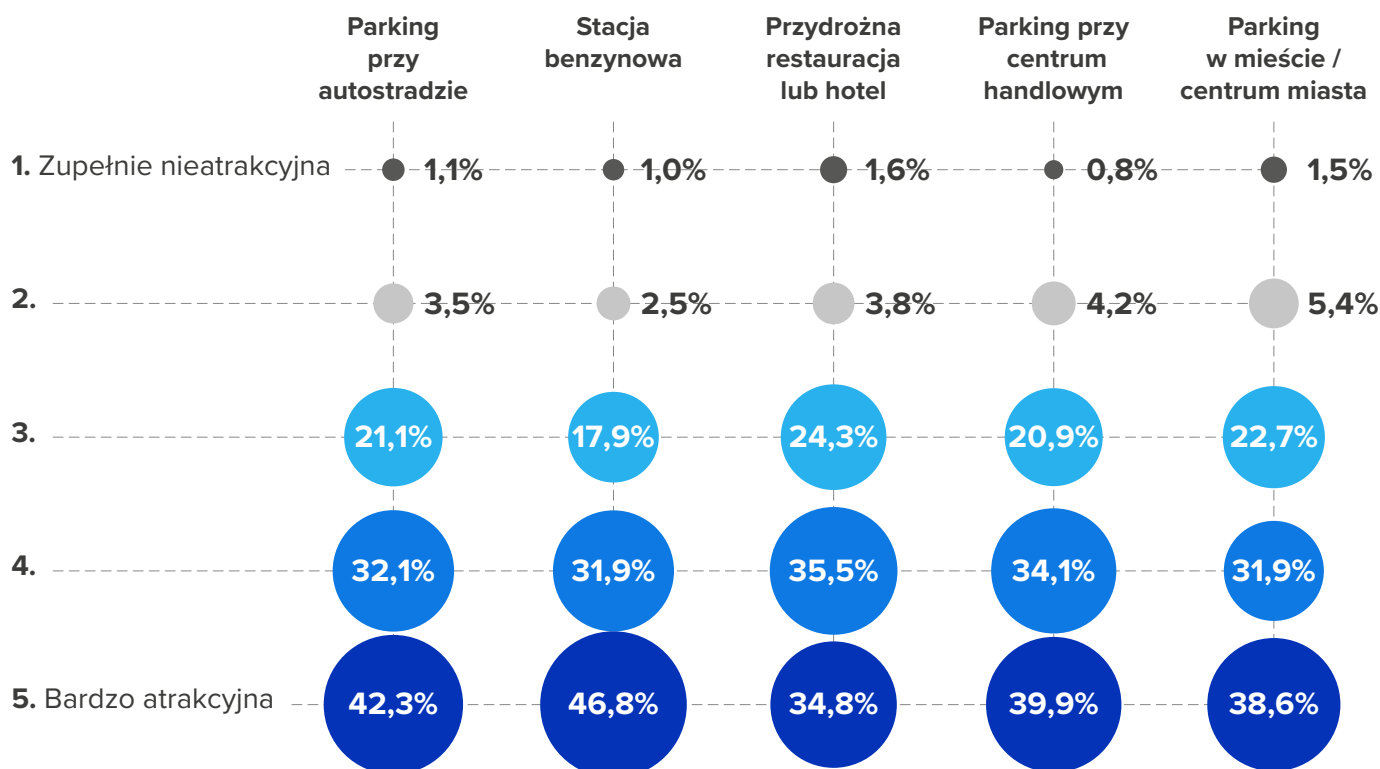


Rafał Czyżewski
CEO, GreenWay SA

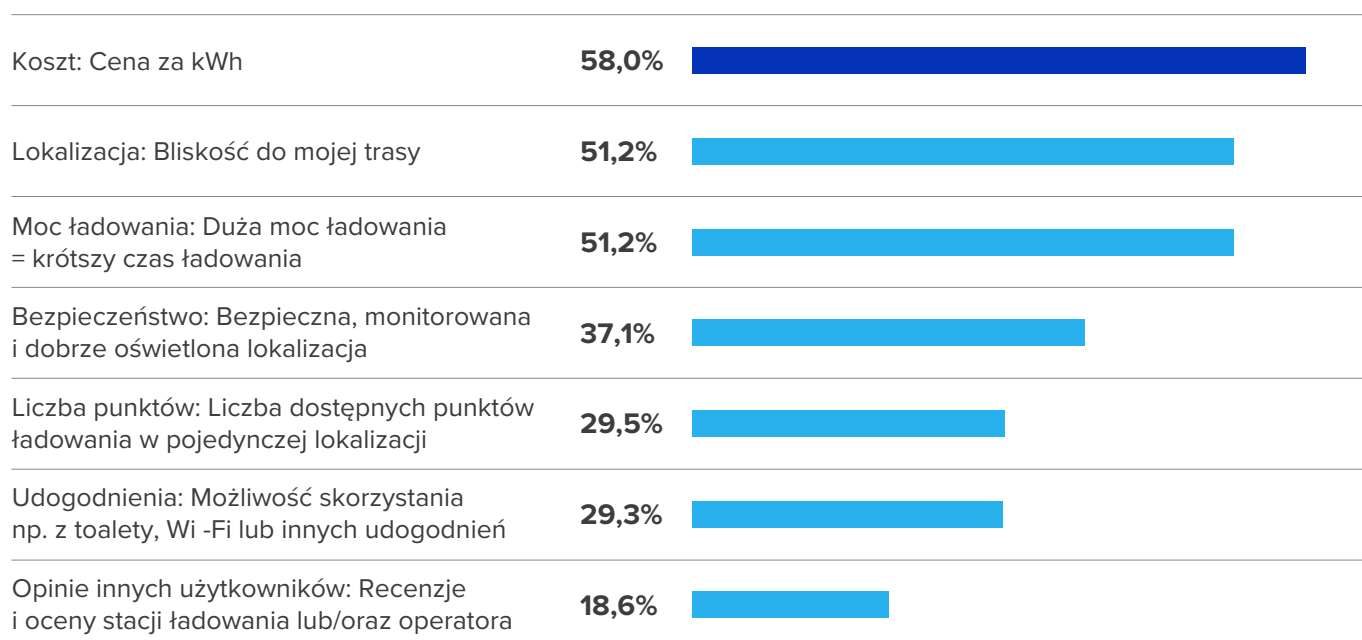
Infrastruktura ładowania – czego Polacy naprawdę potrzebują?

Jak atrakcyjne byłyby dla Ciebie poniższe lokalizacje stacji ładowania podczas dłuższej podróży samochodem elektrycznym?

(oceń każdą w skali od 1 do 5, gdzie 1 = zupełnie nieatrakcyjna, a 5 = bardzo atrakcyjna)

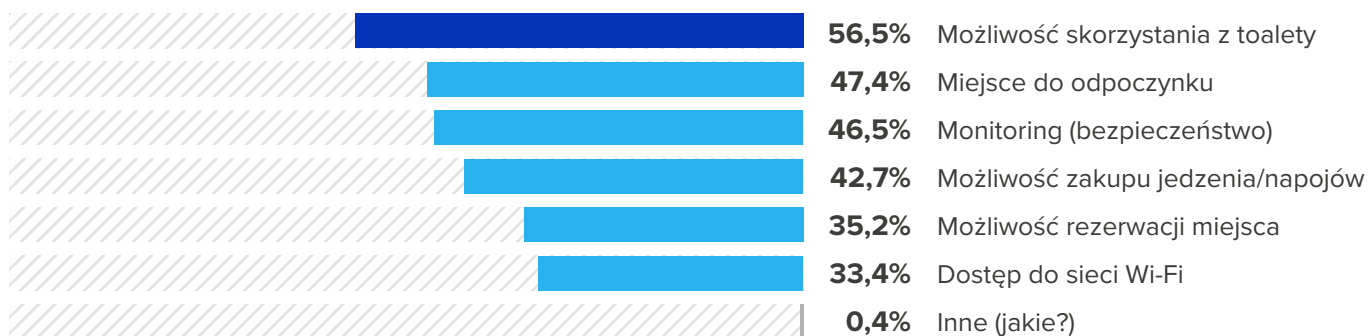


Które czynniki w największym stopniu mogą determinować Twój wybór konkretnej stacji ładowania?

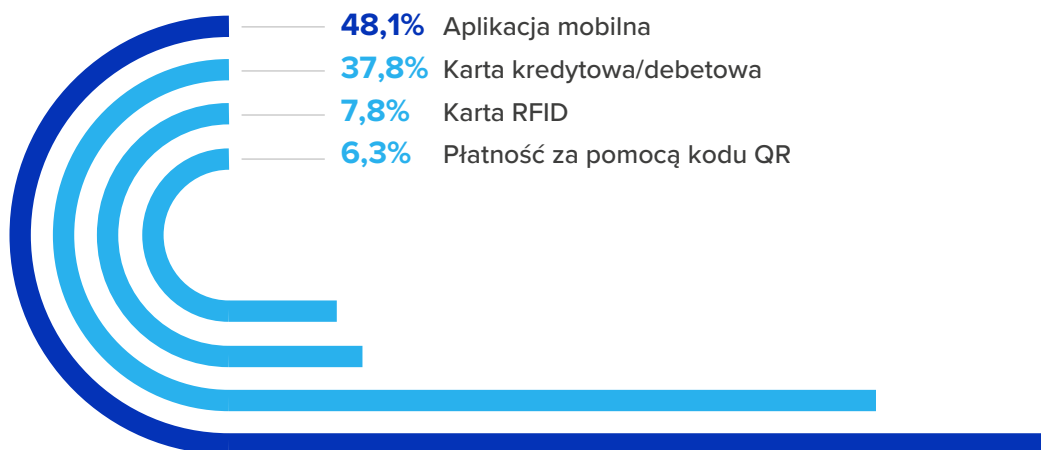


Infrastruktura ładowania – czego Polacy naprawdę potrzebują?

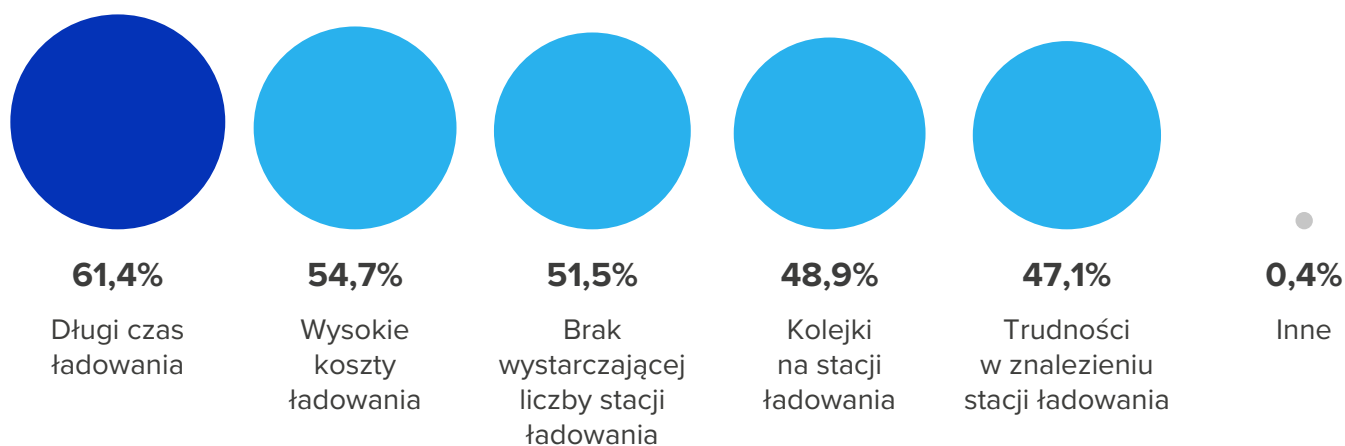
Jakie udogodnienia/funkcjonalności przy stacjach ładowania byłyby dla Ciebie ważne?



Z których poniższych form płatności za ładowanie najprawdopodobniej korzystałbyś/-aś najczęściej?



Jakie kwestie związane z infrastrukturą ładowania samochodów elektrycznych budzą u Ciebie największe obawy lub wątpliwości?





sprawdź greenwaypolska.pl

**zawsze pewnie,
zawsze blisko**

2800+
punktów ładowania



1100+
lokalizacji



greenway

7

**Nowa mobilność
miejska – gdzie
jesteśmy na
początku 2026 r.?**

Nowa mobilność miejska – gdzie jesteśmy na początku 2026 r?

W 2026 r. usługi nowej mobilności są już w polskich miastach szeroko dostępne, ale wciąż nie pełnią roli pełnoprawnej alternatywy dla samochodu.

69%

Z badania wynika, że 69% respondentów korzysta z usług nowej mobilności (rowery miejskie, hulajnogi, skutery, car sharing, mobilność na żądanie), ale tylko 6,5% robi to niemal codziennie.

Największe grupy użytkowników korzystają z nich okazjonalnie: ok. 20% kilka razy w roku, kolejne 21% raz–dwa razy w miesiącu, a 21,3% co najmniej raz w tygodniu. To pokazuje, że nowa mobilność jest znana i „oswojona”, ale dla większości pozostaje uzupełnieniem, a nie podstawą codziennych dojazdów.

Jednocześnie wyniki badania wskazują, że gotowość do zmiany jest większa niż faktyczne wykorzystanie usług.

64%

Aż 64% respondentów deklaruje, że mogłoby zrezygnować z korzystania z prywatnego samochodu, gdyby inne środki transportu zapewniały szybkie i tanie przemieszczanie się po mieście.

Tylko 36% ankietowanych mówi wprost, że nie jest gotowa na taki krok. To ważny sygnał: bariera nie leży w emocjonalnym przywiązaniu do samochodu, ale w ocenie, że obecne alternatywy nie są jeszcze wystarczająco niezawodne, wygodne i opłacalne, by przejąć rolę głównego środka transportu.

Preferencje dotyczące tego, z jakich form nowej mobilności mieszkańcy by skorzystali zamiast samochodu czy klasycznej komunikacji zbiorowej, dobrze tę sytuację tłumaczą. Najwięcej osób wskazuje mobilność na żądanie (33,5%) – rozwiązania typu Uber czy Bolt, które dają wysoki poziom przewidywalności i komfortu. Dalej pojawiają się rowery miejskie (27,7%) oraz samochody na minuty (18,2%), a dopiero potem inne formy współdzielonej mikromobilności, takie jak hulajnogi czy skutery.

Nowa mobilność miejska – gdzie jesteśmy na początku 2026 r?

Widać zatem, że mieszkańcy miast są otwarci na różne modele nowej mobilności, ale wybierają przede wszystkim te, które najbardziej przypominają doświadczenie „klasycznego transportu na telefon” – prostego, dostępnego i zrozumiałego kosztowo.

Na tym tle bardzo istotne są też wskazywane wady usług współdzielonych.

41,4%

Najczęściej wymieniane problemy dotyczą poczucia ryzyka i jakości usługi: obawa o uszkodzenie pojazdu i związane z tym koszty pojawia się u 41,4% respondentów.

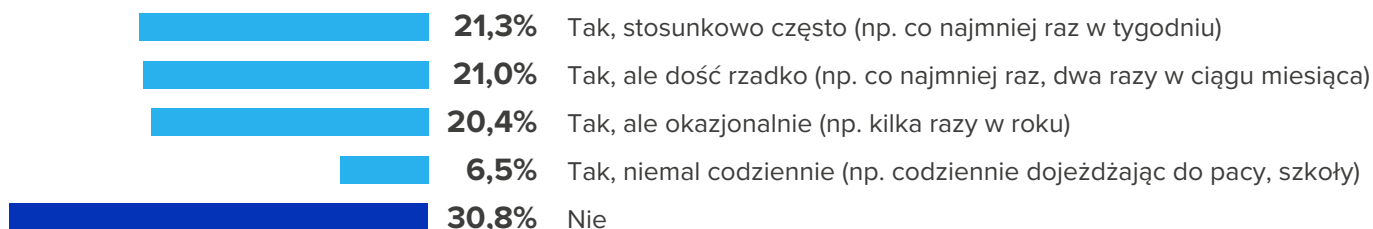
37,8% zwraca uwagę na zły stan techniczny pojazdów, a 34,1% wskazuje, że w dłuższej perspektywie takie usługi są zbyt drogie. Do tego dochodzi mała dostępność pojazdów (30,7%) oraz skomplikowane, mało przewidywalne cenniki (31,9%). W praktyce oznacza to, że użytkownicy zderzają się nie z jednym, lecz z całym pakietem drobnych niedogodności, które razem podważają zaufanie do usług współdzielonych jako rozwiązania „na każdy dzień”.

W efekcie nowa mobilność w polskich miastach ma wciąż „pod górkę”. Nie brakuje jej rozpoznawalności, nie brakuje też deklaratywnego popytu – brakuje jakości operacyjnej, która pozwoliłaby zastąpić samochód prywatny w codziennym użytkowaniu. Dane z badania jasno wskazują, w jakim kierunku powinna pójść zmiana: większa przewidywalność dostępności, prostsze i bardziej transparentne modele cenowe, lepszy stan techniczny flot oraz ograniczenie ryzyka po stronie użytkownika.

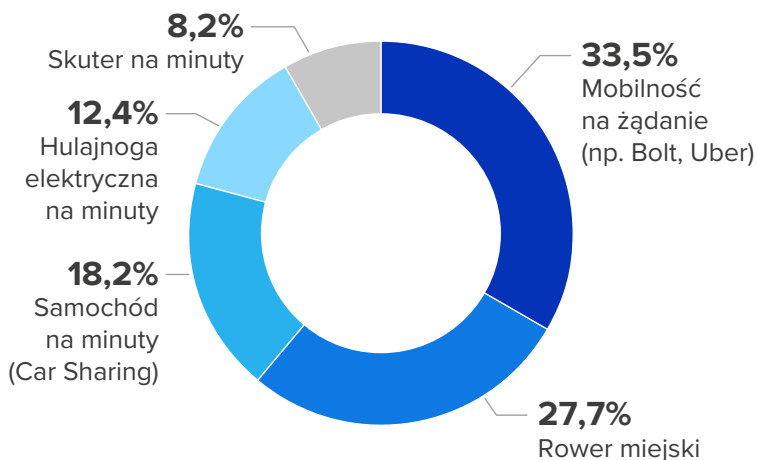
Jeżeli te warunki zostaną spełnione, to przy 64% deklaracji gotowości do porzucenia auta, **nowa mobilność może stać się jednym z kluczowych narzędzi odciążania miast z ruchu samochodowego. Na razie jednak można dostrzec dysproporcję między gotowością użytkowników a tempem, w jakim rozwijają się usługi, które mają umożliwić tę zmianę.**

Nowa mobilność miejska – gdzie jesteśmy na początku 2026 r?

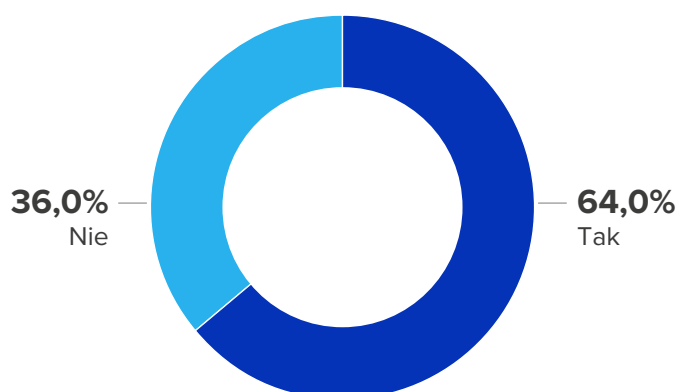
Czy korzystasz z usług nowej mobilności? (np. rowery miejskie, hulajnogi elektryczne, skutery, samochody na minuty, mobilność na żądanie)



Z jakiego rodzaju transportu byłbyś/byłabyś skłonny/a skorzystać w pierwszej kolejności w ramach codziennej mobilności, zamiast prywatnego samochodu czy komunikacji zbiorowej?



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



Jakie są, Twoim zdaniem, największe wady pojazdów współdzielonych?

41,4% Obawa o uszkodzenie pojazdu, a w konsekwencji obciążenie wysokimi kosztami

37,8% Zły stan techniczny pojazdów

34,1% Wysokie koszty w dłuższej perspektywie użytkowania

31,9% Skomplikowane cenniki, przez co nie wiadomo, ile będzie kosztowała usługa

30,7% Mała dostępność pojazdów

28,5% Problemy techniczne z wypożyczeniem / zwrotem

ORLEN



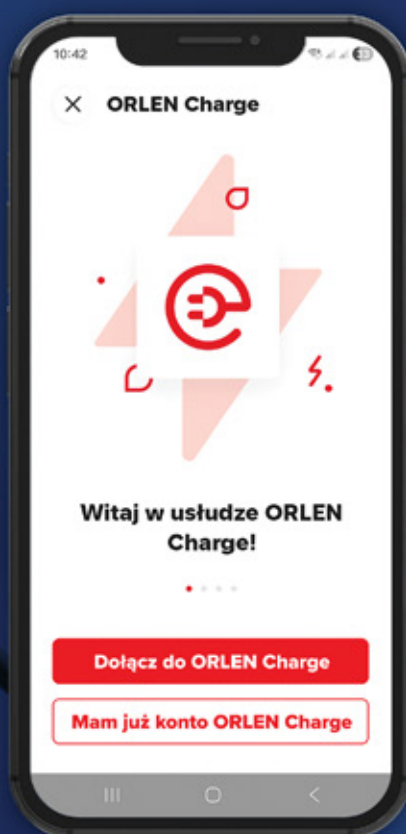
CHARGE

Ładuj elektryka w sieci

ORLEN Charge

teraz z aplikacją

ORLEN VITAY



Pobierz najnowszą wersję aplikacji ORLEN VITAY
i korzystaj z usługi ORLEN Charge.



Pobierz w
App Store



POBIERZ Z
Google Play

Szczegóły na www.ornlencharge.pl

8

Strefy Czystego Transportu – opinie, obawy i korzyści

Strefy Czystego Transportu

– opinie, obawy i korzyści

Strefy Czystego Transportu (SCT) pozostają jednym z najbardziej polaryzujących elementów transformacji miejskiej. Dane pokazują jednak, że układ sił w debacie publicznej nie jest przypadkowy, a jest ściśle powiązany z tym, jakim samochodem mieszkańcy planują jeździć w najbliższych latach.

52%

Osoby rozważające zakup nowego samochodu wykazują większą otwartość na SCT: popiera je ponad 52% z nich, podczas gdy sprzeciw wyraża około 25%.

35%

Wśród kierowców planujących zakup samochodu używanego proporcje są odwrotne: poparcie spada do 35%, a sprzeciw rośnie do ponad 41%.

To silny sygnał, że stosunek do SCT nie jest kwestią poglądów, lecz indywidualnej sytuacji mobilnościowej. Kierowcy starszych pojazdów częściej obawiają się, że wymogi regulacyjne mogą ich realnie wykluczyć z dojazdu do pracy czy centrum miasta.

Różnice widać również w ocenie tego, jak SCT wpłyną na codzienne życie. W grupie nabywców pojazdów nowych ponad połowa ankietowanych spodziewa się co najmniej umiarkowanego wpływu, ale stosunkowo rzadko traktuje go jako zagrożenie. Wśród osób planujących zakup auta używanego rośnie natomiast przekonanie, że zmiany mogą być dotkliwe lub ograniczające.

17%

Niemal 17% uważa, że SCT w ogóle ich nie dotkną, ale to wciąż znacząco mniej niż odsetek osób, które obawiają się przynajmniej niewielkich utrudnień.

Strefy Czystego Transportu – opinie, obawy i korzyści

Najsilniejsze obawy dotyczą kwestii mobilności i kosztów i są wyraźnie silniejsze w grupie nabywców pojazdów używanych.

49%

Utrudnień w codziennych dojazdach obawia się aż 49% tej grupy (wobec 42% osób planujących zakup nowego auta).

Obawy dotyczące wzrostu kosztów utrzymania pojazdu pojawiają się u 39% użytkowników aut używanych oraz 31% planujących zakup nowego samochodu.

45%

Aż 45% kupujących auta używane widzi ryzyko ograniczenia dostępu do centrum dla osób o niższych dochodach – to o kilka punktów procentowych więcej niż w przypadku respondentów z drugiej grupy.

Dane te wskazują wyraźnie, że SCT postrzegane są przede wszystkim jako zmiana o charakterze ekonomicznym i społecznym, a nie tylko środowiskowym.

Jednocześnie mieszkańcy dostrzegają również korzyści.

49%

Na poprawę jakości powietrza wskazuje około 49% respondentów w obu grupach.

Różnice pojawiają się w poziomie sceptycyzmu: brak dostrzegania jakichkolwiek korzyści deklaruje 25% osób planujących zakup auta używanego i 17% tych, którzy myślą o aucie nowym. To pokazuje, że pozytywna narracja wokół SCT jest bardziej przekonująca dla kierowców, którzy już dziś są bliżej zgodności z przyszłymi wymaganiami.

Okiem eksperta

Dane z tegorocznej edycji Barometru pokazują coś bardzo ważnego: spór o Strefy Czystego Transportu nie jest sporem o ekologię, ale o poczucie bezpieczeństwa mobilnościowego. Osoby planujące zakup nowych samochodów znacznie częściej popierają SCT, bo wiedzą, że zmiany regulacyjne nie ograniczą ich możliwości poruszania się po mieście. Zupełnie inaczej widzą to kierowcy starszych pojazdów, ich obawy mają charakter praktyczny, a nie ideologiczny.

To lekcja dla samorządów: wprowadzając SCT, nie wystarczy mówić tylko o czystym powietrzu. Trzeba jasno pokazać, w jaki sposób mieszkańcy zachowają dostęp do miasta, ile czasu będą mieli na dostosowanie się do nowych zasad oraz jak SCT wpisuje się w szerszą politykę mobilności miasta. Jeśli polityka miejska odpowie na te potrzeby, SCT mogą stać się skutecznym narzędziem poprawy jakości życia i zdrowia mieszkańców



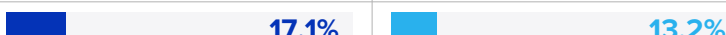
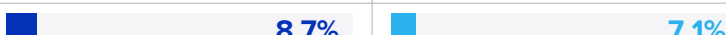
Agata Wiśniewska-Mazur

Członkini Zarządu,
PSNM

Czy popierasz wprowadzenie Stref Czystego Transportu (SCT) w Twoim mieście?

	Nowy	Używany
Zdecydowanie nie	11,6%	19,4%
Raczej nie	13,3%	22,1%
Nie mam zdania	22,2%	23,6%
Raczej tak	36,8%	27,4%
Zdecydowanie tak	16,1%	7,6%

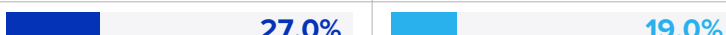
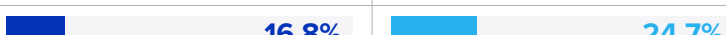
Czy uważasz, że Strefy Czystego Transportu wpłyną na Twoje codzienne życie?

Tak, w bardzo dużym stopniu	 8,7%11,5%
Tak, w dużym stopniu	 14,1%15,3%
Tak, w umiarkowanym stopniu	 24,3%28,5%
Tak, w niewielkim stopniu	 27,0%24,5%
Nie, w ogóle nie wpłyną	 17,1%13,2%
Trudno powiedzieć	 8,7%7,1%

Jakie są Twoje największe obawy związane z wprowadzeniem SCT?

Utrudnienia w codziennym dojeździe do pracy/szkoły	 41,7%49,4%
Wzrost kosztów utrzymania pojazdu	 30,6%39,2%
Istotny spadek wartości pojazdów niekwalifikujących się do wjazdu do takich stref	 34,5%34,6%
Wzrost kosztów usług działających na terenie Strefy	 31,4%28,1%
Ograniczenie dostępu do centrów miast dla osób najuboższych	 37,7%44,9%
Inne (proszę podać jakie)	 0,4%0,8%
Nie mam żadnych obaw	 8,8%7,2%

Jakie korzyści, Twoim zdaniem, przyniosłoby wprowadzenie SCT w Twoim mieście?

Poprawa jakości powietrza	 49,5%48,3%
Zmniejszenie hałasu	 46,2%40,7%
Poprawa zdrowia mieszkańców	 36,6%28,5%
Zwiększenie atrakcyjności miasta dla turystów	 27,0%19,0%
Inne	 0,1%0,4%
Nie widzę żadnych korzyści	 16,8%24,7%

9

Nowa mobilność a gospodarka i energetyka – czego oczekują Polacy?

Nowa mobilność a gospodarka i energetyka – czego oczekują Polacy?

Analiza odpowiedzi według preferencji politycznych pokazuje, że nowa mobilność nie jest tematem ostrego podziału społecznego. Różnice oczywiście istnieją, ale są subtelne i wynikają raczej z odmiennych akcentów, niż fundamentalnych sprzeczności. Widać wyraźnie, że niezależnie od poglądów, Polacy oceniają transformację przede wszystkim z perspektywy tego, jak realnie wpłynie ona na ich codzienne życie.

Największą ostrożność widać w podejściu do rynku pracy.

21,4%

Obawy o bardzo negatywne skutki częściej deklarują wyborcy ugrupowań o najbardziej krytycznym stosunku do zmian regulacyjnych – 19,4% wyborców Konfederacji i 21,4% sympatyków Razem. Jednak w żadnej grupie takie obawy nie dominują.

Wśród wyborców PiS czy PSL najczęściej pojawia się przekonanie, że powstanie nowych miejsc pracy może nie w pełni zrekompensować utratę dotychczasowych stanowisk, na co wskazuje odpowiednio 23,4% i 25% respondentów. Z drugiej strony, w każdym elektoracie znajduje się liczna grupa osób, które w transformacji widzą potencjał np. 26,9% wyborców KO i 32,6% Polski 2050 przewiduje bilans pozytywny. Wspólny wniosek jest jeden: Polacy dostrzegają ryzyka, ale nie traktują ich jako przesądzonych.

W pytaniu o wpływ inwestycji związanych z nową mobilnością na wzrost gospodarczy dominuje pragmatyczny optymizm.

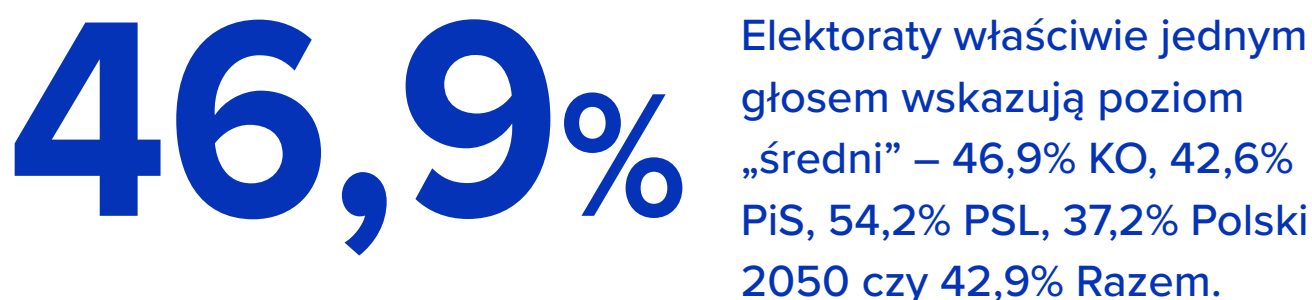
42,8%

Najczęściej wybieraną odpowiedzią jest „raczej tak”, 42,8% wśród wyborców KO, 37,6% PiS, 36,4% Konfederacji i 34,3% Lewicy.

Nowa mobilność a gospodarka i energetyka – czego oczekują Polacy?

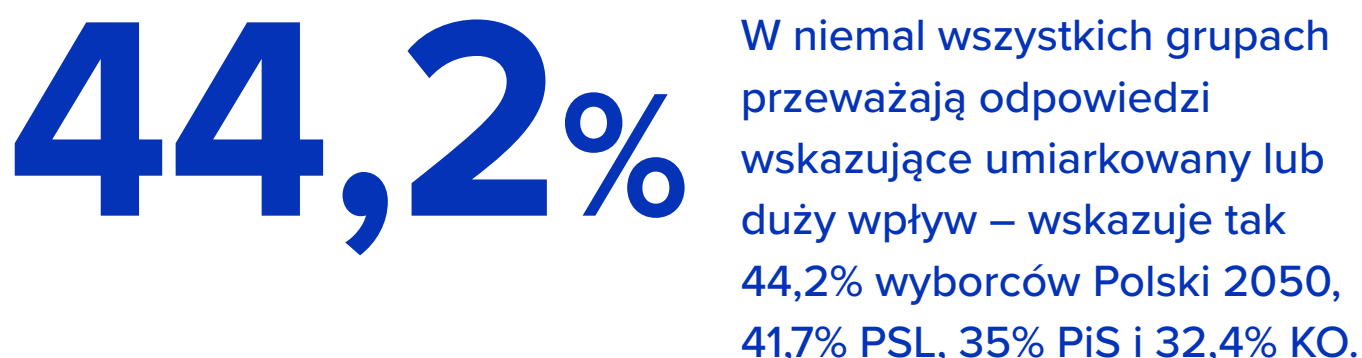
Nawet elektoraty szczególnie sceptyczne wobec unijnych regulacji, takie jak Konfederacja czy Konfederacja Korony Polskiej (gdzie odsetek odpowiedzi „zdecydowanie nie” i „raczej nie” jest wyższy niż w innych grupach), wciąż częściej wskazują oceny pozytywne lub neutralne niż jednoznacznie negatywne. To wyraźny sygnał, że argument gospodarczy ma charakter łączący: inwestycje są postrzegane jako realna szansa na rozwój, niezależnie od poglądów na politykę klimatyczną.

Najbardziej spójny obraz widać w ocenie wpływu nowej mobilności na innowacyjność.



To jeden z nielicznych tematów, w których odpowiedzi różnych elektoratów są do siebie zbliżone: Polacy widzą w transformacji impuls technologiczny, choć postrzegają go raczej jako proces ewolucyjny niż przełomowy. Różnice dotyczą jedynie stopnia entuzjazmu. Ugrupowania progresywne częściej oceniają potencjał wyżej, natomiast bardziej krytyczne, jak Konfederacja czy KKP, częściej wskazują niski wpływ, ale i tu odpowiedzi skrajne pozostają marginalne.

Podobny charakter ma ocena konsekwencji dla energetyki.



Nawet w elektoratach o krytycznym stosunku do regulacji klimatycznych większość respondentów dostrzega, że rozwój elektromobilności będzie wymagał modernizacji sieci i zwiększenia udziału OZE. To pokazuje, że świadomość systemowej natury transformacji jest powszechna i wykracza poza bieżącą debatę polityczną.

Nowa mobilność a gospodarka i energetyka – czego oczekują Polacy?

Największe różnice widać przy ocenie polityki UE.

46,9%

Wyborcy Lewicy (60% pozytywnie lub bardzo pozytywnie) i KO (56,9%) oceniają ją najlepiej, natomiast wyborcy Konfederacji (41,1% negatywnie lub bardzo negatywnie) i szczególnie KKP (łącznie 44,3% ocen negatywnych) – najgorzej.

Jednak również tutaj ważna jest skala odpowiedzi neutralnych, obecna we wszystkich elektoratach. To sygnał, że spór o politykę klimatyczną jest znacznie mniej spolaryzowany na poziomie społecznym niż w debacie publicznej. Wielu Polaków nie patrzy na te kwestie przez pryzmat emocji, lecz oczekuje na konkretne efekty i korzyści.

Dane pokazują, że **różnice między elektoratami są zauważalne, lecz nie determinujące. Wobec kwestii gospodarczych i technologicznych Polacy reagują przede wszystkim pragmatycznie – niezależnie od poglądów politycznych.** Wpływ narracji partyjnych jest obecny, szczególnie w ocenie polityki UE, ale nie przekłada się automatycznie na opinie dotyczące inwestycji, rynku pracy czy energetyki. W tych obszarach respondenci formułują oceny bardziej samodzielnie, kierując się raczej oczekiwaniami wobec rozwoju kraju niż polityczną identyfikacją.

To ważny wniosek dla decydentów. **Polacy nie oczekują ideologicznych sporów, lecz pragmatycznych odpowiedzi: jakie miejsca pracy powstaną, jakie inwestycje trafią do regionów, jak zmienią się rachunki za energię i czy infrastruktura będzie gotowa na rosnącą liczbę nowych technologii.** W tych obszarach można budować społeczne poparcie ponad podziałami, jednak pod warunkiem, że komunikacja transformacji nie zostanie oparta na deklaracjach światopoglądowych, lecz na konkretnych danych i korzyściach gospodarczych.

Nowa mobilność a gospodarka i energetyka – czego oczekują Polacy?

0–10% 11–20% 21–30% 31–40% 41–50% 51–60%

Wraz z rozwojem „nowej mobilności” w Polsce mogą powstawać nowe miejsca pracy, ale też znikać tradycyjne zakłady i zawody. Jak Twoim zdaniem ten proces wpłynie na rynek pracy w Polsce?

								
Bardzo negatywnie – grozi utrata wielu miejsc pracy w tradycyjnej motoryzacji	6,6%	14,2%	12,5%	9,3%	5,7%	19,4%	21,4%	16,4%
Negatywnie – nowe miejsca nie zrekompensują utraconych	22,1%	23,4%	25,0%	34,9%	30,0%	29,5%	28,6%	29,5%
Nie mam zdania	41,0%	31,0%	29,2%	23,3%	35,7%	28,7%	28,6%	29,5%
Pozytywnie – bilans będzie korzystny	26,9%	25,4%	29,2%	32,6%	25,7%	18,6%	14,3%	21,3%
Bardzo pozytywnie – powstanie znacznie więcej nowych miejsc pracy niż zniknie	3,4%	6,1%	4,2%	0,0%	2,9%	3,9%	7,1%	3,3%

W ostatnich latach Polska stara się przyciągać coraz więcej inwestycji związanych z „nową mobilnością” – np. budowę fabryk baterii i samochodów elektrycznych, rozwój infrastruktury ładowania czy produkcję komponentów do e-aut. Czy Twoim zdaniem tego typu inwestycje mogą znacząco przyczynić się do wzrostu PKB Polski?

								
Zdecydowanie nie – to zbyt mała skala, by wpłynąć na PKB	4,8%	9,1%	16,7%	11,6%	7,1%	8,5%	7,1%	18,0%
Raczej nie – ich wpływ będzie ograniczony	13,4%	19,3%	16,7%	32,6%	18,6%	25,6%	23,8%	26,2%
Nie mam zdania	29,3%	27,9%	25,0%	23,3%	32,9%	25,6%	26,2%	24,6%
Raczej tak – będą miały zauważalny wpływ na gospodarkę	42,8%	37,6%	29,2%	27,9%	34,3%	36,4%	35,7%	27,9%
Zdecydowanie tak – mogą stać się jednym z głównych motorów wzrostu gospodarczego	9,7%	6,1%	12,5%	4,7%	7,1%	3,9%	7,1%	3,3%

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

								
Bardzo niski – nie wpłynie realnie na innowacje	1,0%	3,6%	0,0%	0,0%	4,3%	8,5%	0,0%	6,6%
Niski – niewielki wpływ na rozwój technologii	9,3%	12,2%	4,2%	18,6%	11,4%	15,5%	2,4%	11,5%
Średni – pewne efekty, ale ograniczone	46,9%	42,6%	54,2%	37,2%	37,1%	37,2%	42,9%	47,5%
Wysoki – będzie ważnym czynnikiem wspierającym innowacje	26,6%	23,9%	12,5%	23,3%	22,9%	24,0%	31,0%	19,7%
Bardzo wysoki – może znacząco przyspieszyć rozwój technologiczny Polski	11,4%	11,7%	25,0%	16,3%	14,3%	7,0%	16,7%	6,6%
Nie mam zdania	4,8%	6,1%	4,2%	4,7%	10,0%	7,8%	7,1%	8,2%

Nowa mobilność a gospodarka i energetyka – czego oczekują Polacy?

0–10% 11–20% 21–30% 31–40% 41–50% 51–60%

W jakim stopniu uważasz, że rozwój elektromobilności wpłynie na transformację sektora energetycznego w Polsce (np. zwiększenie udziału odnawialnych źródeł energii, modernizację sieci)?

								
W ogóle	2,1%	5,1%	0,0%	0,0%	1,4%	7,0%	2,4%	4,9%
W niewielkim stopniu	7,6%	10,7%	0,0%	16,3%	12,9%	14,7%	11,9%	16,4%
W umiarkowanym stopniu	39,3%	29,4%	25,0%	32,6%	40,0%	36,4%	40,5%	37,7%
W dużym stopniu	32,4%	35,0%	41,7%	44,2%	31,4%	22,5%	28,6%	29,5%
W bardzo dużym stopniu	12,8%	13,2%	33,3%	4,7%	7,1%	9,3%	7,1%	1,6%
Nie mam zdania	5,9%	6,6%	0,0%	2,3%	7,1%	10,1%	9,5%	9,8%

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?

								
Bardzo pozytywnie	14,1%	17,3%	25,0%	23,3%	24,3%	9,3%	26,2%	13,1%
Pozytywnie	42,8%	26,9%	54,2%	34,9%	35,7%	21,7%	14,3%	24,6%
Neutralnie	25,9%	22,8%	4,2%	16,3%	18,6%	24,0%	28,6%	14,8%
Negatywnie	9,7%	11,2%	8,3%	14,0%	10,0%	15,5%	21,4%	14,8%
Bardzo negatywnie	3,8%	18,3%	4,2%	9,3%	7,1%	25,6%	2,4%	29,5%
Nie mam zdania	3,8%	3,6%	4,2%	2,3%	4,3%	3,9%	7,1%	3,3%



Myślisz, że **elektromobilność** Cię nie dotyczy?

Już wkrótce stanie się istotna dla każdego biznesu i każdej instytucji.
W F5A pomagamy przekształcić wyzwania w realne szanse strategiczne

Co oferujemy?



Unikalne dane o rynku elektro- mobilności

Największe i najbardziej
kompleksowe bazy
o EV i infrastrukturze
w Polsce i regionie
CEE, niedostępne
w publicznych źródłach



Doradztwo skuteczne w praktyce

Od strategii po wdrożenie,
obejmujące audyty flot,
optymalizację procesów
i pozyskiwanie funduszy



Raporty i analizy cenione w branży

M.in. Polish EV Outlook,
Barometr Nowej
Mobilności oraz wiele
innych opracowań
ekspertkich



Szkolenia otwierające nowe perspektywy

Od podstaw
elektromobilności po
zaawansowane kursy
specjalistyczne

Dlaczego my?

Eksperci, nie teoretycy

Nasz zespół tworzą
doświadczeni analitycy,
ekonomiści, prawnicy
oraz inżynierowie, którzy
od lat zaangażowani są
w kształtowanie sektora
nowej mobilności
w Polsce i Europie

Sieć kontaktów

Jesteśmy częścią
największego
w Polsce ekosystemu
nowej mobilności,
współpracując
z ponad 270 firmami
w ramach PSNM

Perspektywa europejska

Współpracujemy
z czołowymi organizacjami
i ekspertami z Europy, co
pozwala nam dostarczać
naszym klientom
najnowsze globalne trendy,
najlepsze praktyki oraz
wnioski z najbardziej
rozwiniętych rynków

Gotowi na zmiany?

Skontaktuj się z nami,
aby dowiedzieć się, jak
możemy wesprzeć Twój
biznes i poznać pełną
ofertę naszych usług:

biuro@f5a.eu

+48 663 902 790



Zachęcamy również do śledzenia profilu F5A na LinkedIn — publikujemy
tam ekskluzywne analizy i dane niedostępne w innych źródłach!

Polish EV Outlook



Najnowsza edycja najbardziej kompleksowej analizy rynku e-mobility w Polsce już dostępna!

SAMOCZODY DOSTĘPNE MODELE INFRASTRUKTURA PRAWO

ZAPOTRZEBOWANIE ENERGETYCZNE TRENDY RYNKOWE PROGNOZY



**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

psnm | 1C^{LAT!}

psnm.org