



BAROMETR FLOTOWY

Unikatowa publikacja opisująca aktualny stan oraz kierunki rozwoju rynku flotowego w Polsce i w Europie



ARVAL
BNP PARIBAS GROUP

SPIIS TREŚCI



1. WSTĘP	04
2. NAJWAŻNIEJSZE WNIOSKI Z BADANIA	06
3. STRUKTURA FLOT	08
4. ELEKTROMOBILNOŚĆ	14
5. MOBILNOŚĆ PRACOWNIKÓW	28
6. TELEMATYKA, CYFROWE NARZĘDZIA I CONNECTED CARS	36
7. PERSPEKTYWY FINANSOWANIA FLOT	42
8. PRZYSZŁE WYZWANIA	48
9. STRUKTURA RYNKU	52
10. METODOLOGIA AMO	58

Robert Antczak

Dyrektor Generalny
ARVAL SERVICE LEASE POLSKA

Prezes Zarządu

POLSKI ZWIĄZEK WYNAJMU I LEASINGU POJAZDÓW (PZWLP)

SZANOWNI PAŃSTWO,

miniony rok pokazał, jak dynamicznie zmienia się rynek motoryzacyjny oraz flotowy zarówno na świecie, jak i w Polsce. Towarzyszące nam w tym czasie wyzwania gospodarcze, inflacja i rosnące koszty nie wstrzymały polskich firm, które utrzymały swoje parki samochodowe a część z nich wręcz powiększyła swoje floty, przyczyniając się do pozytywnej dynamiki rok do roku. Natomiast z odpowiedzi z tegorocznego „Barometru Flotowego” wynika, że aż 31% firm planuje powiększenie swoich flot w najbliższych trzech latach – i jest to wynik wyraźnie wyższy niż średnia europejska. Jeśli te prognozy się urzeczywistnią to Polska stanie się jednym z liderów wzrostu parków pojazdów, szczególnie w segmencie samochodów użytkowych. Znakiem zapytania i czynnikiem niepewności pozostają rekordowo wysokie koszty zakupu nowych pojazdów i nowe, coraz bardziej wymagające normy emisji spalin obowiązujące od 2025 roku.

Pozytywnym czynnikiem dla naszej branży jest fakt, że coraz więcej firm rozważa finansowanie flot poprzez wynajem długoterminowy, który w 2024 roku stanowił niemal jedną czwartą rynku nowych aut. Dodatkowo warto zauważyć, że 37% firm planuje wdrożenie wynajmu po raz pierwszy lub większe niż dotychczas jego wykorzystanie. Z kolei rosnące zainteresowanie dodatkowymi usługami flotowymi, takimi jak zarządzanie paliwem czy szkolenia dla kierowców, pokazuje, że firmy zaczynają myśleć o swoich flotach w sposób bardziej kompleksowy.

Jednym z kluczowych trendów pozostaje elektryfikacja flot, niemniej w tym zakresie widać w Polsce pewne spowolnienie. Więcej firm decyduje się na hybrydy, natomiast udział pojazdów w pełni elektrycznych w polskich flotach spadł z 18% do 12%. Głównym powodem, podawanym w badaniu przez osoby odpowiedzialne za samochody w firmach, są wysokie ceny aut i wciąż niewystarczająca infrastruktura ładowania. Ale z pewnością ważna była również niepewność związana z programami dotacji dla takich pojazdów. Po zakończeniu programu „Mój Elektryk” rynek z niecierpliwością czekał na nową formę dopłat. Jednak wprowadzony w lutym 2025 roku program „NaszEauto” ograniczył dostępność dotacji dla firm, co wprost uderzyło w zainteresowanie przedsiębiorców takimi autami. Z pewnością będzie to

wpływać na tempo dalszego rozwoju elektromobilności w Polsce. Brak dotacji dla tego segmentu rynku i wykluczenie z programu dopłat pojazdów użytkowych stoi w sprzeczności wobec rosnącej presji środowiskowej oraz regulacyjnej nakładanej na firmy.

Właśnie dlatego, patrząc w przyszłość, ankietowani wskazują jako największe wyzwania dla rynku flotowego w Polsce wdrażanie alternatywnych napędów, wzrost kosztów posiadania pojazdów oraz konieczność dostosowania flot do coraz bardziej restrykcyjnych regulacji środowiskowych. Nadal niewiele polskich firm posiada jasno określone cele dekarbonizacji, choć świadomość potrzeby takich działań wyraźnie rośnie.

Zwiększenie tej świadomości może być kluczowe także dla popularyzacji alternatywnych form mobilności, które choć w Europie rozwijają się dynamicznie, w Polsce wciąż stanowią niszę. Jedynie 36% firm wdrożyło jakiegokolwiek rozwiązania tego typu, takie jak car sharing czy budżety mobilnościowe, co plasuje nas na ostatnim miejscu w Europie. Mimo optymistycznych deklaracji na przyszłość, kluczowe będzie przełamanie dotychczasowego sceptycyzmu wobec nowych modeli mobilności i użytkowania pojazdów.

Innym istotnym aspektem pozostaje rosnąca rola telematyki i cyfrowych narzędzi do zarządzania flotami. 37% polskich firm ma już pojazdy z systemami telematycznymi (tzw. connected cars), ale tylko 7% aktywnie wykorzystuje zbierane dane. To wciąż niewykorzystany potencjał, który może przynieść realne oszczędności i zwiększyć efektywność flot.

Tym, co wyłania się z tegorocznych badań, jest obraz rynku, który rozwija się, ale też stoi też przed wieloma wyzwaniami. Firmy flotowe w Polsce wykazują dużą elastyczność i gotowość do zmian, ale ich tempo zależeć będzie od dalszej ewolucji regulacji, dostępności infrastruktury i strategii finansowania.

Dziękuję wszystkim uczestnikom badania oraz naszym partnerom za zaangażowanie w tworzenie tego raportu. Mam nadzieję, że przedstawione wnioski pomogą w podejmowaniu strategicznych decyzji i przygotowaniu flot na nadchodzące lata.

Życzę owocnej lektury!



NAJWAŻNIEJSZE WNIOSKI Z BADANIA



PLANY POWIĘKSZENIA FLOTY

31% badanych firm w Polsce (vs. **24%** w Europie) zamierza powiększyć park samochodowy w najbliższych latach

Co piąta firma (vs. **39%** w Europie) korzysta z używanych aut we flocie



ELEKTROMOBILNOŚĆ

63% firm w Polsce (vs. **75%** w Europie) korzysta lub chce korzystać ze zelektryfikowanych aut osobowych

25% ma lub zamierza wprowadzić pojazdy czysto elektryczne



ELCV

15% firm w Polsce (vs. **23%** w Europie) rozważa wykorzystywanie elektrycznych aut dostawczych

4% już je ma



TANIEJ ELEKTRYKIEM

46% firm w Polsce (vs. **32%** w Europie) jako powód wprowadzenia do flot osobowych aut z alternatywnymi napędami podaje oszczędność na paliwie



WYNAJEM Z POTENCJAŁEM

37% firm w Polsce (vs. **36%** w Europie) rozważa skorzystanie z wynajmu długoterminowego pojazdów



ALTERNATYWNA MOBILNOŚĆ

59% firm w Polsce (vs. **71%** w Europie) korzysta lub chce korzystać z alternatywnych form mobilności

36% już je stosuje



STRUKTURA FLOT

POLSKIE FLOTY ROSNĄ SZYBCIEJ NIŻ W INNYCH KRAJACH EUROPY

Rok 2024 nie przyniósł dużych zmian w gospodarczym krajobrazie Unii Europejskiej. Napięcia geopolityczne, utrzymująca się podwyższona inflacja i wysokie koszty energii to tylko niektóre czynniki, które sprawiły, że był to kolejny rok stagnacji gospodarczej w większości krajów starego kontynentu. Polska na tym tle rozwijała się szybciej i wykazała większą odporność na zewnętrzne trudności.

Znajduje to odbicie w podejściu europejskich i polskich firm do rozwoju flot samochodowych. W naszym kraju aż 31% przedsiębiorstw deklaruje, że w ciągu trzech lat powiększy park pojazdów (w Europie 24%), a 58% chce utrzymać flotę na podobnym poziomie (średnia europejska to aż 67%). Na ograniczenie liczby firmowych aut może zdecydować się 8% firm w Polsce i 7% firm w Europie.

Potencjał zmian wielkości flot w ciągu najbliższych 3 lat



(Dane nie sumują się do 100%, umożliwiono brak odpowiedzi.)

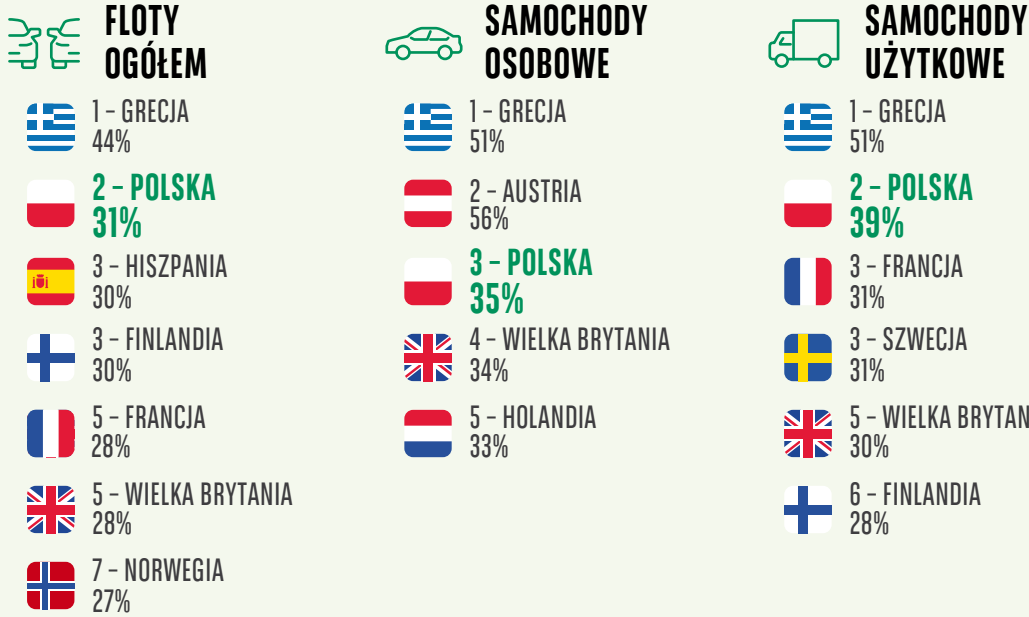
Największy potencjał wzrostu flot obserwuje się wśród małych firm zatrudniających od 1 do 99 pracowników – co trzecia z nich deklaruje powiększenie parku pojazdów w ciągu trzech lat, co może przełożyć się na poprawę ich efektywności operacyjnej i konkurencyjności na rynku. W przypadku aut osobowych, największy wzrost

zainteresowania nastąpił w grupie średnich firm (100-499 pracowników), gdzie już 36% respondentów deklarowało chęć powiększania floty aut osobowych (vs. 21% w 2024 roku). Ta sama grupa firm zamierza bardzo mocno postawić na samochody dostawcze. Aż 44% średniej wielkości przedsiębiorstw chce zainwestować w auta LCV.

Interesujące jest, że Polska plasuje się w europejskiej czołówce pod względem perspektyw wzrostu floty. Szczególnie obiecujący jest segment pojazdów użytkowych, w którym

39% firm planuje rozwój floty, co stawia Polskę w czołówce europejskich rynków. Wyprzedza nas jedynie Grecja.

Potencjał wzrostu floty Top 5 w Europie

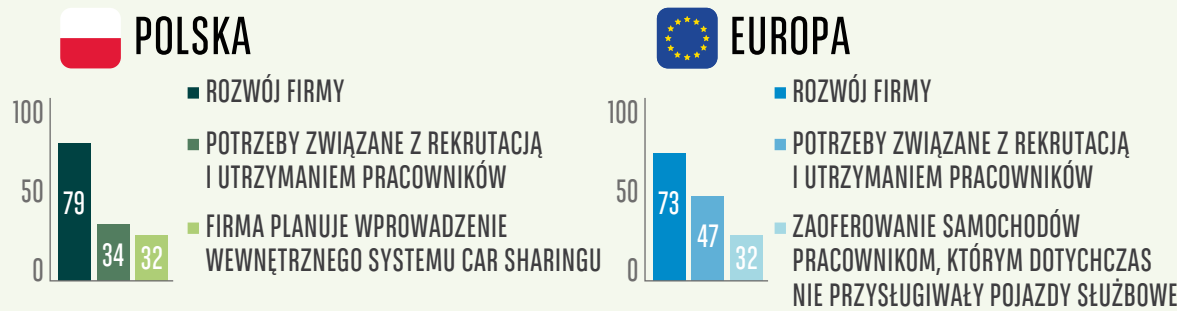


Wzrost skali biznesu pozostaje głównym powodem powiększania flot w Polsce – taką odpowiedź wskazało aż 79% ankietowanych. Na drugim miejscu (34%) znalazły się kwestie związane z obszarem HR, takie jak pozyskiwanie talentów i utrzymanie kluczowych pracowników. Dla porównania, w Europie niemal połowa przedsiębiorstw uznaje cele HR za najważniejszy czynnik powiększania floty. Ponad 30% respondentów w Polsce planuje

również wdrożenie wewnętrznego systemu car sharingu, co potwierdza rosnące zainteresowanie elastycznymi rozwiązaniami flotowymi.

Tymczasem w skali europejskiej trzecim najistotniejszym powodem rozbudowy flot jest konieczność zapewnienia pojazdów służbowych pracownikom, którzy wcześniej nie mieli do nich dostępu.

Jakie czynniki wpływają na planowane zwiększenie liczebności firmowej floty? TOP 3



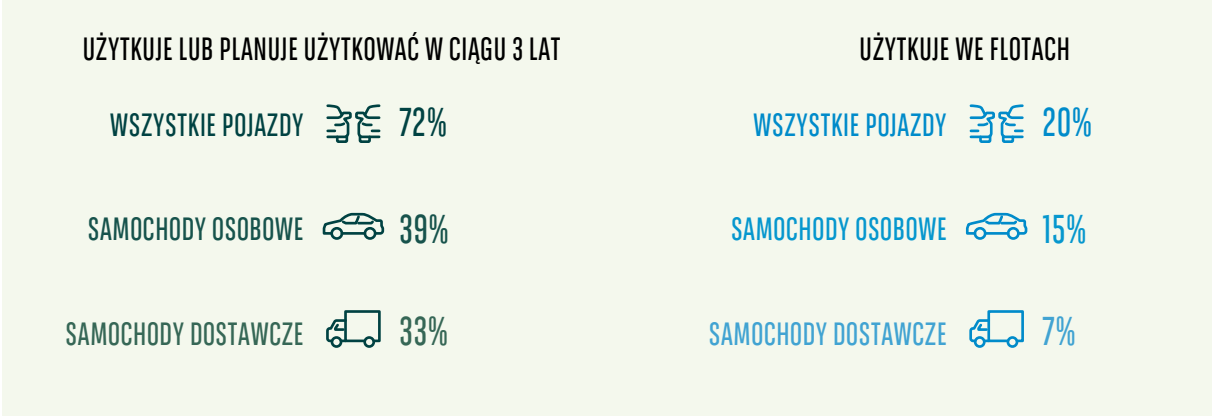
Europejskie firmy średnio znacznie szybciej niż polskie przekonały się do wykorzystywania używanych samochodów w swoich flotach. Obecnie jedynie 20% polskich przedsiębiorstw korzysta z takich aut – niemal dwa razy mniej niż w Europie. Jednocześnie aż 52% polskich ankietowanych planuje wprowadzenie do flot samochodów z rynku wtórnego w ciągu najbliższych trzech lat, a trend ten utrzymuje się w różnych segmentach firm, niezależnie od ich wielkości.

Z danych wynika, że udział firm, które korzystają z używanych samochodów osobowych jest w Polsce dwukrotnie wyższy (15%) niż w przypadku lekkich pojazdów użytkowych (7%).

Mimo to plany dotyczące pozyskania aut używanych w przyszłości są podobne w obu tych kategoriach.

Kluczowym czynnikiem zachęcającym do tego kroku mogą być kwestie finansowe, w tym niższe koszty zakupu oraz utrzymania pojazdów używanych. Dla wielu przedsiębiorstw, zwłaszcza małych i średnich, może to być atrakcyjna alternatywa pozwalająca na zwiększenie liczby samochodów flotowych bez nadmiernego obciążania budżetu. Wraz z rozwojem profesjonalnych usług remarketingowych oraz wyższą jakością aut z drugiej ręki, firmy coraz śmielej decydują się na uzupełnianie lub modernizację flot samochodami używanymi.

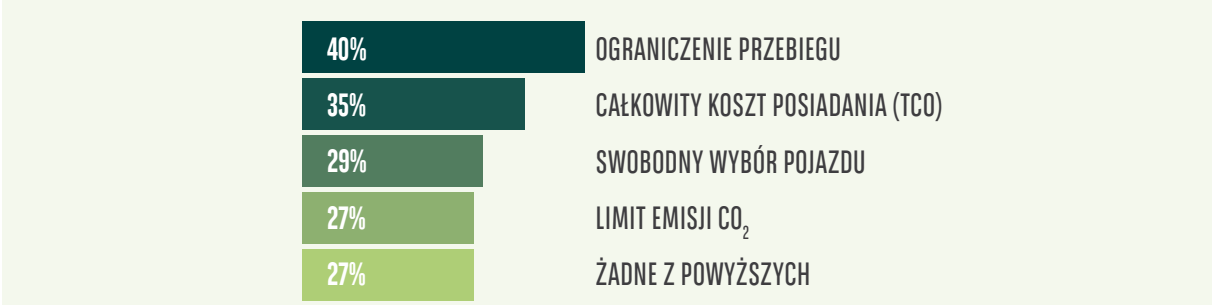
Wykorzystanie pojazdów używanych w polskich flotach



W tym roku ankietowani „Barometru Flotowego” po raz pierwszy byli pytani, na jakie kryteria zwracają uwagę przy opracowywaniu polityki flotowej. Najczęściej wskazywane – przez 40% firm – okazało się ograniczenie przebiegu.

Całkowity koszt posiadania (TCO) był istotny dla 35% przedsiębiorstw, podczas gdy 29% zwracało uwagę na swobodę wyboru pojazdu, a 27% – na limit emisji CO₂.

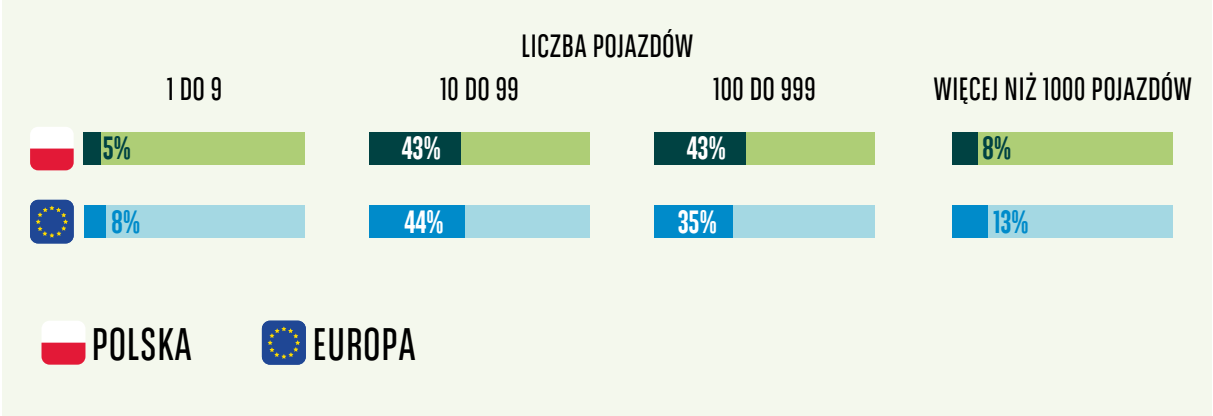
Kluczowe kryteria w tworzeniu polityk flotowych polskich firm



Według wyników tegorocznego badania w Polsce ubywa największych flot, liczących ponad 1000 pojazdów, a przybywa tych nieco mniejszych – pomiędzy 100 a 999 aut. W 2025 roku 5% polskich firm ma floty pojazdów liczące od 1 do 9 pojazdów.

Od 10 do 99 samochodów wykorzystuje 43% firm. Większe floty, od 100 do 999 samochodów, ma 43% badanych przedsiębiorstw w Polsce, zaś floty najliczniejsze, liczące ponad 1000 aut, deklaruje 8% ankietowanych.

Struktura flot w polskich firmach (osobowe + dostawcze)



Agnieszka Gołaszewska Commercial Director

ARVAL SERVICE LEASE POLSKA



Polski rynek flotowy dynamicznie się rozwija, a firmy coraz odważniej inwestują w powiększanie swoich parków pojazdów. Wśród głównych czynników napędzających ten wzrost dominuje rozwój biznesu, co pokazuje, że przedsiębiorstwa traktują flotę jako kluczowy element strategii operacyjnej. Jednocześnie coraz większą rolę odgrywa polityka zatrudnienia – samochody służbowe stają się istotnym narzędziem w walce o najlepszych pracowników, zwłaszcza w sektorach, gdzie mobilność ma kluczowe znaczenie. Ciekawym i zyskującym na popularności trendem jest wewnętrzny car sharing, który pozwala na efektywniejsze wykorzystanie zasobów i redukcję kosztów, wpisując się w szerszy kontekst optymalizacji flot.

Mimo że w Europie firmy już od dawna korzystają z samochodów używanych jako stałego elementu flot, w Polsce to podejście dopiero zaczyna się umacniać. Do tej pory firmy preferowały zakup lub leasing nowych pojazdów, jednak w obliczu rosnących kosztów i dostępności sprawdzonych aut pokontraktowych, osoby zarządzające flotami zaczynają dostrzegać potencjał samochodów z rynku wtórnego. Pojazdy te, po zakończeniu okresu podstawowego najmu, nie trafiają już wyłącznie do sprzedaży, ale coraz częściej wracają do flot w ramach usługi re-leasingu czy innych modeli elastycznego finansowania. To rozwiązanie nie tylko pozwala na lepsze zarządzanie budżetem, ale również otwiera drogę do bardziej zrównoważonego wykorzystania zasobów, co staje się coraz ważniejszym aspektem strategii firm.

Coraz więcej polskich firm planuje rozbudowę flot samochodów użytkowych, co potwierdzają deklaracje 39% przedsiębiorstw, stawiających na rozwój

tego segmentu. Trend ten wynika przede wszystkim z rosnącej skali działalności firm i konieczności dostosowania zasobów transportowych do zwiększających się potrzeb operacyjnych. Szczególnie mocno widać to wśród średnich firm, które w największym stopniu planują inwestycje w samochody dostawcze – aż 44% deklaruje chęć rozwinięcia floty użytkowej.

Wraz z tym wzrostem coraz większą rolę odgrywa wynajem – zarówno długoterminowy, jak i krótkoterminowy – który pozwala na szybkie reagowanie na dynamiczne zmiany rynkowe bez konieczności angażowania dużych nakładów kapitałowych. Dotychczas segment ten był mocno kojarzony z logistyką miejską i dostawami „last mile”, jednak dziś samochody użytkowe w wynajmie są coraz częściej wykorzystywane także w branży budowlanej, produkcyjnej czy usługowej. Firmy zamiast lokować środki w zakup pojazdów, chętniej decydują się na modele pozwalające na elastyczne zarządzanie flotą i optymalizację kosztów, co sprawia, że wynajem staje się kluczowym elementem strategii flotowych w wielu sektorach.

Z jednej strony mamy więc firmy, które intensywnie powiększają swoje floty, z drugiej – coraz bardziej elastyczne podejście do finansowania i użytkowania pojazdów. Wynajem, car sharing oraz rosnące zainteresowanie samochodami użytkowymi pokazują, że polski rynek flotowy dojrzeva i dostosowuje się do europejskich trendów, jednocześnie zachowując swoją specyfikę. To wszystko sprawia, że Polska staje się jednym z najbardziej obiecujących rynków flotowych w Europie, a firmy coraz śmielej korzystają z nowych możliwości, jakie oferuje rynek.

Jarosław Frączek Dyrektor zarządzający Pionu Usług Wewnętrznych

BANK BNP PARIBAS



Polska gospodarka dynamicznie się rozwija, a jednym z jej kluczowych sektorów jest motoryzacja, która odpowiada za około 8% PKB i jest napędzana między innymi przez firmowe floty. Choć liczebność flot samochodowych w Polsce rośnie, tempo elektryfikacji pojazdów wciąż pozostaje niższe niż w innych krajach Unii Europejskiej. Coraz więcej firm deklaruje jednak chęć inwestowania w pojazdy niskoemisyjne, co wpisuje się w globalne trendy zrównoważonego rozwoju. Według badania przeprowadzonego przez Arval Mobility Observatory, już 63% firm w Polsce planuje korzystać z zelektryfikowanych aut osobowych, a ¼ zamierza wprowadzić do swoich parków pojazdów elektryczne samochody osobowe w ciągu najbliższych trzech lat.

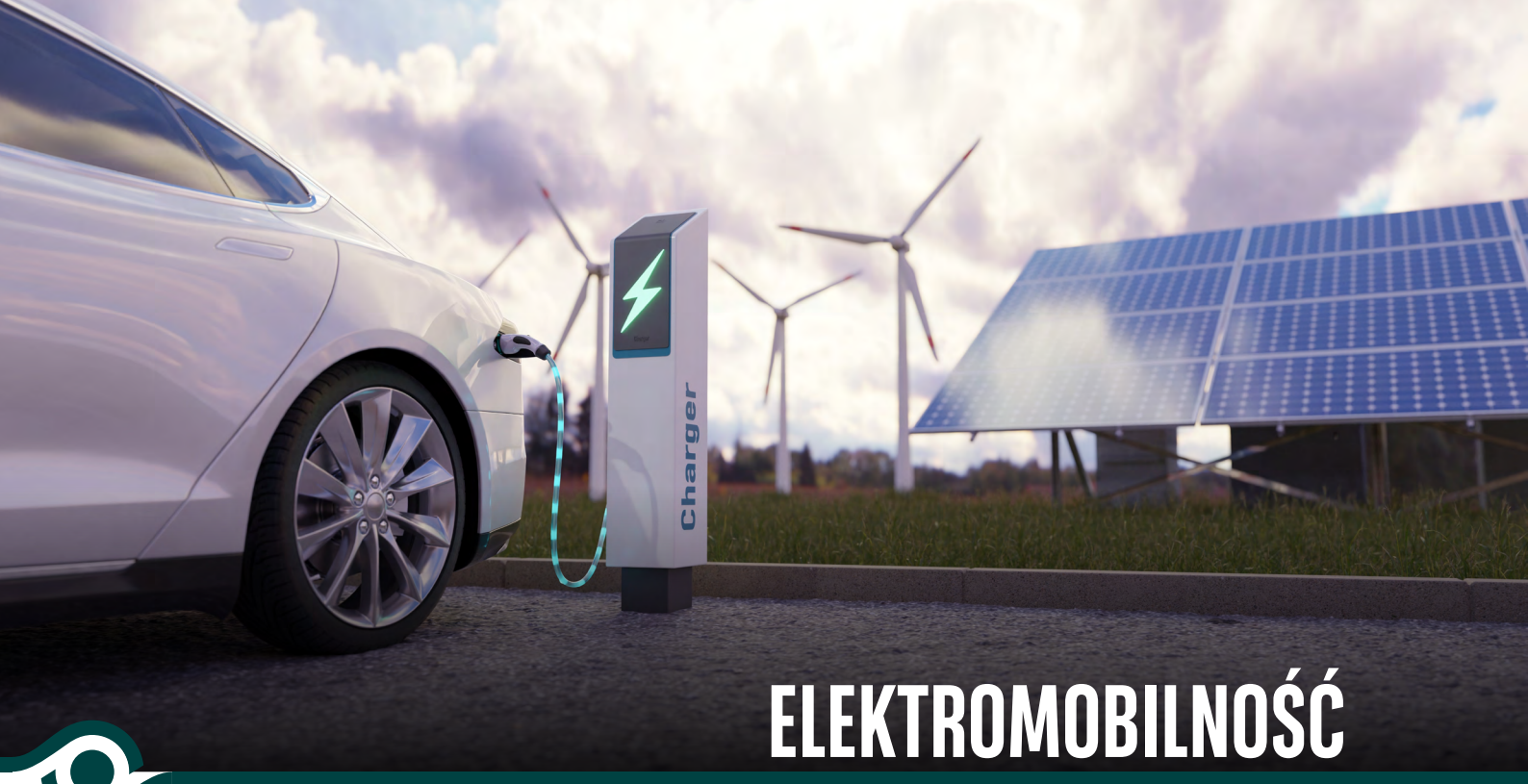
Bank BNP Paribas jest istotną częścią tych przemian, poprzez sukcesywne powiększanie liczby pojazdów elektrycznych i hybrydowych we własnej flocie. W samym 2024 r. bank zwiększył liczbę samochodów z ekologicznym napędem o 238 aut, osiągając łącznie 1 061 pojazdów (w 2023 r. było to 823), w tym 950 aut hybrydowych i 111 w pełni elektrycznych. Tym samym Bank BNP Paribas zdobył pozycję lidera wśród banków w Polsce w zakresie ekologicznych flot, co potwierdza nagroda Eko Flota w kategorii „Flota Najbardziej Przyjazna Środowisku”, przyznana w ubiegłym roku przez Polski Związek Wynajmu i Leasingu Pojazdów.

Przechodząc na auta elektryczne, bank realizuje cele środowiskowe ze strategii GOBeyond na lata 2022-2025 oraz zaktualizowane cele strategii

elektryfikacji całej Grupy BNP Paribas. Ambicją banku jest całkowite wyeliminowanie samochodów z napędem diesla i benzynowym do końca 2025 r. na rzecz pojazdów z napędem alternatywnym.

Jednocześnie zespół floty Banku BNP Paribas aktywnie działa na rzecz poprawy bezpieczeństwa ruchu drogowego, budowania świadomości oraz empatii na drodze. Kluczowe inicjatywy to Akademia Bezpiecznej Jazdy – cykl szkoleń obejmujących doskonalenie techniki jazdy i znajomość przepisów drogowych oraz Akademia spod znaku BNP Paribas, dzięki której pracownicy mogą pogłębiać wiedzę z zakresu zasad ruchu drogowego, niezależnie od tego, czy posiadają samochód służbowy.

Bezpieczeństwo flot ma kluczowe znaczenie nie tylko dla ochrony zdrowia i życia kierowców, ale także dla efektywności operacyjnej organizacji. Odpowiednie szkolenia oraz nowoczesne rozwiązania pomagają minimalizować ryzyko wypadków, obniżyć koszty eksploatacyjne i budować kulturę odpowiedzialnej mobilności, wpisującą się w długoterminową strategię zrównoważonego rozwoju.



ELEKTROMOBILNOŚĆ

Polska stopniowo zmierza w kierunku elektryfikacji flot, ale wciąż z dużą ostrożnością. Tegoroczne wyniki, zwłaszcza w segmencie aut w pełni elektrycznych, wskazują na spowolnienie dynamiki transformacji energetycznej flot.

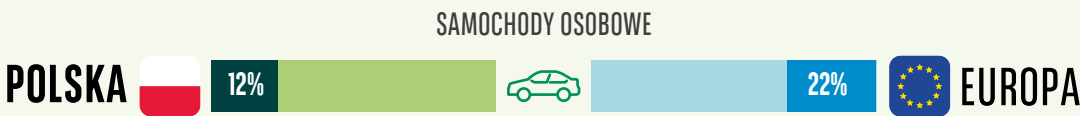
Obecnie, według deklaracji ankietowanych, co najmniej jedno osobowe auto BEV posiada 12%

firm – to aż o 1/3 mniej niż rok wcześniej. Mimo tego spadku, prognozy na najbliższe trzy lata sugerują, że udział elektryków w firmowych flotach może wzrosnąć do 25%. Podobne spowolnienie obserwujemy w innych krajach Europy, gdzie średnio 22% przedsiębiorstw korzysta z aut w pełni elektrycznych.

Co najmniej jeden wdrożony rodzaj napędu zelektryfikowanego (samochody osobowe)



Wdrożenie napędów elektrycznych (BEV)



TRANSFORMACJA ENERGETYCZNA FLOT W POLSCE I EUROPIE ULEGŁA SPOWOLNIENIU W 2025 ROKU. W NASZYM KRAJU 38% FIRM KORZYSTA Z POJAZDÓW OSOBOWYCH Z ZELEKTRYFIKOWANYMI NAPĘDAMI, W PORÓWNANIU Z 56% W CAŁEJ EUROPIE. DLA OBU RYNKÓW OZNACZA TO SPADEK WZGLĘDEM UBIEGŁEGO ROKU.

UDZIAŁ HYBRYD TYPU PLUG-IN (PHEV) ORAZ KLASYCZNYCH HYBRYD (HEV), WYNOSZĄCY PO 16%, POZOSTAJE W POLSCE NA STABILNYM POZIOMIE. NATOMIAST SAMOCCHODY W PEŁNI ELEKTRYCZNE (BEV) TRACĄ NA POPULARNOŚCI – ICH UDZIAŁ WŚRÓD BADANYCH SPADA Z 18% W 2024 ROKU DO 12%, CO JEST ZGODNE Z OGÓLNYM TRENDEM OBSERWOWANYM W EUROPIE.

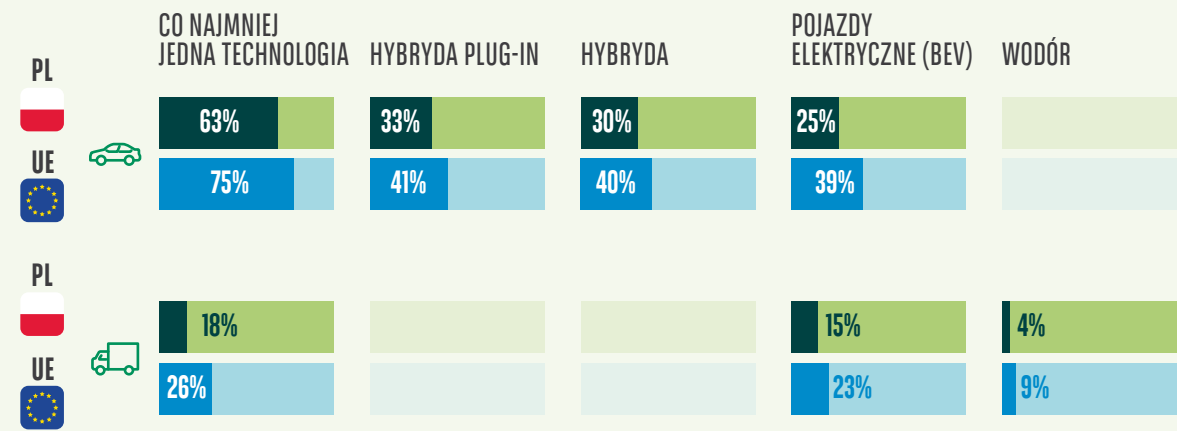
NA TLE EUROPY POLSKA WYRÓŻNIA SIĘ BARDZIEJ PRAGMATYCZNYM PODEJŚCIEM – FIRMY KIERUJĄ SIĘ PRZED E WSZYSTKIM KOSZTAMI, A NIE EKOLOGICZNYMI AMBICJAMI. AŻ 46% ANKIETOWANYCH WYBIERA ZELEKTRYFIKOWANE NAPĘDY W AUTACH OSOBOWYCH, BY OBIŻYĆ WYDATKI NA PALIWO.

MIMO DYNAMICZNEGO ROZWOJU INFRASTRUKTURY, NAIWIĘKSZĄ BARIERĄ DLA ROZWOJU ELEKTROMOBILNOŚCI W OCZACH FLOTOWCÓW WCIĄŻ POZOSTAJE OGRANICZONY DOSTĘP DO PUBLICZNYCH PUNKTÓW ŁADOWANIA, CHOĆ WYSOKA CENA POJAZDÓW ELEKTRYCZNYCH JEST NIEMAL RÓWNIE ISTOTNA.

W przypadku hybryd plug-in (PHEV), obecnie używa ich 16% polskich firm, a w perspektywie trzech lat ten odsetek może się nawet podwoić. Co ciekawe, choć to właśnie PHEV straciły najwięcej na popularności w ubiegłym roku, tegoroczne badanie pokazuje, że ich pozycja się ustabilizowała.

Podobny wzrost prognozowany jest dla klasycznych hybryd (HEV) – dziś w swoich flotach posiada je 16% firm, ale w ciągu trzech lat ich udział może wzrosnąć nawet do 30%.

Plany wdrożenia napędów alternatywnych we flotach w perspektywie 3 lat

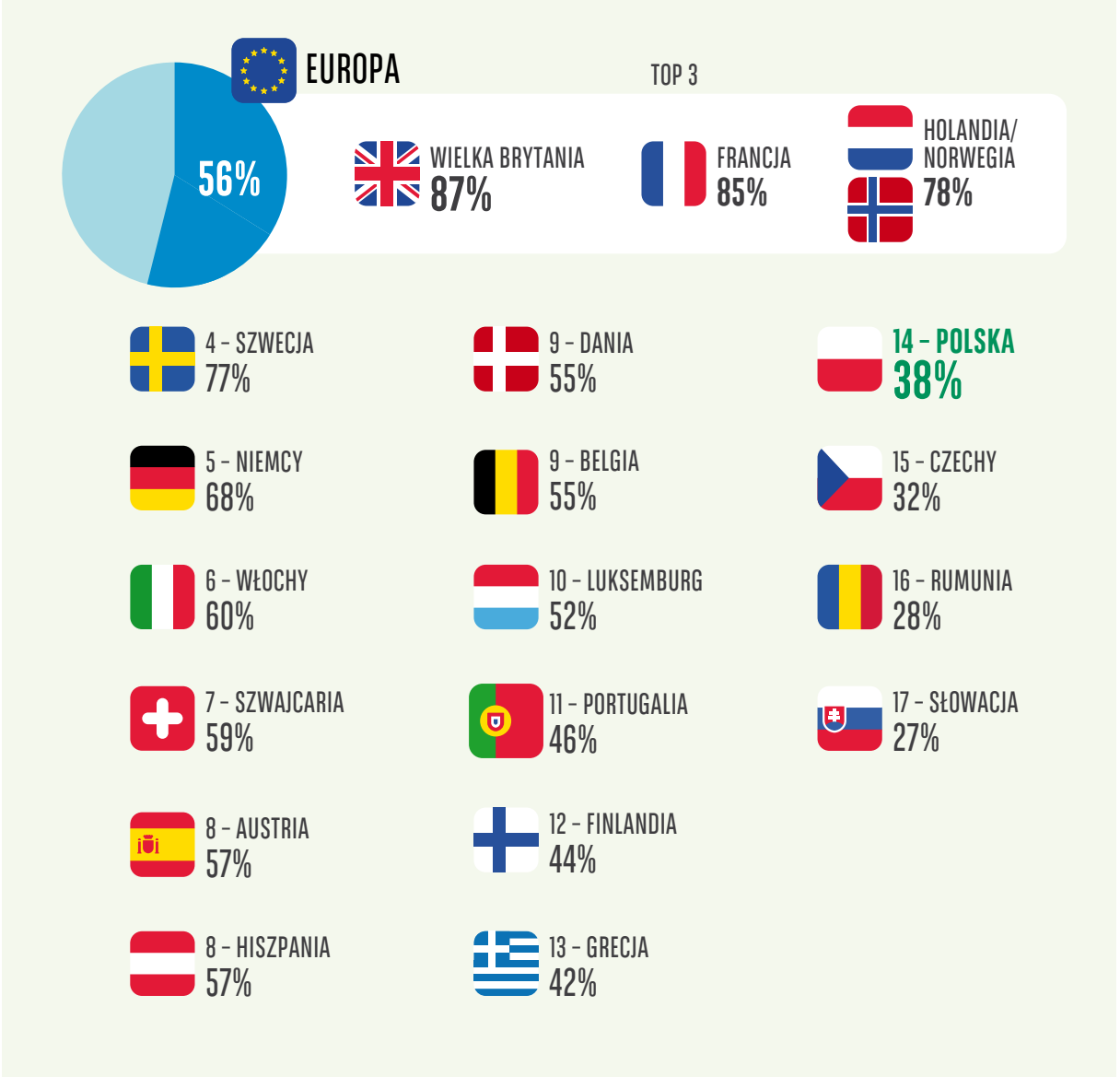


Auta dostawcze zasilane wyłącznie energią elektryczną są wciąż rzadkością w polskich flotach. Korzysta z nich 4% przedsiębiorstw biorących udział w badaniu i wynik ten utrzymuje się od kilku lat na zbliżonym poziomie, choć ankietowani deklarują, że w ciągu trzech lat 15% flot może korzystać z aut eLCV.

Pod względem wdrożenia alternatywnych napędów (BEV, HEV, PHEV) we flotach, pozycja Polski nie zmienia się – cały czas nasz kraj znajduje

się na dole listy krajów europejskich, w których przeprowadzane było badanie. Łącznie z napędów innych niż spalinowe korzysta 38% badanych firm, co daje nam 14. miejsce na 20 badanych krajów. Jest to wynik gorszy o 5 punktów procentowych niż w 2024 roku, ale trend spadkowy widoczny jest w wielu innych krajach Europy. Są jednak kraje, w których firmy powoli, ale stabilnie rozbudowują zelektryfikowane floty, jak Wielka Brytania i Francja – liderzy zestawienia.

Poziom wdrożenia napędów alternatywnych (BEV, HEV, PHEV) w Europie



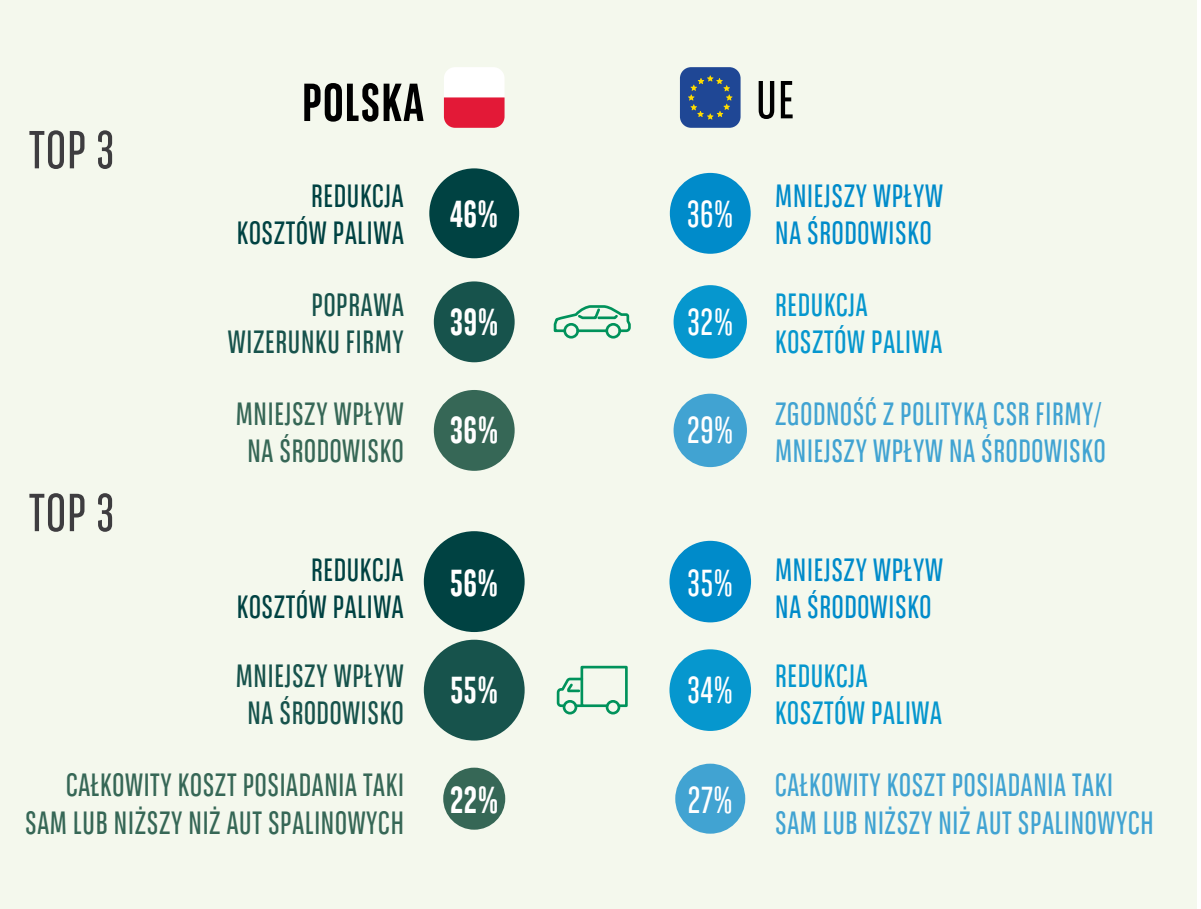
Negatywny trend związany z mniejszą gotowością do wdrażania alternatywnych napędów widać we wszystkich grupach polskich przedsiębiorstw, oprócz średniej wielkości firm. Tu już 44%

ankietowanych posiada we flotach co najmniej jedno auto osobowe ze zelektryfikowanym napędem, a w perspektywie trzech lat wynik ten może wzrosnąć do 74%.

Motywacje stojące za transformacją energetyczną flot w Polsce wyraźnie różnią się od tych dominujących w Europie. Podczas gdy na poziomie europejskim kluczowym argumentem jest ograniczenie negatywnego wpływu na środowisko (36%), w Polsce priorytetem pozostają kwestie ekonomiczne – dla 46% fleet managerów elektryfikacja flot to przede wszystkim sposób na redukcję kosztów paliwa. Na drugim miejscu znajduje się poprawa wizerunku firmy (39%), a dopiero na trzeciej pozycji względy ekologiczne (36%).

W przypadku pojazdów dostawczych priorytety wyglądają nieco inaczej. Ponad połowa ankietowanych wskazuje na oszczędności związane z paliwem, a niemal taka sama grupa dostrzega korzyści ekologiczne. Trzecim najczęściej wymienianym argumentem za elektromobilnością jest porównywalny lub niższy całkowity koszt posiadania pojazdu elektrycznego (TCO) względem auta spalinowego – wskazuje na to 22% respondentów.

Jakie czynniki zachęcają do wdrożenia alternatywnych napędów we flocie?



Mimo rosnącej świadomości korzyści płynących z elektryfikacji flot, droga do pełnej transformacji nie jest wolna od wyzwań. Choć firmy dostrzegają oszczędności i pozytywny wpływ na wizerunek, nadal mierzą się z wieloma barierami, które spowalniają rozwój elektromobilności. Co zatem stoi na przeszkodzie szybszemu przechodzeniu na pojazdy elektryczne?

Jednym z kluczowych problemów pozostaje infrastruktura ładowania. Liczba publicznie

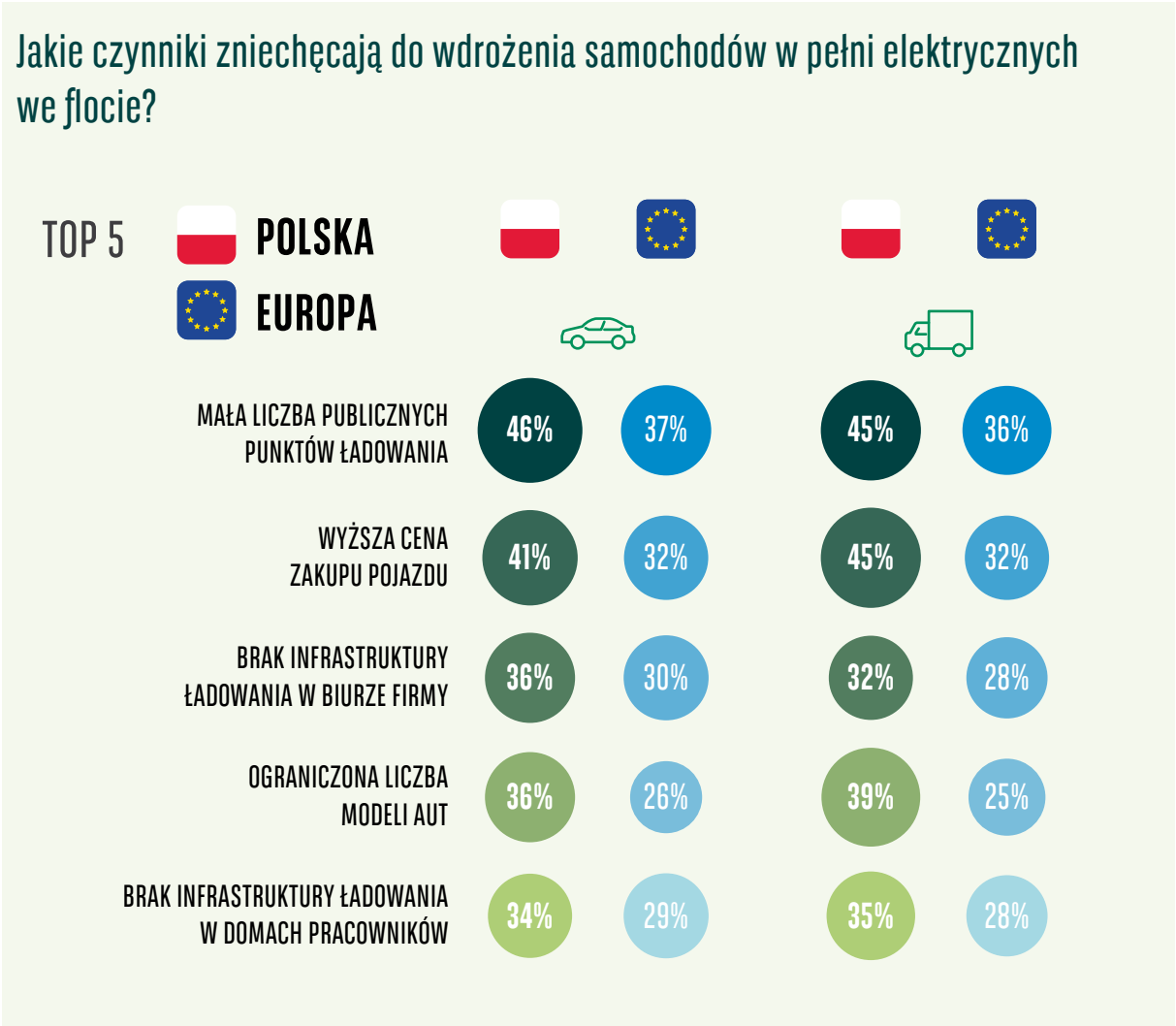
dostępnych punktów ładowania pojazdów elektrycznych przekroczyła w Polsce 9300 (dane Polskiego Stowarzyszenia Nowej Mobilności z marca 2025 r.). Według statystyk Polskiego Związku Przemysłu Motoryzacyjnego, na koniec marca było w Polsce zarejestrowanych niemal 79 tys. elektrycznych samochodów osobowych, co oznacza, że jeden publiczny punkt ładowania przypadał na 8,5 samochodu.

Choć te liczby mogą robić wrażenie, nie przekonują one osób zarządzających flotami firmowymi. Niedostateczna liczba publicznych stacji ładowania to największa bariera we wdrażaniu aut elektrycznych w polskich przedsiębiorstwach. Wskazało ją 46% ankietowanych w odniesieniu do aut osobowych i 45% w przypadku pojazdów dostawczych. Podobny problem dostrzegają fleet managerowie w innych krajach Europy, jednak skala tego wyzwania jest tam nieco mniejsza – na niedostateczną infrastrukturę wskazało średnio 37% respondentów.

Wyższa cena zakupu okazuje się największą barierą dla 41% polskich respondentów, którzy nie

zdecydowali się na korzystanie z osobowych aut elektrycznych, a 45% w przypadku samochodów eLCV. Niemal 40% ankietowanych odrzuciło elektryczne auta dostawcze ze względu na ograniczoną liczbę modeli dostępnych na rynku. Z kolei w przypadku pojazdów osobowych tę odpowiedź wybrało 36% osób zarządzających flotami, na równi z brakiem infrastruktury ładowania w siedzibie firmy.

Dla około 35% respondentów najistotniejszym wyzwaniem związanym z wdrażaniem elektromobilności jest brak infrastruktury ładowania w domach pracowników.

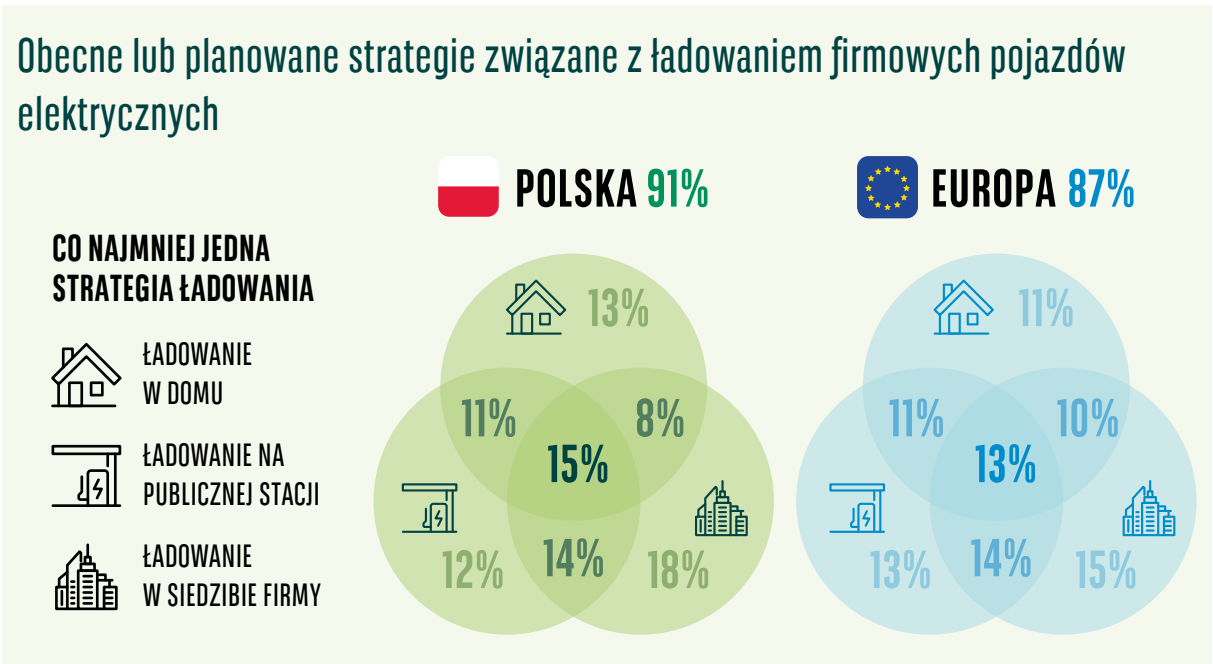


Skoro infrastruktura ładowania jest tak często wymieniana jako kluczowa bariera, jak do tego tematu podchodzą firmy w Polsce? Aż 91% z nich ma lub zamierza w przyszłości stworzyć strategię związane z ładowaniem pojazdów. Taki wynik

plasuje nas w europejskiej czołówce. Spośród tych firm aż 55% zamierza umieścić punkty ładowania w swoich siedzibach (w tym 18% wskazuje to rozwiązanie jako wyłączną strategię ładowania). Aż 52% respondentów wdrożyło lub planuje

włączenie publicznych punktów ładowania do swoich strategii (12% jako jedyne rozwiązanie). Z kolei 47% przedsiębiorstw deklaruje chęć

wsparcia ładowania pojazdów w domach pracowników (13% jako jedyne rozwiązanie).

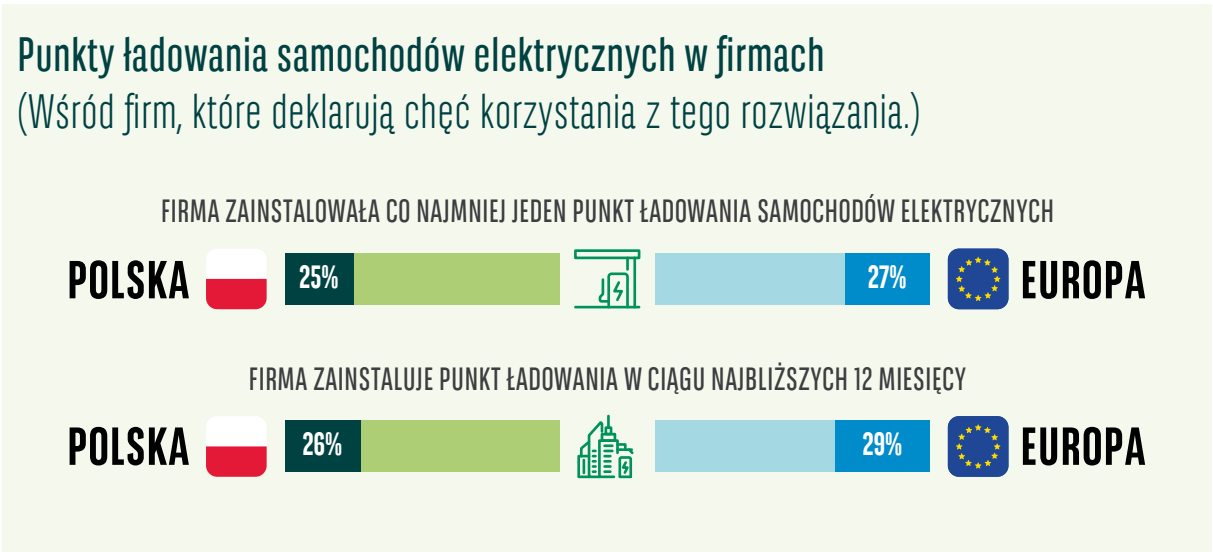


Spośród polskich firm, które chcą udostępniać pracownikom punkty ładowania w swoich siedzibach, co czwarta już zainstalowała takie rozwiązanie, a kolejne 26% chce to zrobić w ciągu najbliższego roku. Aż 58% respondentów zakłada, że pracownicy będą płacić za ładowanie auta w siedzibie firmy.

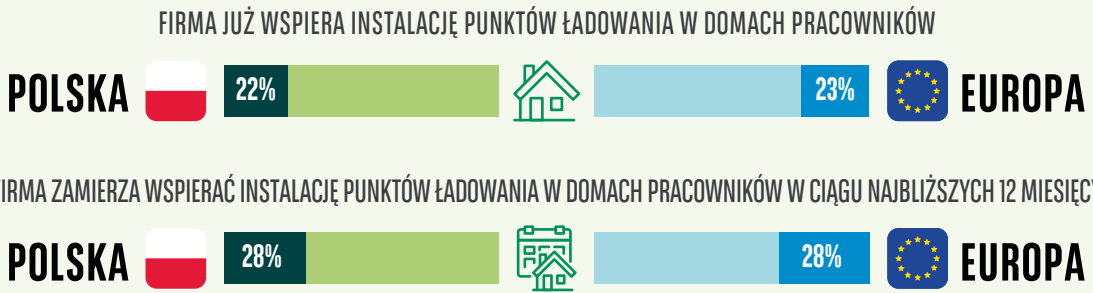
W przypadku przedsiębiorstw, które zakładają w swych strategiach wsparcie instalacji punktów ładowania w domach pracowników, co piąte ma już za sobą pierwsze zamontowane stacje,

a 28% chce to zrobić w ciągu nadchodzących 12 miesięcy. Mniej więcej po 1/3 rozkłada się odsetek firm, które będą zwracać koszty ładowania auta w domu w całości, częściowo albo zakładają, że pracownicy będą sami płacić za wykorzystaną energię.

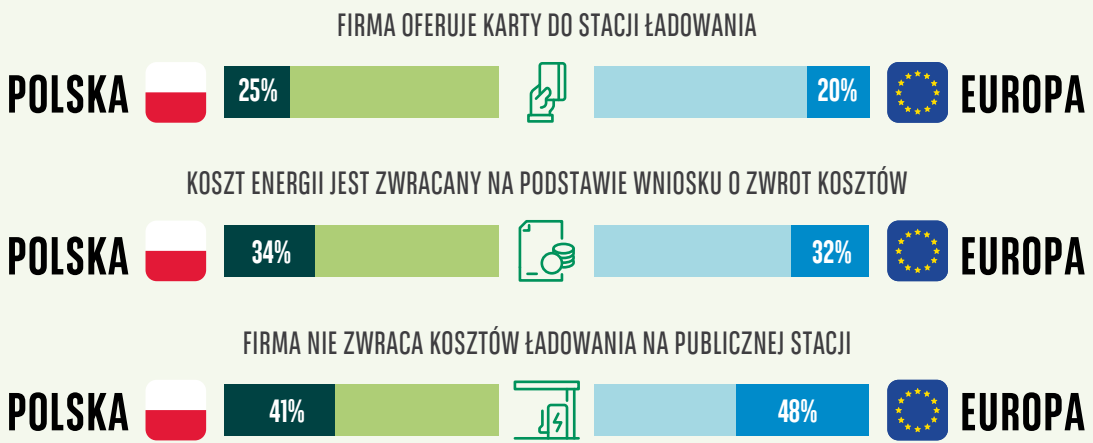
Natomiast w strategiach ładowania aut służbowych w publicznych punktach niemal 60% ankietowanych zakłada całkowity lub częściowy zwrot kosztów poniesionych przez kierowcę.



Wsparcie instalacji punktów ładowania samochodów elektrycznych w domach pracowników (Wśród firm, które deklarują chęć korzystania z tego rozwiązania.)



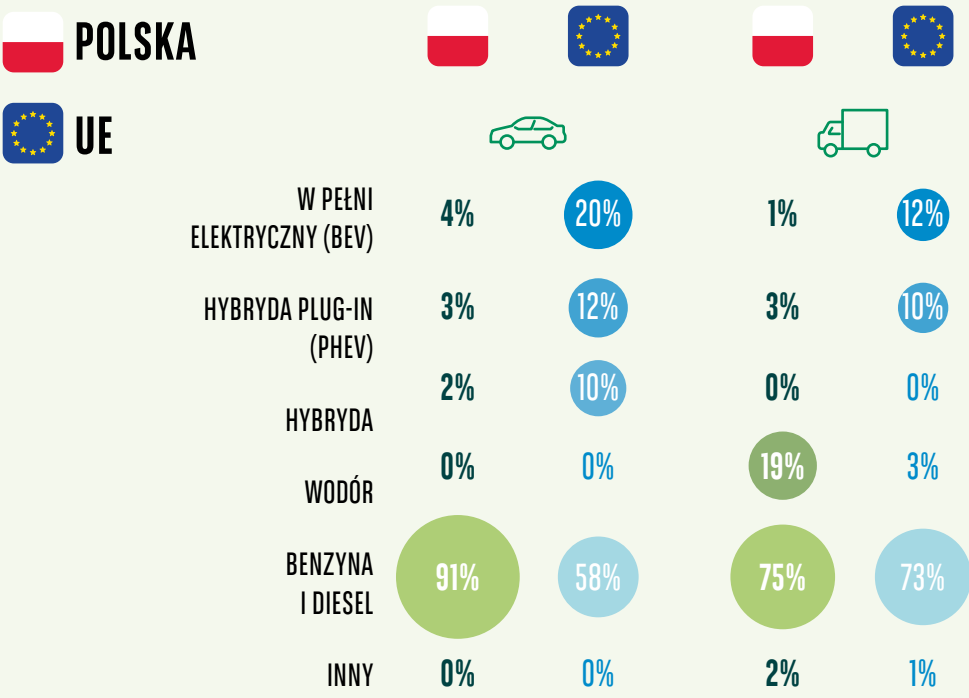
Polityka kosztowa związana z korzystaniem z publicznych punktów ładowania przez pracowników



Respondenci „Barometru Flotowego” nie spodziewają się w najbliższych latach istotnych zmian w strukturze źródła energii dla napędów pojazdów, którymi zarządzają. Według ich prognoz samochody spalinowe nadal będą dominować – w segmencie aut osobowych mają stanowić 91% całkowitej floty. Taki scenariusz wypada wyjątkowo pesymistycznie na tle średniej europejskiej.

W krajach UE ankietowani przewidują, że w ciągu trzech lat ponad 40% samochodów osobowych będzie miało alternatywne napędy, a w przypadku aut dostawczych odsetek ten sięgnie 25%.

Szacowany udział poszczególnych napędów we flotach w ciągu trzech lat



Katarzyna Strzegowska Dyrektor

ZARZĄD TRANSPORTU MIEJSKIEGO
W WARSZAWIE



Chcemy, aby komunikacja miejska w Warszawie była przyjazna środowisku, dlatego też sukcesywnie wymieniamy tabor na nowy – spełniający wszystkie niezbędne normy. Warszawiaków wożą obecnie ponad 194 autobusy elektryczne, 70 z napędem hybrydowym, 418 zasilanych gazem oraz 5 autobusów na biodiesel. Również autobusy z silnikami diesla (1149) spełniają rygorystyczne wymogi normy EURO VI.

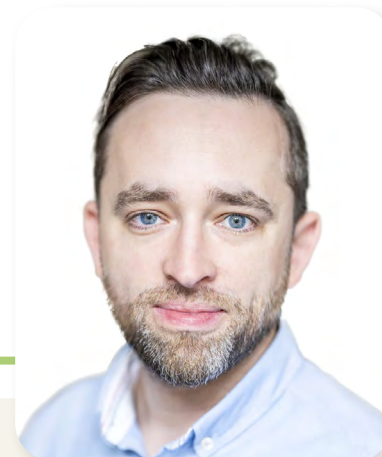
Transport szynowy jest z natury ekologiczny i niskoemisyjny. Dodatkowo, warszawskie tramwaje oraz pociągi metra i Szybkiej Kolei Miejskiej odzyskują energię! Krótko mówiąc, komunikacja miejska to czysta ekologia, ale też ekonomia. Podróżowanie transportem publicznym jest znacznie tańsze niż prywatnymi środkami transportu.

Dlatego zachęcamy wszystkich do zmiany nawyków – szczególnie tych, którzy codziennie przeemieszczają się do pracy. Przygotowaliśmy dla takich osób specjalną propozycję. Po pierwsze WTP Biznes – to oferta skierowana do pracodawców, dzięki której mogą dofinansować swoim pracownikom bilet WTP. Po drugie – umożliwiliśmy zakup biletów poprzez platformy benefitowe, co także wiąże się z możliwością dofinansowania ich zakupu.

Działania związane z ekologią i innowacyjnością realizujemy także w Zarządzie Transportu Miejskiego. Dlatego też stawiamy na elektryczne samochody. Już lada chwila flota Zarządu Transportu Miejskiego powiększy się o siedem nowych, elektrycznych pojazdów, które zastąpią używane dotąd samochody spalinowe. Te decyzje to nie tylko działanie proekologiczne, ale także proekonomiczne, bowiem samochody elektryczne to niższe koszty eksploatacji i utrzymania. Warto zaprzyjaźnić się z elektrycznymi pojazdami – nie tylko po to, by dostosować się do nadchodzących zmian, ale także po to, by w pełni wykorzystać potencjał nowoczesnych rozwiązań transportowych, jednocześnie ciesząc się wygodą i komfortem.

Aleksander Szałański Manager

FUNDACJA PROMOCJI POJAZDÓW
ELEKTRYCZNYCH (FPPE)



W ostatnich latach obserwowaliśmy w Polsce duże zainteresowanie pojazdami hybrydowymi. W porównaniu z krajami Unii Europejskiej, polskie firmy częściej decydowały się na ich zakup, upatrując w nich sposobu na obniżenie kosztów. Okazało się to jednak ślepą uliczką. Od 1 stycznia 2025 roku wprowadzono nową wersję normy Euro 6e-bis, która zmieniła zasady testowania emisji spalin dla pojazdów hybrydowych, co urealniło ocenę ich wpływu na środowisko i spowodowało, że stały się znacznie mniej „ekologiczne”, a co za tym idzie, także opłacalne. Dotychczasowe testy opierały się na założeniu, że kierowcy korzystają głównie z silnika elektrycznego, co rzadko odpowiadało rzeczywistości. Zmianie uległ tzw. współczynnik użyteczności, który odzwierciedla proporcje w wykorzystaniu obydwu rodzajów napędów oraz trasa, na której prowadzone są testy, została wydłużona z 800 do 2200 km.

Pozwala to na uwzględnienie rzeczywistego zużycia paliwa i emisji CO₂. Badania wykazały, że realne emisje z hybryd są 3-5-krotnie wyższe, niż wynikało to z dotychczasowych danych homologacyjnych. Ich producenci i użytkownicy nie będą już mogli liczyć na preferencyjne traktowanie w regulacjach emisji CO₂. Z „Barometru Flotowego” wynika, że główne motywacje do przejścia na pojazdy elektryczne to niższe koszty paliwa (46%), lepszy wizerunek firmy (39%) i mniejsze oddziaływanie na środowisko (36%). W przypadku każdego z nich, lepszym rozwiązaniem będzie pojazd baterijny, w pełni elektryczny, a do tego idealnie też własne źródło taniej energii z OZE.

Choć świadomość potrzeby dekarbonizacji wśród polskich firm rośnie, to jedynie niewielki odsetek (8%) wyznacza sobie obecnie konkretne cele w tym zakresie. Szczególnie istotne jest to w kontekście elektryfikacji lekkich pojazdów dostawczych, gdzie postęp w Polsce jest wyraźnie wolniejszy niż w innych krajach Unii Europejskiej.

To stan o tyle niezrozumiały, że wiele z tych pojazdów wykorzystywanych jest do tzw. dostaw ostatniej mili, na terenie obszarów miejskich, gdzie pojazdy elektryczne sprawdzają się idealnie, trasy są na tyle krótkie, że nie wymagają dodatkowego ładowania, a nawet jeśli, to infrastruktura ładowania jest łatwo dostępna. Już dziś całkowity koszt posiadania (TCO, eng. total cost of ownership) dla elektrycznych dostawczaków jest niższy niż dla ich spalinowych odpowiedników. Elektryfikację branży kurierskiej i dostawczej spowalnia model współpracy oparty na jednoosobowych działalnościach gospodarczych (JDG), gdzie wyższy koszt zakupu elektryków stanowi poważną barierę finansową. Duże firmy powinny aktywniej wspierać swoich podwykonawców w tym procesie, zwłaszcza że zgodnie z dyrektywą CSRD będą musiały raportować nie tylko własne emisje (Scope 1 i 2), ale także te generowane w łańcuchu wartości (Scope 3), obejmujące emisje podwykonawców.

Firmy, które postawią na elektryfikację floty wcześniej, zminimalizują przyszłe obciążenia, a wciąż mają jeszcze szansę skorzystać z dostępnych ulg oraz dopłat (np. w przypadku pojazdów ciężarowych czy infrastruktury ładowania).

Karol Jelonek Kierownik Działu Sprzedaży Flotowej FORD POLSKA



Ford Pro, czyli część naszej marki, odpowiedzialna za sprzedaż pojazdów dostawczych, kończy kolejny już 9. rok z rzędu jako lider sprzedaży samochodów dostawczych w Europie! Udział firmy w tym rynku wyniósł w 2024 roku 15,4%. Jest to informacja o tyle istotna dla nas lokalnie, że w Polsce nasz przewidywany wzrost w segmencie LCV w roku 2025 przewyższa średnią europejską. Oznacza to, że popyt na samochody dostawcze w Polsce będzie dynamicznie rosnąć. Jednocześnie kluczowe będzie dostosowanie oferty do zmieniających się potrzeb rynku.

Choć dane z „Barometru Flotowego” pokazują, że prognoza wzrostu sprzedaży pojazdów LCV w Polsce jest bardzo dobra, to sytuacja wygląda zupełnie inaczej w przypadku elektrycznych aut użytkowych (eLCV). Tylko 15% firm w Polsce (vs. 23% w Europie) rozważa wykorzystanie elektrycznych pojazdów dostawczych w swojej flocie. Oznacza to, że rynek musi jeszcze dojrzeć do szerszej adaptacji elektromobilności, a kluczowe bariery, takie jak infrastruktura ładowania czy świadomość korzyści płynących z użytkowania eLCV, wymagają dalszej edukacji. Wśród 4% firm, które już posiadają pojazdy eLCV we flotach, bardzo często spotkamy auta marki Ford i finansowanie przez Arval.

Ford konsekwentnie realizuje swoje cele związane z elektryfikacją floty samochodów użytkowych. Już kilka lat temu określiliśmy jasną strategię – do 2024 roku, cała gama naszych pojazdów dostawczych miała mieć pełną zdolność do jazdy niskoemisyjnej. Oznacza to, że każdy z modeli, który można zakupić obecnie w salonach marki Ford, występuje już w wersji napędu BEV lub PHEV. Z kolei w przypadku modelu Custom klienci mogą

wybierać spośród obu tych wariantów, a także klasycznej wersji z silnikiem Diesla.

Mając na uwadze powyższe, poza kluczowym celem, jakim jest wprowadzenie pełnej gamy pojazdów elektrycznych i zelektryfikowanych do naszego portfolio samochodów dostawczych, koncentrujemy się także na dostarczaniu usług ułatwiających klientom pierwsze kroki w elektromobilności. Jedną z nich jest wynajem długoterminowy aut, dostępny w naszych salonach w ramach programu „Ford Wynajem” i współpracy z Arval.

Usługa wynajmu długoterminowego z pełną obsługą jest dobrze znanym i powszechnie wykorzystywanym rozwiązaniem w dużych flotach, ale coraz częściej korzystają z niej również klienci z sektora MŚP. W przypadku tych drugich, gdy dochodzi do sfinansowania pojazdów użytkowych, często wybieranym rozwiązaniem jest nadal leasing finansowy. Nie możemy jednak zapominać, iż pojazdy elektryczne są dalej nowością dla potencjalnych klientów, szczególnie z sektora MŚP i to właśnie tutaj program „Ford Wynajem” pokazuje swoje atuty.

Podobnie jak Arval, marka Ford mocno nakierowuje swoje działania na elektromobilność, udostępniając klientom pełne portfolio niskoemisyjnych pojazdów użytkowych. Łącząc powyższe doświadczenia oraz strategię, program Ford Wynajem pozwala już u dealera, wskazać potencjalnemu klientowi wszelkie pozytywne aspekty przejścia na samochody eLCV w porównaniu do wersji spalinowej, a także wskazać, jakie rozwiązanie będzie bardziej korzystne z perspektywy prowadzenia biznesu.

Iwona Mańkowska-Szyborska Senior Business Manager ARVAL SERVICE LEASE POLSKA SP. Z O.O.



Tegoroczna edycja Barometru Flotowego wskazuje na rosnące zainteresowanie lekkimi samochodami dostawczymi w polskich flotach. Co więcej, elektryczne lekkie pojazdy dostawcze (eLCV), które jeszcze kilka lat temu były jedynie ciekawostką, dziś stają się realną alternatywą dla tradycyjnych pojazdów dostawczych, coraz śmielej wjeżdżając do miast. Obecnie już 15% firm w Polsce rozważa wykorzystywanie elektrycznych aut dostawczych.

Skąd wynika to zainteresowanie? Przede wszystkim z rosnącej presji na ograniczanie emisji w transporcie – szczególnie w dużych aglomeracjach, gdzie powstają strefy czystego transportu. Coraz więcej firm chce też budować ekologiczny wizerunek, a rozwój e-commerce sprawia, że potrzeba dostaw „na ostatniej mili” rośnie z miesiąca na miesiąc.

Ale sama chęć nie wystarczy. Wdrażanie eLCV w miejskiej logistyce wciąż wiąże się z konkretnymi wyzwaniami. Ograniczony zasięg, niewystarczająca liczba stacji ładowania, wyższa cena zakupu – to wszystko sprawia, że dla wielu przedsiębiorców przejście na „elektryki” jest jeszcze dość trudne do uzasadnienia ekonomicznie. Do tego dochodzi skromna oferta modelowa, zwłaszcza w segmencie aut dostosowanych do intensywnej pracy w miastach.

Rosnąca popularność wynajmu długoterminowego jako modelu finansowania samochodów natomiast niewątpliwie przyczynia się do transformacji energetycznej flot dostawczych. Dzięki temu rozwiązaniu firmy mogą przenieść ryzyko

utraty wartości rezydualnej na firmę wynajmującą oraz równomiernie rozłożyć koszty w czasie, co zapewnia większą przewidywalność finansową. Wynajem pozwala także na zachowanie płynności finansowej i uniknięcie zamrażania środków w zakupionym pojeździe, co jest szczególnie istotne w przypadku eLCV, których ceny zakupu są znacznie wyższe niż ich spalinowych odpowiedników, a jednocześnie nie są objęte programem dofinansowania. Efektem tego trendu jest fakt, że już 30% dostawczych pojazdów finansowanych w Arval to modele elektryczne.

Co dalej? Prognozy są ostrożnie optymistyczne. W kolejnych latach udział eLCV we flotach miejskich ma rosnąć, szczególnie tam, gdzie będzie działać silna motywacja regulacyjna i finansowa. Duże znaczenie będzie mieć także rozwój infrastruktury oraz dalszy spadek cen technologii bateryjnych.

Czy rynek jest gotowy? Technicznie – coraz bardziej. Ale żeby eLCV naprawdę zdomowały się w polskich flotach, potrzebujemy czegoś więcej niż dobrych chęci: stabilnych regulacji, wsparcia dla firm, rozbudowy sieci ładowania i realnych zachęt finansowych. Dopiero wtedy elektryczne samochody dostawcze staną się standardem, a nie tylko ambitnym projektem przyszłości.

Aleksander Rajch Członek Zarządu

POLSKIE STOWARZYSZENIE NOWEJ MOBILNOŚCI

“



W pierwszym kwartale 2025 roku liczba rejestracji osobowych aut elektrycznych wyniosła 5107 szt. i wzrosła o 22% w porównaniu z analogicznym okresem ubiegłego roku. To generalnie bardzo pozytywny sygnał. W samym marcu wzrost wyniósł 36% r/r, a jeszcze wyższą dynamikę zanotowały tylko PHEV-y (73% w marcu, 55% w Q1), które pozwalają kierowcom odkryć zalety elektromobilności w rozwiązaniu kompromisowym.

Udział BEV-ów w rynku wynosi obecnie 3,6%. Z takim wynikiem Polska plasuje się nie tylko znacznie poniżej europejskiej średniej (16,9%), lecz także w ścisłym ogonie Europy pod względem elektryfikacji rynku. Na 31 rynków tylko w Chorwacji odsetek był niższy.

Gdyby udało się utrzymać obecną dynamikę wzrostu, w tym roku na drogi w Polsce wyjechałoby ponad 20 tys. nowych elektryków. Oznaczałoby to odbicie negatywnego trendu z 2024 r. i wzrost o 35% r/r. W ubiegłym roku w Polsce zarejestrowano 14,8 tys. nowych elektrycznych aut osobowych.

Aktualny skok popularności elektryków wynika z polityki rabatowej prowadzonej przez importerów – w przypadku niektórych marek przeceny przekraczają 30%. Widzimy więc wyraźny wpływ korzyści programu „NaszEauto” i urealnienia cen samochodów elektrycznych. W drugiej połowie roku, wraz z wyprzedaniem zapasów stockowych, ten efekt się jednak osłabi.

Obecne wzrosty mogłyby być większe i bardziej stabilne, gdyby program dopłat obejmował też spółki prawa handlowego, na które przypada obecnie 65% wszystkich rejestracji aut osobowych. Floty firmowe są więc pozbawione istotnego instrumentu finansowego, a tym samym możliwości zwiększania popytu na samochody elektryczne. Z naszych obserwacji wynika, że poza dofinansowaniem, głównym motywatorem flot do przedstawiania swoich parków na BEV-y są koszty eksploatacji, pod warunkiem posiadania odpowiedniej infrastruktury ładowania.

Polskie firmy transportowe czekają na ogłoszenie regulaminu dopłat do pojazdów ciężarowych kat. N2 i N3. Podobny program dopłat powinien obejmować pojazdy kat. N1 – lekkie auta dostawcze były objęte dofinansowaniem do 70 tys. zł w ramach programu „Mój Elektryk”, tymczasem nowy program „NaszEauto” na razie nie przewiduje dofinansowania tego typu pojazdów.



MOBILNOŚĆ PRACOWNIKÓW

POLSKIE FIRMY W WIĘKSZOŚCI NIE MAJĄ JESZCZE WDROŻONYCH ŻADNYCH POLITYK LUB DOSTĘPNYCH USŁUG MOBILNOŚCIOWYCH ALTERNATYWNYCH DLA TRADYCYJNIE ROZUMIANEGO SAMOCHODU SŁUŻBOWEGO.

W PERSPEKTYWIE TRZECH LAT NIEMAL 60% POLSKICH FIRM MOŻE KORZYSTAĆ Z TAKICH ROZWIĄZAŃ. NAJWIĘCEJ FIRM ROZWAŻA WPROWADZENIE W TYM CZASIE BUDŻETU NA MOBILNOŚĆ, WEWNĘTRZNEGO SYSTEMU CAR SHARINGU LUB WYNAJMU KRÓTKO-/ŚREDNIOTERMINOWEGO.

GŁÓWNYM POWODEM WDRAŻANIA USŁUG MOBILNOŚCIOWYCH SĄ FIRMOWE POLITYKI Z ZAKRESU CSR. W POLSCE WSKAZAŁO JE 62% ANKIETOWANYCH, A W EUROPIE 47%.

Polityki i usługi mobilnościowe, które mogą być alternatywą dla klasycznie rozumianego samochodu służbowego, od kilku lat coraz mocniej zaznaczają swoje miejsce w europejskich flotach. Pozwalają one nie tylko zoptymalizować koszty, ale też wspierają mobilność większej grupy pracowników i pozwalają zredukować negatywny wpływ flot na środowisko.

Polscy flotowcy od początku pozostawali wobec takich rozwiązań nieco nieufni i to nie zmieniło się przez cały 2024 rok. Odsetek polskich firm, które wdrożyły choć jedną politykę lub usługę mobilnościową, pozostaje na podobnym poziomie,

co w poprzedniej edycji badania – 36%. Tym, co bardziej zaskakuje, jest średni europejski wynik, który po raz pierwszy się obniżył. Obecnie połowa europejskich przedsiębiorstw korzysta z alternatyw dla samochodu służbowego przypisanego do użytkownika, podczas gdy w poprzedniej edycji było to 55%.

Nie zmienia to jednak faktu, że Polska zajmuje ostatnie miejsce w Europie pod względem wdrożenia polityk i usług mobilnościowych, takich jak budżet na mobilność, car sharing czy firmowe rowery. Nic nie zapowiada, by w najbliższych latach miało się to zmienić. Według deklaracji

MOBILNOŚĆ PRACOWNIKÓW – DEFINICJE

Polityki mobilnościowe



Zwrot kosztów transportu publicznego (częściowy lub całkowity)



Zwrot kosztów korzystania z prywatnego pojazdu (częściowy lub całkowity)



Budżet mobilnościowy: z góry określony przez pracodawcę budżet, pozwalający pracownikom na swobodny wybór środka transportu



Wynajem prywatny lub ekwiwalent wynagrodzenia (salary sacrifice): wynajem prywatny – pracownik wynajmuje samochód we własnym imieniu; ekwiwalent wynagrodzenia – wynajmuje go za pośrednictwem pracodawcy



Krótkoterminowy lub średnioterminowy wynajem pojazdu, aby zapewnić pracownikowi mobilność



Dopłata do samochodu prywatnego wykorzystywanego w celach służbowych (car or cash allowance): wybór użytkownika pomiędzy samochodem firmowym a dopłatą do wynagrodzenia, która rekompensować ma brak pojazdu służbowego i ponoszone koszty transportu

Rozwiązania mobilnościowe



Car sharing lub pojazdy wspólne bez przypisanego użytkownika: pula samochodów udostępnianych przez firmę, które można rezerwować i wykorzystywać do celów służbowych lub prywatnych



Ride sharing: umawianie się na wspólną podróż prywatnym samochodem prowadzonym przez jego właściciela, za darmo lub za opłatą, przy użyciu firmowej strony internetowej lub aplikacji



Car pooling: wspólna podróż samochodem, za którą pasażerowie płacą



Wynajem rowerów: rozwiązanie oferowane pracownikom przez firmę



Współdzielenie rowerów: rozwiązanie oferowane przez firmę



Wynajem hulajnóg i skuterów: rozwiązanie oferowane przez firmę



Aplikacja dostarczana przez firmę pracownikom do rezerwowania różnych rozwiązań mobilnościowych



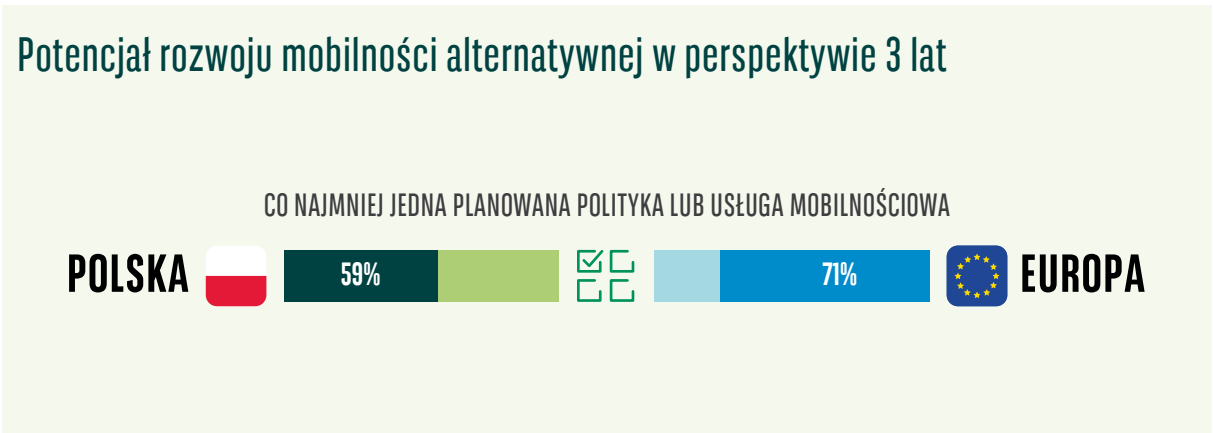
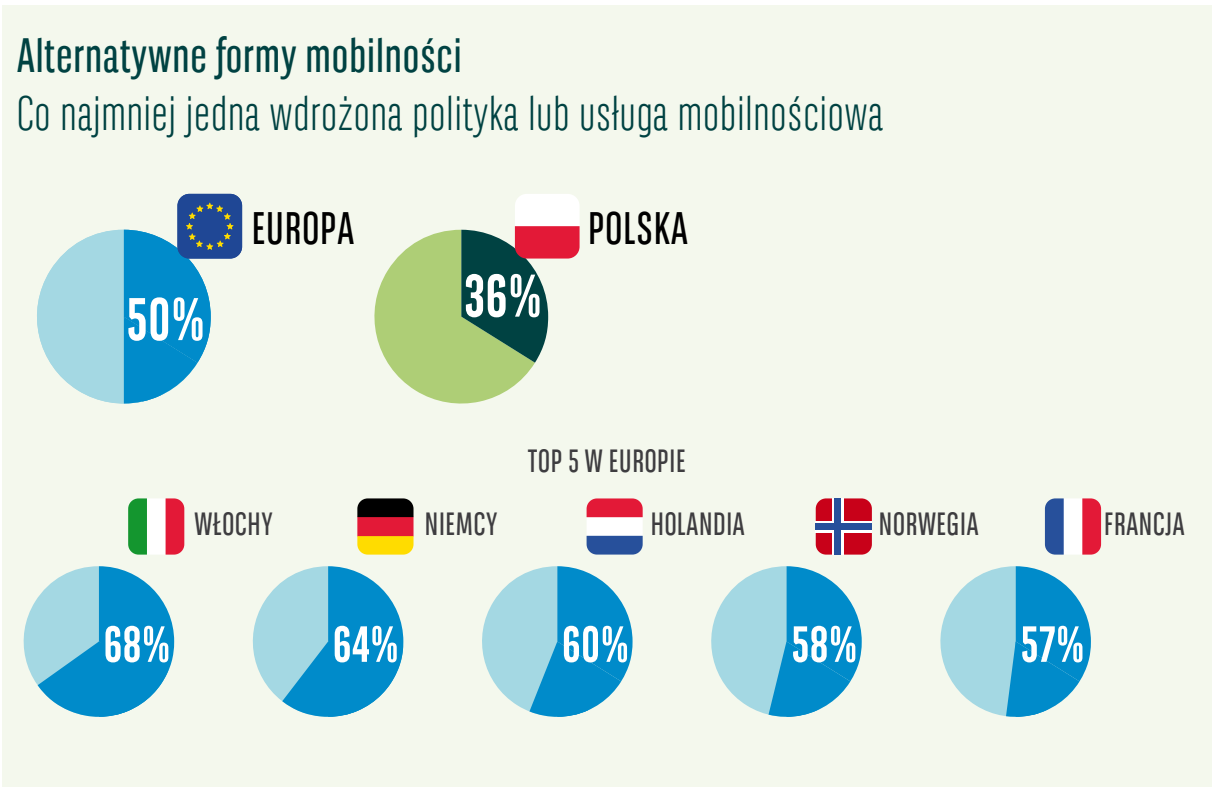
Karta mobilnościowa udostępniana przez firmę pracownikom do opłacania wydatków związanych z transportem, przemieszczaniem się

ankietowanych, w ciągu trzech lat odsetek firm korzystających w Polsce z tych rozwiązań może osiągnąć poziom 59%, co pozostaje wynikiem niższym niż w innych badanych krajach.

Co ciekawe, wykorzystanie alternatywnych form mobilności cały czas rośnie w mniejszych firmach, zatrudniających do 99 osób. W 2025 roku już 37% z nich ma choć jedną wdrożoną politykę lub usługę mobilnościową, a to oznacza dwa razy lepszy

wynik niż jeszcze dwa lata wcześniej. Tymczasem największe przedsiębiorstwa, zatrudniające ponad 500 osób, regularnie wycofują się z takich rozwiązań. Obecnie 38% z nich korzysta z alternatywnych form mobilności pracowników, a jeszcze dwa lata temu było to 50%.

W Europie najlepszym wynikiem w tym obszarze mogą pochwalić się Włochy, Niemcy i Holandia – każdy z tych krajów przekroczył poziom 60%.

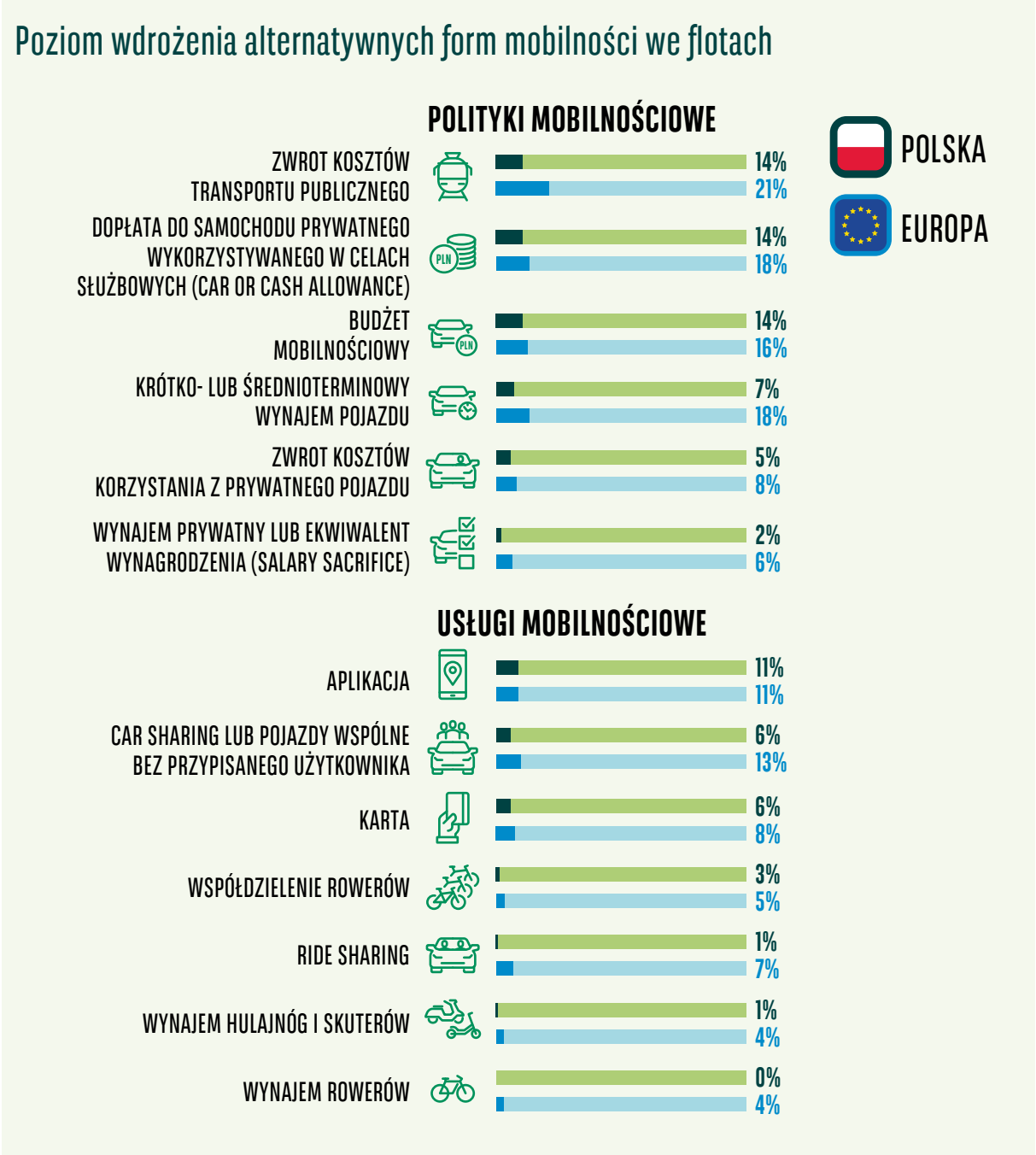


W tym roku autorzy badania „Barometr Flotowy” po raz pierwszy zastosowali podział alternatyw dla samochodu służbowego w firmach na polityki i usługi mobilnościowe. Wśród polityk dominują trzy rozwiązania – każde stosowane przez

14% przedsiębiorstw: zwrot kosztu transportu publicznego, budżet mobilnościowy oraz dopłata do samochodu prywatnego wykorzystywanego w celach prywatnych (car or cash allowance).

Z kolei wśród usług mobilnościowych zdecydowanie dominują aplikacje do rezerwowania różnych środków transportu, które wdrożyło 11% polskich firm. Inne rozwiązania mają marginalne

znaczenie, a pierwszą trójkę dopełniają car sharing z wynikiem 6% i współdzielenie rowerów dostępne w 3% firm.



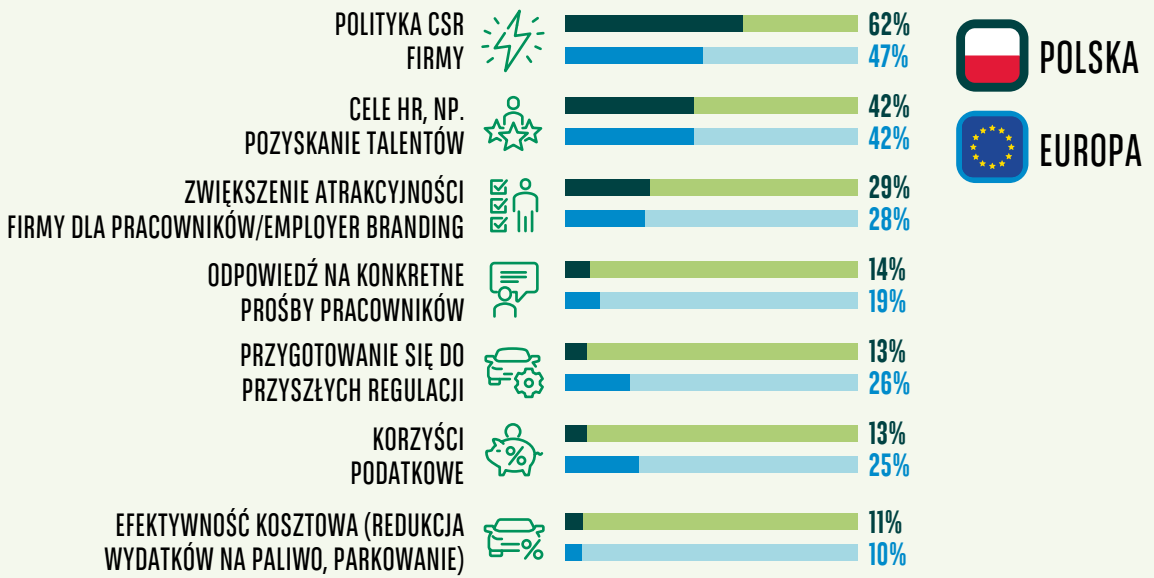
Deklaracje ankietowanych pokazują, że w ciągu kolejnych trzech lat niektóre polityki i usługi mają spory potencjał wzrostu. Udział firm wykorzystujących budżety mobilnościowe może się podwoić – do poziomu 28%. Spodziewany jest też duży wzrost korzystania z wynajmu krótko- lub średnioterminowego (z 7% obecnie do poziomu 19% w 2028 roku).

Usługi mobilnościowe, które mogą zyskać na popularności w najbliższych latach to głównie systemy car sharingu wewnątrz firmy (przewidywany trzykrotny wzrost w ciągu trzech lat), ride sharing (potencjalny wzrost udziału z 1% do 12%) i karty do płatności za środki transportu (z 6% obecnie do 15% w 2028 roku).

W tegorocznym badaniu zmienił się główny powód wdrażania alternatywnych form mobilności podawany przez polskie firmy. Rok temu były to przede wszystkim cele związane z kwestiami kadrowymi. Obecnie aż 62% ankietowanych wskazuje politykę CSR firmy jako główny

powód korzystania z usług mobilnościowych. Dla 42% respondentów najistotniejsze w tej kwestii są cele HR, np. rekrutacja talentów lub utrzymanie najlepszych pracowników. Z kolei 29% przedsiębiorstw chce w ten sposób zwiększać swoją atrakcyjność na rynku pracy.

Przyczyny wdrożenia lub rozważania wdrożenia usług mobilnościowych w firmie



Łukasz Banach
CEO
HOPCITY

Rok 2025, po dynamicznym 2024 roku, wydaje się kontynuować dobrą passę dla rozwoju rynku flotowego w Polsce – w tym flot opartych o mikromobilność.

Jak wynika z najnowszych badań, Polska plasuje się już na drugim miejscu w Europie (tuż za Holandią) pod względem wykorzystania rowerów w codziennych dojazdach. Aż 36% respondentów deklaruje korzystanie z roweru co najmniej dwa razy w tygodniu, co świadczy o ogromnym potencjale tego środka transportu. Jednocześnie, w porównaniu do wielu krajów zachodniej Europy, liczba firm oferujących i korzystających z takich flot jest kilkakrotnie niższa.

Ten zmieniający się trend uwidacznia się w tym, jak firmy podchodzą do flot rowerowych i skutrowych. Ostatni rok przyniósł między innymi znaczący wzrost zainteresowania rowerami jako benefitem pracowniczym. Kluczowe wydają się dwa czynniki: firmy chcą wyróżnić się na rynku pracy, oferując unikalny benefit w postaci elektrycznego roweru lub skutera, a jednocześnie obserwujemy trend powrotu do pracy stacjonarnej – często w modelu hybrydowym, ale z regularną obecnością w biurze – co zwiększa zapotrzebowanie na elastyczne środki transportu, takie które pozwalają zaoszczędzić czas, dają frajdę z jazdy i przynoszą korzyści dla zdrowia.

Choć kwestie samego ESG nieco straciły na znaczeniu jako główny motywator budowy flot w 2024 roku, to programy motywacyjne oraz działania CSR związane z ochroną środowiska zyskują na popularności. Firmy coraz częściej decydują się na udostępnienie pojazdów szerszemu gronu pracowników.

Dla przedsiębiorców kluczowa staje się kompleksowość i automatyzacja usługi – od finansowania, przez serwis, aż po infrastrukturę do ładowania – najlepiej w formie jednego, bezobsługowego pakietu. Rośnie również znaczenie bezpieczeństwa ładowania baterii i łatwości uzupełniania zasięgu pojazdów.

Hop.City wychodzi naprzeciw tym potrzebom, oferując inteligentne pojazdy z systemami IoT oraz w pełni zautomatyzowany najem dla firm i pracowników. Unikalne urządzenia Hop.Charger dodatkowo zapewniają bezpieczne ładowanie i wymianę baterii. Nasza współpraca z Arval pozwala na dostarczenie kompleksowej usługi – od najmu po pełną obsługę, serwis i branding.

Jakub Kotlarski Project Manager, Decarbonization Specialist DECATHLON



W Decathlon zrównoważony rozwój stanowi integralną część strategii firmy. W trosce o środowisko, stale monitorujemy i redukujemy nasz ślad węglowy we wszystkich obszarach działalności – w tym w zakresie mobilności pracowników. Przez ostatnie lata podjęliśmy szereg kroków, które mają zachęcić naszych pracowników do wyboru aktywnych środków transportu jako metody dotarcia do pracy. Decydując się na tę ścieżkę, zależało nam nie tylko na zmniejszeniu emisji CO₂, ale również ułatwianiu dostępu do sportu oraz promowaniu zdrowszego stylu życia.

W ramach promowania aktywnych dojazdów do pracy, wprowadziliśmy system motywacyjny, w którym nagradzamy finansowo pracowników za każdy kilometr pokonany siłą własnych mięśni – np. pieszo, rowerem, hulajnogą. Aktywności te monitorujemy przy pomocy aplikacji, która oblicza również redukcję śladu węglowego. Stale rozbudowujemy i modernizujemy infrastrukturę rowerową, zapewniając bezpieczne miejsca do przechowywania rowerów. W każdej jednostce Decathlon pracownicy mają również do dyspozycji flotę rowerów i hulajnóg, która cieszy się dużym zainteresowaniem – w 2024 roku dokonano ponad 2000 wypożyczeń. Zainspirowani popularnością tego benefitu, zdecydowaliśmy się wejść we współpracę z Arval Polska i ułatwić innym firmom wynajem rowerów dla swoich pracowników poprzez kompleksowe rozwiązanie łączące wypożyczenie roweru oraz jego serwis.

Dodatkowo, w odpowiedzi na rosnącą popularność samochodów elektrycznych, budujemy przy naszych jednostkach sieć ogólnodostępnych punktów ładowania. Wychodząc poza wymogi legislacyjne, budujemy wyłącznie szybkie ładowarki DC, które gwarantują krótki czas ładowania. Do 2027 roku planujemy uruchomić około 230 punktów ładowania DC.

Jesteśmy przekonani, że promowanie aktywnych form podróży oraz elektromobilności staje się jednym z ważniejszych elementów budowania przewagi konkurencyjnej, przyciągając pracowników i klientów. Innowacyjne podejście do transportu i mobilności nie tylko wspiera zdrowie użytkowników, ale również buduje świadomość wpływu naszych codziennych wyborów na środowisko naturalne. Tego rodzaju inicjatywy pozwalają budować silną markę, która odpowiada na rosnące potrzeby rynku oraz społeczne oczekiwania związane z ochroną środowiska i poprawą jakości życia.

Łukasz Ross Head of Sales – Large and IBO Segments ARVAL SERVICE LEASE POLSKA



Współczesne podejście do zarządzania mobilnością pracowników staje się coraz bardziej złożone, szczególnie w kontekście pokoleniowych różnic oraz rosnącego znaczenia utrzymywania talentów w organizacjach. Z danych „Barometru Flotowego” wynika, że niemal jedna trzecia polskich firm wdrożyła już co najmniej jedno rozwiązanie z zakresu mobilności alternatywnej dla samochodu służbowego. Plasuje nas to niestety na ostatnim miejscu w Europie przy średniej 50% dla całego kontynentu. Z deklaracji ankietowanych wynika, że w ciągu najbliższych trzech lat ponad połowa firm planuje wdrożenie co najmniej jednej nowej polityki lub usługi mobilnościowej. Choć jest to wynik optymistyczny, wciąż pozostaje on poniżej planów deklarowanych w innych badanych krajach.

Co więcej, wykorzystanie alternatywnych form mobilności rośnie w małych firmach, natomiast większe przedsiębiorstwa rzadziej decydują się na tego typu rozwiązania. Tymczasem to właśnie te większe organizacje mogłyby czerpać największe korzyści z wdrożenia takich alternatyw. Rozwiązania mobilnościowe odpowiadają zarówno na potrzeby związane z odpowiedzialnością społeczną firm (CSR), jak i nowoczesnymi strategiami HR. Mogą one poprawić komfort dojazdu do pracy, a także zwiększyć zaangażowanie oraz lojalność pracowników wobec firmy. Młodsze pokolenia szczególnie cenią elastyczność, wygodę oraz zrównoważony aspekt dotarcia do pracy, dlatego mobilność staje się coraz bardziej kluczowym elementem polityki zatrudnienia.

Zarówno w Polsce, jak i w całej Europie, obserwujemy spadek popularności ekwiwalentu wynagrodzenia (tzw. salary sacrifice), którą w Polsce oferuje jedynie 2% firm – o 4 punkty procentowe mniej niż w poprzednim badaniu. Popularność rozwiązania polegającego na wynajęciu auta przez pracownika za pośrednictwem pracodawcy, maleje między innymi z powodu chęci pracowników do utrzymania wyższego wynagrodzenia podstawowego, co ma bezpośredni wpływ na ich przyszłe emerytury czy zabezpieczenia finansowe.

W tym kontekście kluczowe dla utrzymania talentów będą bardziej zaawansowane strategie, dopasowane do potrzeb różnych pokoleń oraz elastyczne opcje, które umożliwiają lepsze dopasowanie benefitów do indywidualnych oczekiwań. Arval jako lider w zakresie wynajmu pojazdów i innowacyjnych rozwiązań mobilnościowych, oferuje szeroką gamę usług – od subskrypcyjnego wynajmu samochodów, przez firmowy car sharing, po wynajem rowerów i skuterów.

Dzięki temu firmy – nasi klienci – mogą tworzyć elastyczne i efektywne modele mobilności, które podnoszą komfort i satysfakcję pracowników, a jednocześnie wzmacniają ich zaangażowanie i lojalność wobec organizacji.



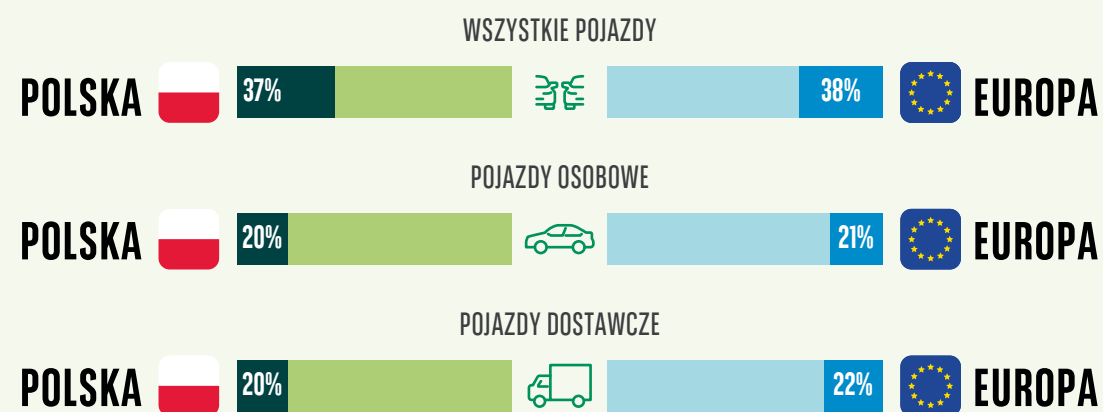
TELEMATYKA, CYFROWE NARZĘDZIA I CONNECTED CARS

37% POLSKICH FIRM KORZYSTA Z POJAZDÓW WYPOSAŻONYCH W NARZĘDZIA DO ICH MONITOROWANIA, JEDNAK TYLKO 7% AKTYWNI WYKORZYSTUJE DANE ZBIERANE ZA POŚREDNICTWEM PLATFORM TELEMATYCZNYCH. MIMO TO, PONAD POŁOWA RESPONDENTÓW PLANUJE WDROŻYĆ TAKIE ROZWIĄZANIA W NAJBLIŻSZEJ PRZYSZŁOŚCI.

Dynamiczny rozwój technologii sprawia, że zarządzanie flotami pojazdów staje się coraz bardziej oparte na przepływie i analizie danych. Telematyka, która jeszcze kilka lat temu była stosunkowo nową koncepcją, dziś stopniowo zyskuje na znaczeniu, choć jej wdrażanie w polskich firmach nadal przebiega powolnie.

Z badania wynika, że 37% polskich przedsiębiorstw korzysta już z pojazdów wyposażonych w narzędzia telematyczne (tzw. connected cars), co jest wynikiem zbliżonym do średniej europejskiej (38%). Po 20% odpowiedzi dotyczyło wyłącznie samochodów osobowych lub wyłącznie pojazdów dostawczych.

Poziom wdrożenia tzw. connected cars we flotach

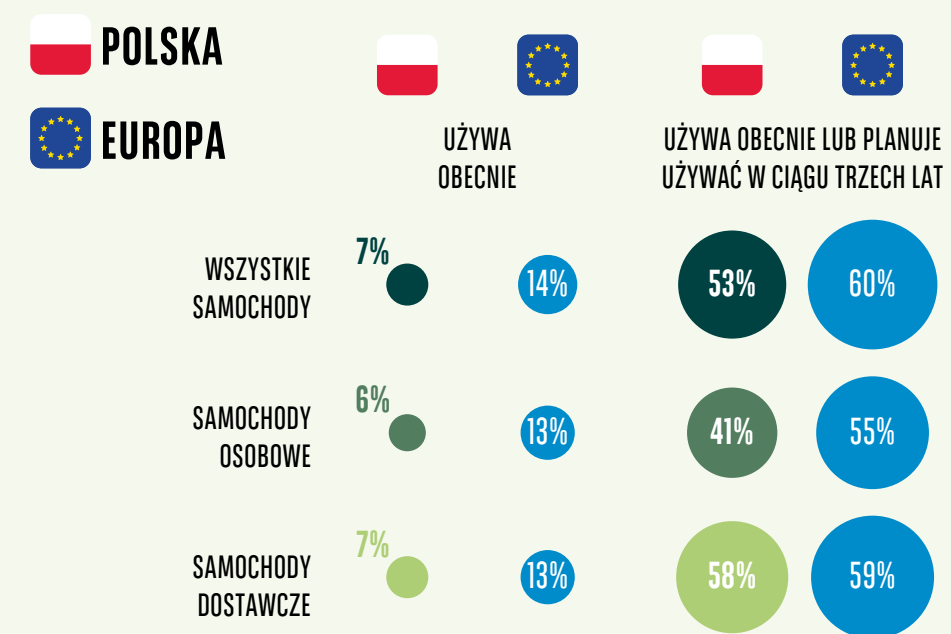


Sama obecność w pojazdach urządzeń zbierających i przekazujących dane to jedno – kluczowe znaczenie ma umiejętne wykorzystanie gromadzonych informacji.

Obecnie zaledwie 7% polskich firm aktywnie przetwarza i analizuje dane pochodzące z platform telematycznych, co plasuje je na ostatnim miejscu

na naszym kontynencie i jest znacząco niższym wynikiem niż średnia europejska (14%). Niemniej perspektywy na przyszłość są obiecujące – 53% polskich przedsiębiorstw deklaruje, że w ciągu najbliższych trzech lat zacznie korzystać z tego typu rozwiązań, zbliżając się do średniej europejskiej (60%).

Potencjał przetwarzania danych z pojazdów za pośrednictwem platform telematycznych



Jeszcze kilka lat temu bieżąca analiza stanu pojazdu była praktycznie niemożliwa bez dodatkowych, zewnętrznych urządzeń. Dziś, wraz z rozwojem technologii i systemów montowanych fabrycznie przez producentów, monitoring flot wszedł na nowy poziom.

Nowoczesne samochody coraz częściej są wyposażone w inteligentne systemy, które nie tylko śledzą kluczowe parametry, takie jak zużycie paliwa, styl jazdy czy lokalizacja, ale także pozwalają na zdalne zarządzanie funkcjami pojazdu, np. otwierania drzwi czy zezwalanie na jego uruchamianie.

Dzięki temu telematyka nie jest już jedynie narzędziem do monitoringu, lecz coraz

częściej znajduje zastosowanie w bardziej zaawansowanych projektach, takich jak firmowy car sharing czy systemy optymalizacji tras i harmonogramów przejazdów.

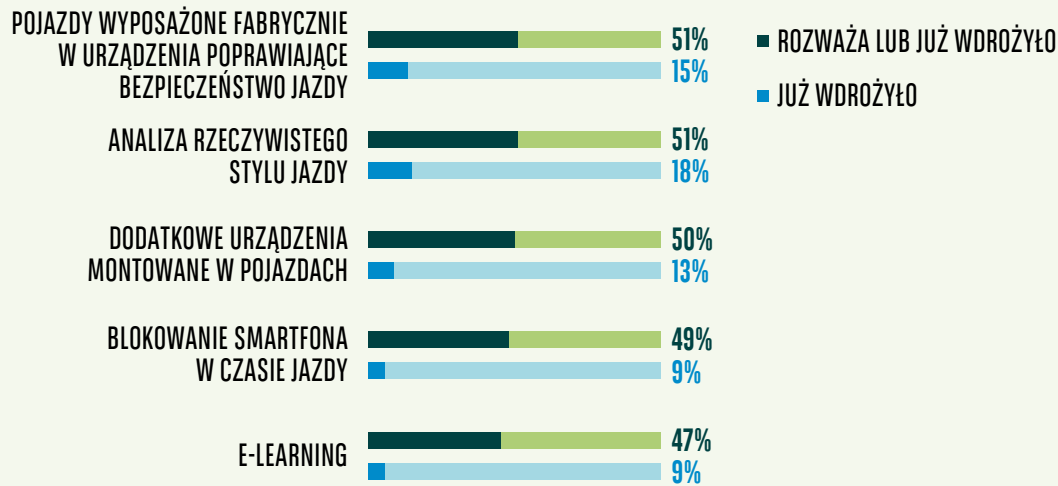
Jednym z kluczowych zastosowań telematyki jest poprawa bezpieczeństwa kierowców podróżujących służbowymi samochodami. 38% polskich firm aktywnie monitoruje styl jazdy swoich kierowców, co wskazuje na rosnącą świadomość znaczenia bezpiecznej eksploatacji floty. Jest to wynik zbliżony do lat ubiegłych, co sugeruje stabilne podejście do tej kwestii wśród polskich fleet managerów.

Mimo to, inne działania zwiększające bezpieczeństwo są stosowane znacznie rzadziej.

Jedynie 18% firm analizuje rzeczywisty styl jazdy kierowców, 15% kupuje pojazdy fabrycznie wyposażone w systemy bezpieczeństwa, a dodatkowe urządzenia poprawiające ochronę pasażerów montuje zaledwie 13% przedsiębiorstw.

Co jednak istotne, każda z tych inicjatyw ma duży potencjał wzrostu – niemal połowa polskich firm rozważa wdrożenie rozwiązań zwiększających bezpieczeństwo flotowe w najbliższych latach.

Działania firm dla poprawy bezpieczeństwa kierowców flotowych



Mariusz Grochowski Kierowca indywidualny

Zwycięzca konkursu „Ambasador Bezpiecznej Jazdy Arval”



Bezpieczeństwo na drodze jest niezwykle ważne, zarówno dla kierowców, jak i dla fleet managerów, którzy odpowiadają za swoich ludzi i muszą dbać o ich dobrostan w codziennej pracy. Choć nigdy nie brałem udziału w dodatkowych szkoleniach, to udział w konkursie „Ambasador Bezpiecznej Jazdy Arval” był wyrazem mojej chęci doskonalenia swoich umiejętności. To dla mnie ważne, aby nie tylko samemu jeździć odpowiedzialnie, ale także promować bezpieczną jazdę wśród innych kierowców.

Do udziału w konkursie zachęciła mnie jego nietypowa formuła – połączenie gry umysłowej z quizem, które angażowało i wymagało systematyczności. Dodatkowo, tematyka elektromobilności jest mi bliska, więc możliwość poszerzenia wiedzy w tym zakresie była dla mnie cennym doświadczeniem. Cenię konkursy, w których liczy się wiedza i szybkość, a nie przypadek, dlatego „Ambasador Bezpiecznej Jazdy Arval” od razu zwrócił moją uwagę.

Na co dzień jeżdżę autem hybrydowym, które wybrałem z ciekawości, gdy technologia hybrydowa dopiero zyskiwała na popularności. Okazało się świetnym wyborem – oszczędnym, ale jednocześnie zapewniającym komfort jazdy. Jednym z moich priorytetów jest eliminowanie rozpraszaczy podczas jazdy, dlatego zawsze wyciszam i chowam telefon, by w pełni skupić się na drodze. To prosta zasada, którą polecam każdemu kierowcy – minimalizuje ryzyko i znacząco poprawia bezpieczeństwo.

Mój samochód wyposażony jest w nowoczesne systemy wspomagające jazdę, takie jak asystent pasa ruchu, aktywny tempomat, awaryjne hamowanie czy monitorowanie martwego pola. Te rozwiązania sprawiają, że jazda jest nie tylko bezpieczniejsza, ale też bardziej komfortowa. Uważam, że tego typu technologie powinny być standardem w każdym samochodzie, ponieważ pomagają kierowcom w codziennej jeździe i mogą zapobiegać wielu niebezpiecznym sytuacjom.

Bezpieczeństwo na drodze zależy od wielu czynników – technologii czy infrastruktury drogowej, ale przede wszystkim od świadomych decyzji kierowców. Każdy z nas ma wpływ na to, jak wygląda ruch drogowy, dlatego warto podejmować odpowiedzialne działania i dbać o bezpieczeństwo swoje oraz innych uczestników ruchu.

Radostaw Kitala Consulting and Arval Mobility Observatory Manager

ARVAL SERVICE LEASE POLSKA

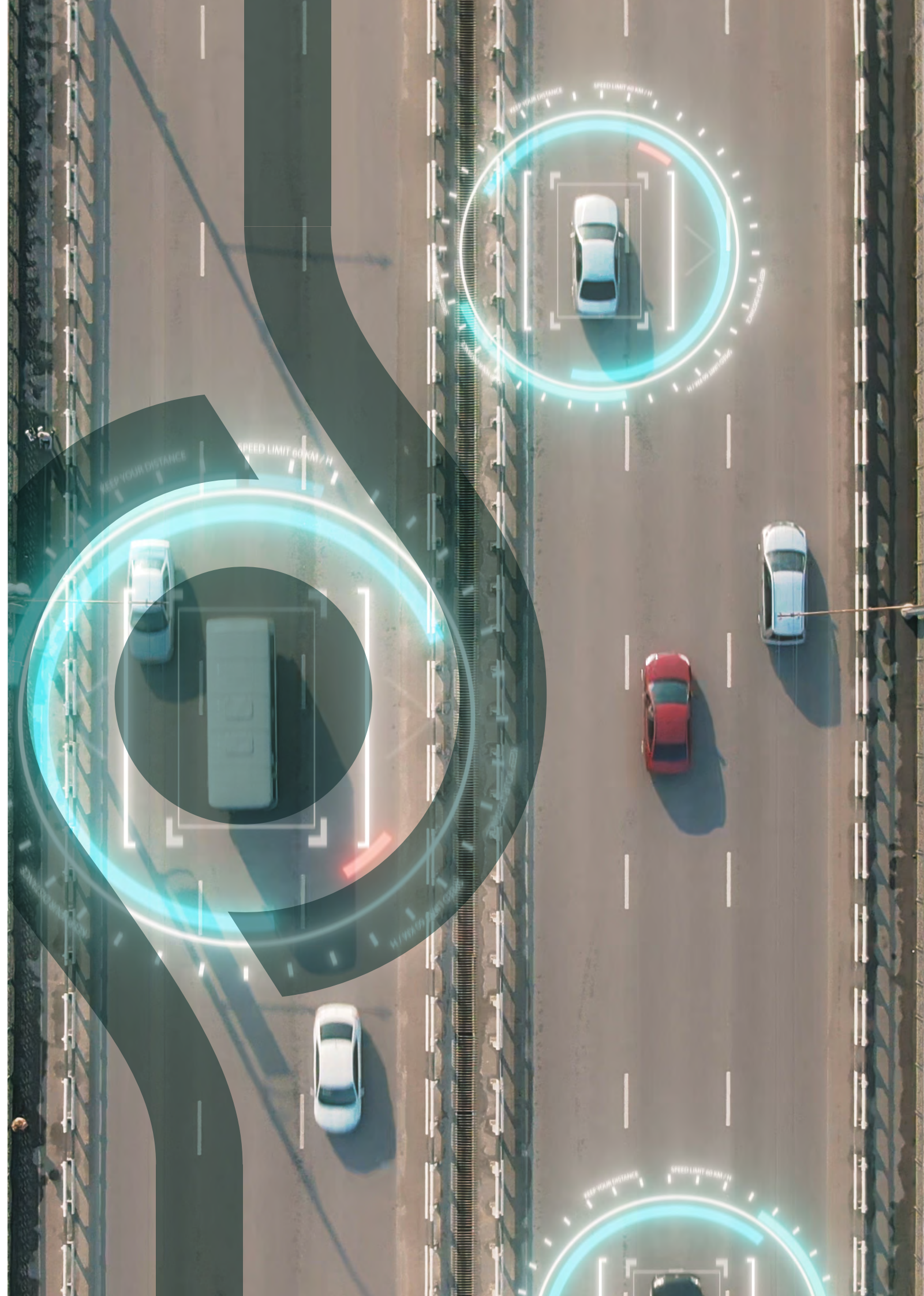
“



Nowoczesne rozwiązania telematyczne są coraz częściej stosowane przez decydentów flotowych i systematycznie zyskują na popularności. Obecnie już ponad 50% polskich firm wykorzystuje lub rozważa wykorzystanie danych pochodzących z pojazdów. Telematyka może bowiem w istotny sposób pomóc np. w redukcji kosztów związanych z obsługą floty – w tym w szczególności kosztów paliwa – naprawą szkód komunikacyjnych, a także wpłynąć na poprawę bezpieczeństwa użytkowników oraz efektywnego wykorzystania pojazdów w firmie. Obecnie dostawcy narzędzi telematycznych w ramach swoich rozwiązań oferują również mikrolearning oraz dostęp do raportów i danych z poziomu smartfona, co pozwala kierowcom na śledzenie statusu pojazdu, swoich postępów w zakresie stylu jazdy oraz korzystanie z rekomendacji dotyczących redukcji śladu węglowego.

Warto zwrócić uwagę na fakt, że dzięki możliwości pomiaru śladu węglowego, a także monitorowania chociażby kwestii związanych z bezpieczeństwem oraz proaktywnym podejściu do serwisów i szkód, dane poddawane analizie przez telematykę mogą stać się użyteczne z perspektywy wymogów i obowiązków raportowania niefinansowego, wynikających m.in. z dyrektywy CSRD, będących obecnie wyzwaniem, przed którym stoi coraz więcej firm. Gromadzone dane na pewno będą pomocne podjęciu w decyzji o skali elektryfikacji floty.

Zastosowań jest dużo i wiele wskazuje, że w najbliższych latach ten trend będzie się dalej rozwijał, przy czym aby skutecznie i właściwie wdrożyć telematykę we flocie, należy kłaść szczególny nacisk na komunikację i interakcje z użytkownikami pojazdów, tak by właściwie budować ich zaangażowanie, a nie poczucie, iż są oni kontrolowani. Warto pamiętać, że rozwiązania te chronią prywatność użytkowników, a raporty dla pracodawcy zawierają jedynie zagregowane dane dotyczące jazdy prywatnych, bez szczegółów dotyczących ich przebiegu.



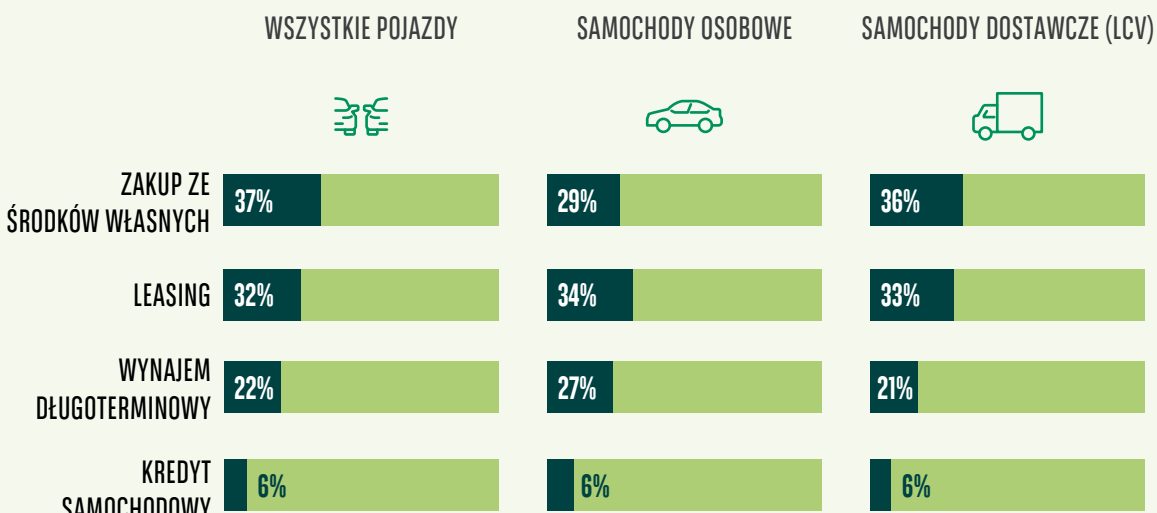


PERSPEKTYWY FINANSOWANIA FLOT

Rynek flotowy w Polsce pozostaje podzielony pomiędzy trzy główne metody finansowania. Najpopularniejszą z nich pozostaje zakup pojazdów na własność, na który decyduje się 37% przedsiębiorstw. Leasing finansowy wybiera 32% firm, natomiast wynajem długoterminowy jest istotnym elementem strategii flotowych, z którego korzysta niemal co czwarta firma w Polsce. Wynajem to forma finansowania wykorzystywana

częściej w przypadku samochodów osobowych (27% ankietowanych wskazuje ją jako kluczową) niż dostawczych (deklarowana przez 21% respondentów). Czwartym rozwiązaniem, które od lat utrzymuje się na podobnie niskim poziomie, jest kredyt samochodowy. Zaledwie dla 6% firm w naszym kraju jest to główna metoda finansowania floty. Korzystają z niej przede wszystkim najmniejsze przedsiębiorstwa.

Metody finansowania samochodów firmowych



22% POLSKICH FIRM KORZYSTA Z WYNAJMU DŁUGOTERMINOWEGO JAKO GŁÓWNEJ METODY FINANSOWANIA FLOTY. WCIAŻ NAJCZĘŚCIEJ WYBIERANE SĄ ZAKUP NA WŁASNOŚĆ (37%) ORAZ LEASING FINANSOWY (32%).

37% POLSKICH FIRM ROZWAŻA SKORZYSTANIE PO RAZ PIERWSZY LUB ZWIĘKSZENIE UDZIAŁU WYNAJMU DŁUGOTERMINOWEGO W STRATEGII FINANSOWANIA FLOTY.

61% POLSKICH PRZEDSIĘBIORSTW WYKAZUJE ZAINTERESOWANIE DODATKOWYMI USŁUGAMI I PRODUKTAMI ZWIĄZANYMI Z ZARZĄDZANIEM FLOTĄ. POTRZEBY W TYM ZAKRESIE SĄ DOŚĆ ZRÓŻNICOWANE, JEDNAK NAJCZĘŚCIEJ WSKAZYWANĄ USŁUGĄ JEST ZARZĄDZANIE ZAKUPAMI PALIWA (25%).

Tendencje rynkowe wskazują, że wynajem długoterminowy ma duży potencjał wzrostu. Aż 37% polskich firm rozważa wdrożenie tej formy finansowania lub jej rozwój w swojej strategii zarządzania flotą. To wynik niemal identyczny ze średnią europejską (36%). W obliczu rosnących kosztów zakupu i eksploatacji pojazdów wynajem długoterminowy daje przedsiębiorcom

przewidywalność wydatków, dostęp do nowych samochodów bez konieczności finansowania ich zakupu czy inwestowania jednorazowo środków oraz pełne wsparcie serwisowe. Dzięki temu przedsiębiorstwa mogą skupić się na swojej działalności, nie martwiąc się o koszty utrzymania czy wartość rezydualną pojazdów wycofywanych z floty.

Zainteresowanie polskich firm skorzystaniem po raz pierwszy lub zwiększeniem udziału wynajmu długoterminowego w finansowaniu floty

ZAMIERZA SKORZYSTAĆ LUB ZWIĘKSZYĆ UDZIAŁ W CIĄGU TRZECH LAT

37%

1-99 PRACOWNIKÓW

37%

100-249 PRACOWNIKÓW

36%

250 I WIĘCEJ PRACOWNIKÓW

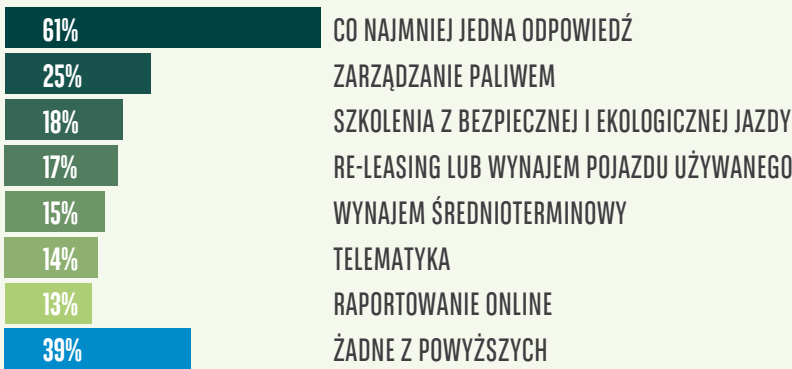
36%

Rosnące zainteresowanie obejmuje również dodatkowe usługi związane z zarządzaniem flotą, co wyraźnie pokazuje trend optymalizacji kosztów i procesów wśród polskich firm. W 2025 roku aż 61% przedsiębiorstw deklaruje chęć

korzystania z przynajmniej jednej z takich usług. Największą popularnością cieszy się zarządzanie paliwem, które przyciąga uwagę 25% firm. Coraz większe znaczenie mają również szkolenia z zakresu ekologicznej i bezpiecznej

jazdy (18%) oraz możliwość wynajmu używanego pojazdu (17%). Respondenci wykazują też umiarkowane zainteresowanie usługami wynajmu średnioterminowego (15%), rozwiązaniami telematycznymi (14%) oraz raportowaniem online (13%).

Potencjał wprowadzenia dodatkowych usług z zakresu zarządzania flotą



W 2025 roku rośnie liczba firm dostrzegających wartość w usługach doradczych dotyczących optymalizacji kosztów i procesów zarządzania flotą. Odsetek przedsiębiorstw otwartych na tego typu wsparcie wzrósł do 24%, kontynuując stopniowy trend wzrostowy z lat poprzednich (22% w 2024 r. i 20% w 2023 r.).

Pośród firm wykazujących chęć skorzystania z doradztwa, 9% określa swoje zainteresowanie jako „bardzo duże”, a 15% jako „dość duże”. Oznacza to, że niemal jedna czwarta rynku dostrzega korzyści płynące z profesjonalnego wsparcia w zakresie efektywnego zarządzania flotą.

Z drugiej strony, 29% przedsiębiorstw raczej nie jest zainteresowane takimi usługami, a 45% całkowicie wyklucza taką możliwość.

Tendencja wzrostowa w obszarze doradztwa flotowego wskazuje, że przedsiębiorstwa aktywnie poszukują sposobów na poprawę efektywności kosztowej, co może stanowić istotną szansę dla dostawców specjalistycznych usług optymalizacyjnych.

Zainteresowanie doradztwem w zakresie optymalizacji kosztów flotowych



Michał Jankowski Dyrektor Biura

POLSKI ZWIĄZEK WYNAJMU I LEASINGU POJAZDÓW



Rok 2024 potwierdził pozytywne tendencje na polskim rynku motoryzacyjnym, z silnym wzrostem sprzedaży nowych samochodów, który osiągnął najwyższy poziom od pięciu lat. Zgodnie z danymi Polskiego Związku Wynajmu i Leasingu Pojazdów (PZWLP), opublikowanymi po IV kwartale 2024 r., dynamika sprzedaży nowych aut w Polsce w całym ubiegłym roku wyniosła 16,1% r/r, co pozwoliło naszemu krajowi zająć pierwsze miejsce w Unii Europejskiej pod względem tempa wzrostu sprzedaży. Firmy wciąż pozostają głównymi nabywcami samochodów, ale znaczący wzrost odnotowano również wśród klientów indywidualnych, w przypadku których w 2024 r. odnotowano wzrost dynamiki sprzedaży na poziomie aż 34,1%.

W kontekście finansowania flot, wynajem długoterminowy wciąż pozostaje jednym z najchętniej wybieranych rozwiązań, a w 2024 roku niemal co czwarte nowe auto nabywane przez firmy w Polsce było finansowane w ten sposób. Rynek wynajmu długoterminowego w naszym kraju wzrósł o 8,5% r/r, co świadczy o jego bezustannym rozwoju. W ubiegłym roku zauważalnie wzrósł udział aut nisko- i zeroemisyjnych w wynajmie długoterminowym, osiągając 14% w całej flocie (+2,7 p.p.). Największy wzrost odnotowały pojazdy z wszelkiego rodzaju napędami hybrydowymi, co jest efektem głównie zmian technologicznych oraz bieżącej oferty producentów. Choć udział aut w pełni elektrycznych (BEV) wynosi nadal 3,4% i jest stosunkowo niski, to w porównaniu do poprzed-

nich lat, nie jest już marginalny. Należy jednak zauważyć, że dalsza transformacja energetyczna flot może zostać spowolniona m.in. z powodu braku dopłat dla firm w programie „NaszEauto”, który zastąpił dotychczasowy program „Mój Elektryk”. Z tego względu jako PZWLP, wspólnie z wieloma innymi organizacjami, aktywnie apelujemy do rządu o uwzględnienie firm w kolejnej odsłonie programu dopłat.

Bieżący rok przyniesie dalszy rozwój rynku wynajmu długoterminowego, choć nie jest pewne, czy utrzymane zostanie dotychczasowe tempo wzrostu. Rynek będzie bowiem podlegał wpływowi wielu istotnych czynników makroekonomicznych, takich jak poziom stóp procentowych, ogólna sytuacja gospodarcza w Polsce oraz całej Europie oraz ewentualne zmiany regulacyjne dotyczące elektromobilności. Mimo tych wyzwań, w perspektywie średnio- i długoterminowej trend wzrostowy powinien się utrzymać.

Norbert Matuszewski

Kierownik Wydziału Dostarczania Usług Środowiska Pracy

ORANGE POLSKA



Orange Polska konsekwentnie dąży do realizacji celów związanych z dekarbonizacją swojej firmowej floty. Priorytetem firmy jest zwiększanie we flocie udziału pojazdów niskoemisyjnych, takich jak hybrydy (HEV i PHEV) i samochody w pełni elektryczne (BEV). Do 2026 roku co najmniej 50% floty Orange Polska ma składać się z tego typu pojazdów, co stanowi istotny krok także w kierunku realizacji globalnych celów klimatycznych.

Największy nacisk kładziemy na samochody osobowe, w tym pojazdy managerskie, z preferencją dla hybryd, w tym plug-in, oraz aut elektrycznych, w zależności od dostępności infrastruktury ładowania. W miastach planowana jest elektryfikacja floty operacyjnej, podczas gdy w obszarach o słabiej rozwiniętej infrastrukturze ładowania wykorzystywane będą pojazdy hybrydowe. Firma wspiera ten proces, inwestując również w rozwój własnej infrastruktury ładowania – zarówno na terenach firmy, jak i w miejscach użytkowania pojazdów przez pracowników – oraz organizując kampanie edukacyjne, które mają zwiększyć świadomość pracowników na temat korzyści płynących z użytkowania pojazdów elektrycznych.

Orange Polska stawia sobie także ambitne cele długoterminowe – w tym pełną dekarbonizację floty do 2035 roku, co oznacza całkowite przejście na pojazdy zeroemisyjne. Pośrednim celem jest osiągnięcie 70% niskoemisyjnej floty do 2030 roku, co wyznacza konkretną ścieżkę realizacji strategii.

Optymalizacja kosztów całkowitego użytkowania (TCO), uwzględniająca zmieniające się ceny energii i paliw, jest istotnym elementem tej transformacji.

Również współpraca z dostawcami technologii oraz preferencja dla wynajmu długoterminowego pojazdów elektrycznych umożliwiają elastyczne dostosowywanie floty do zmieniających się warunków rynkowych i technologicznych, zapewniając jednocześnie większą stabilność kosztów oraz możliwość korzystania z najnowszych rozwiązań w zakresie elektromobilności. Takie podejście pomaga zminimalizować ryzyko związane z wartością rezydualną pojazdów, jednocześnie wzmacniając pozycję Orange jako lidera w zrównoważonym rozwoju i innowacjach flotowych. Dzięki temu firma może stać się przykładem dla innych organizacji, pokazując odpowiedzialne podejście do transformacji flotowej i działań na rzecz ochrony środowiska.

Przemysław Mocek

Dyrektor Finansowy

ARVAL SERVICE LEASE POLSKA



Tegoroczne wyniki „Barometru Flotowego” pokazują spowolnienie elektryfikacji flot zarówno w Polsce, jak i w całej Europie. Na ten trend na naszym krajowym rynku wpływa szereg czynników – od niekorzystnej dla przedsiębiorstw formuły nowego programu dopłat do elektryków „NaszeAuto”, przez niedostatecznie szybki rozwój infrastruktury ładowania, po pragmatyczne podejście firm, które często kierują się względami ekonomicznymi, a nie ekologicznymi.

Z drugiej strony mamy do czynienia z coraz bardziej restrykcyjnymi normami emisji oraz postępowaniem technologicznym, które wciąż napędzają transformację sektora. Stąd też wspomniane spowolnienie nie musi być trwałe.

Obecnie to jednak niepewność geopolityczna stanowi jedno z największych wyzwań dla przyszłości motoryzacji. Zmiany w polityce celnej wprowadzane przez administrację Donalda Trumpa mogą doprowadzić do destabilizacji światowego handlu, w tym również branży motoryzacyjnej. Tego rodzaju działania mogą skutkować dalszym wzrostem cen oraz wymusić na producentach i firmach flotowych konieczność dostosowania strategii biznesowych.

Ponadto obserwujemy obecnie wyraźny wzrost popularności chińskich marek samochodowych, który istotnie wpływa na kształtowanie rynku motoryzacyjnego zarówno w Polsce, jak i w całej Europie. Jak pokazują dane rynkowe, tylko w pierwszym kwartale 2025 roku sprzedaż chińskich aut osobowych w Polsce wzrosła aż ośmiokrotnie w porównaniu z analogicznym okresem ubiegłego roku, osiągając 5% udziału w rynku. Atrakcyjne ceny – często niższe o 20–30% od europejskich modeli – w połączeniu z coraz lepszą jakością i rozwijaną infrastrukturą serwisową skutecznie przekonują klientów do ich wypróbowania.

Branża wynajmu coraz śmielej reaguje na zmieniające się realia rynkowe, sięgając po chińskie modele jako realną alternatywę w ofercie flotowej. Rosnące zaufanie klientów do tych pojazdów pozwala nie tylko na poszerzenie gamy dostępnych aut, ale również na oferowanie bardziej konkurencyjnych warunków wynajmu – szczególnie dla firm poszukujących opłacalnych i nowoczesnych rozwiązań.

Obserwując rynek, jest niemal pewne, że kolejne miesiące będą wymagały dużej elastyczności i gotowości do szybkiego dostosowywania strategii. Jestem przekonany, że Arval sprosta tym wyzwaniom i umocni swoją pozycję lidera w branży wynajmu długoterminowego.

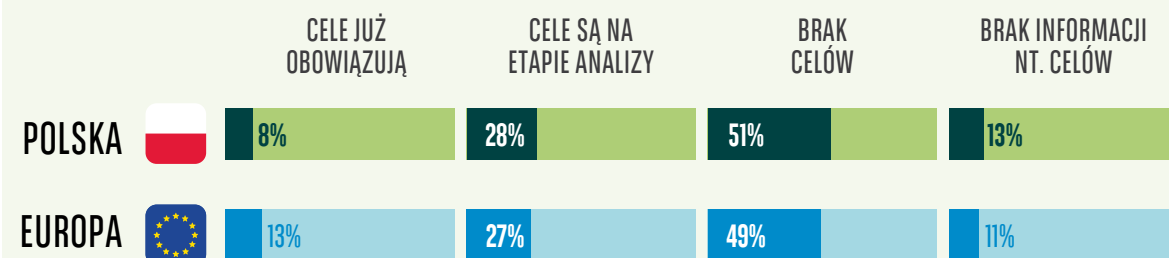
PRZYSZŁE WYZWANIA

OBECNIE JEDYNIE 8% POLSKICH FIRM POSIADA JASNO OKREŚLONE CELE ZWIĄZANE Z DEKARBONIZACJĄ, JEDNAK 28% FIRM ANALIZUJE MOŻLIWOŚĆ ICH WPROWADZENIA, CO WSKAZUJE NA ROSNĄCĄ ŚWIADOMOŚĆ ZNACZENIA REDUKCJI EMISJI PRZEZ PRZEDSIĘBIORCÓW.

Dekarbonizacja przedsiębiorstw jest jednym z kluczowych priorytetów gospodarki w Europie. W Polsce proces ten dopiero nabiera tempa, jednak rosnąca świadomość ekologiczna i regulacje unijne skłaniają firmy do podejmowania kroków w kierunku bardziej zrównoważonej mobilności. Według deklaracji zebranych w badaniu „Barometr Flotowy”, jedynie 8% polskich firm posiada konkretne cele dotyczące

redukcji emisji CO₂, co plasuje nas niemal na końcu europejskiej stawki. Ale już 28% polskich firm jest na etapie oceny i planowania takich celów. To z jednej strony pokazuje, że biznes coraz częściej dostrzega konieczność adaptacji do nowych realiów, a z drugiej, że przyszłe obowiązki regulacyjne związane z potrzebą raportowania wpływu biznesu na środowisko, mobilizują firmy do działania w tym obszarze.

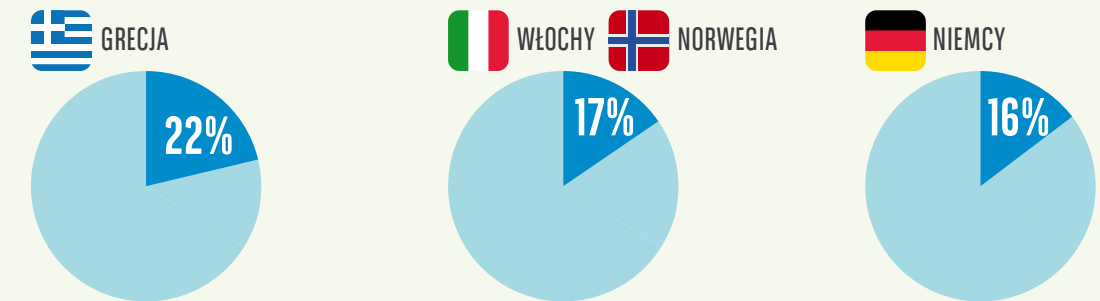
Stan wdrażania celów dekarbonizacji



W Europie proces dekarbonizacji postępuje w różnym tempie, ale niektóre kraje wyraźnie przodują w tym zakresie. Największy odsetek firm

posiadających konkretne cele dekarbonizacyjne znajduje się w Grecji, Włoszech, Norwegii i Niemczech, gdzie wynosi on od 16% do 22%.

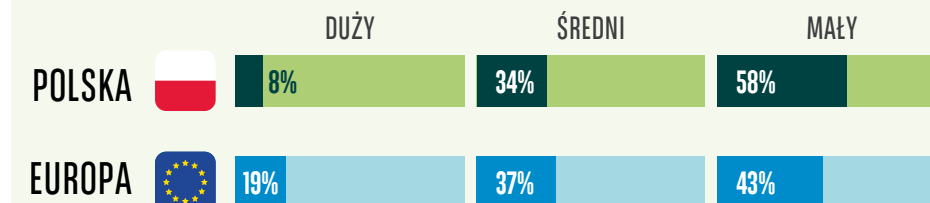
TOP 3 krajów w Europie pod względem wdrożenia celów dekarbonizacji



Co ciekawe, według europejskich firm mobilność pracowników jest dużo bardziej istotnym czynnikiem determinującym strategię redukcji emisji niż w Polsce. Wśród firm, które mają cele dekarbonizacyjne, tylko 8% ankietowanych z Polski uważa mobilność pracowników za kluczowy element strategii, podczas gdy w skali europejskiej ten wskaźnik wynosi 19%. Ponadto 34% polskich

firm uznaje mobilność za czynnik umiarkowanie ważny, co nie odbiega już tak bardzo od europejskiej średniej (37%). Warto wziąć jednak pod uwagę, że ze względu na niewielką liczbę firm posiadających w Polsce cele związane z dekarbonizacją, pytanie o mobilność pracowników trafiło do niedużej bazy ankietowanych i jego wyniki mogą nie być reprezentatywne.

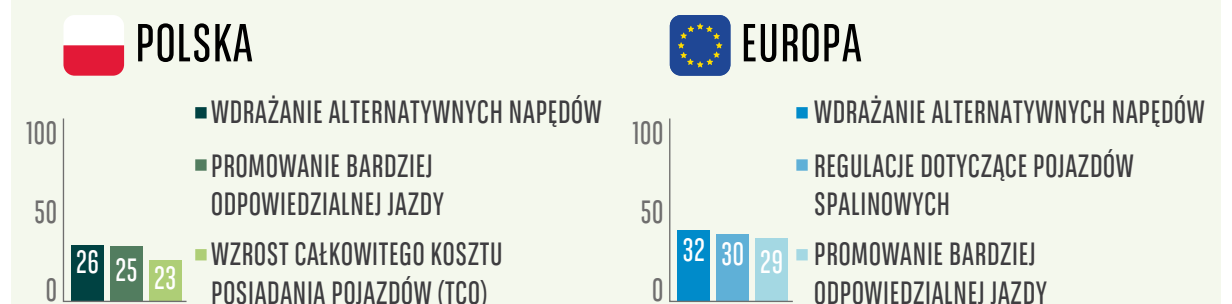
Jaki jest wpływ mobilności pracowników na strategię dekarbonizacji firm?



Ankietowani „Barometru Flotowego” zostali zapytani także o największe wyzwania kształtujące przyszłość flot w Polsce w ciągu najbliższych trzech lat. Jako najważniejsze z nich wskazali: wdrażanie alternatywnych napędów, promowanie odpowiedzialnej jazdy, wzrost całkowitego kosztu

posiadania pojazdów (TCO), regulacje dotyczące pojazdów spalinowych i przystosowanie floty do powstających w dużych miastach stref czystego transportu. Każda z tych odpowiedzi wskazana została przez ponad 20% respondentów.

Najważniejsze wyzwania w zarządzaniu flotami w ciągu najbliższych 3 lat TOP 3



Agnieszka Koniewicz Head of Sales – Cross Business and Mid Segment ARVAL SERVICE LEASE POLSKA



Nowe wytyczne ESG znacząco zmieniają sposób prowadzenia biznesu, wymuszając większą transparentność w raportowaniu wpływu firm na środowisko, społeczeństwo i zarządzanie. Przedsiębiorstwa muszą dostosowywać swoje strategie, aby spełniać rosnące wymagania regulacyjne. Od ubiegłego roku kolejne firmy są stopniowo obejmowane obowiązkiem raportowania zrównoważonego rozwoju, w tym śladu węglowego, zgodnie z unijną dyrektywą CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive). Od 2025 roku obowiązek ten objął również średnie przedsiębiorstwa, które spełniają co najmniej dwa z trzech kryteriów: zatrudnienie powyżej 250 osób, obrót przekraczający 50 mln EUR lub aktywa o wartości powyżej 25 mln EUR, a ich pierwsze raporty pojawią się w 2026 roku.

Co ważne, obowiązek raportowania dotyczy nie tylko przedsiębiorstw działających bezpośrednio w danej branży, ale również ich dostawców. W wielu sektorach, takich jak przemysł spożywczy czy transportowy, główne źródło emisji stanowi łańcuch dostaw. Dlatego firmy powinny dążyć do niskoemisyjności swoich flot i wybierać partnerów biznesowych, którzy również wdrażają ekologiczne rozwiązania.

Z danych „Barometru Flotowego” wynika, że elektryczne auta dostawcze, kluczowe dla redukcji emisji w łańcuchach dostaw, wciąż są rzadkością w polskich flotach. W przeciwieństwie do Europy Zachodniej, gdzie główną motywacją do elektryfikacji flot jest ochrona środowiska, w Polsce prio-

rytetem są czynniki ekonomiczne – dla niemal połowy fleet managerów najważniejszym celem elektryfikacji jest redukcja kosztów paliwa, podczas gdy poprawa wizerunku firmy i kwestie ekologiczne pozostają na dalszych miejscach.

Rozwój infrastruktury ładowania stanie się kluczowym elementem wspierającym transformację flot. Obecnie brak wystarczającej liczby publicznych stacji ładowania jest największą przeszkodą we wdrażaniu pojazdów elektrycznych w polskich firmach. W odpowiedzi na te wyzwania Arval oferuje wsparcie w zakresie przygotowania odpowiedniej infrastruktury w firmach, a niedawno wprowadził do swojej oferty także usługę ułatwiającą zwrot pracownikom kosztów ładowania auta w domu.

W najbliższej przyszłości ważnym rozwiązaniem dla rynku może być instalacja ładowarek zasilanych odnawialnymi źródłami energii, co pozwoli nie tylko zmniejszyć ślad węglowy, ale także obniżyć koszty operacyjne i zwiększyć efektywność energetyczną przedsiębiorstw.

Wdrażanie ekologicznych rozwiązań oraz nisko- i bezemisyjnych flot to nie tylko krok w stronę zrównoważonego rozwoju, ale także budowanie przewagi konkurencyjnej. Firmy, które inwestują w innowacje, wzmacniają swój wizerunek jako odpowiedzialnych i nowoczesnych podmiotów, zyskując zaufanie klientów, inwestorów oraz przyciągając młodsze pokolenia pracowników, dla których kwestie środowiskowe są coraz ważniejsze.

Anna Lelonek Sustainability Officer ARVAL SERVICE LEASE POLSKA



Transport drogowy odpowiada za ponad 20% emisji CO₂ w Europie, dlatego Arval Polska aktywnie angażuje się w proces dekarbonizacji floty, wdrażania nowych technologii oraz promowania odpowiedzialnej jazdy. Udowadniamy na własnym przykładzie, że zrównoważona mobilność to nie tylko konieczność, ale także szansa na rozwój i kreowanie lepszej przyszłości.

Z „Barometru Flotowego” wynika, że mimo rosnącej świadomości ekologicznej i konieczności systemowej adaptacji do wymagań z zakresu ESG, jedynie 8% polskich firm określiło cele dekarbonizacyjne, a 28% analizuje możliwość ich wyznaczenia. Mając na uwadze te wyzwania, wspieramy naszych klientów w realizacji celów ESG. Pomagamy transformować ich floty w sposób, który nie tylko redukuje ślad węglowy, ale jednocześnie poprawia ich wyniki finansowe. Kluczowe jest kompleksowe podejście obejmujące cały cykl życia pojazdu – od produkcji, przez użytkowanie, aż po recykling. Rozwiązania takie jak „right sizing”, czyli dobór pojazdów dopasowanych do rzeczywistych potrzeb flot, czy wynajem pojazdów używanych pozwalają zmniejszyć emisję oraz koszty eksploatacji. Dodatkowo, zastosowanie zasad gospodarki o obiegu zamkniętym pozwala obniżyć koszty eksploatacji pojazdów nawet do 50% dzięki wykorzystaniu naprawionych części.

Promujemy elastyczność i różnorodność środków transportu. Nieustannie rozszerzamy ofertę o rozwiązania związane z mobilnością opartą nie tylko na samochodach. Przykładowo, w ramach usługi Arval Bike Lease oferujemy wynajem rowerów z pełną obsługą serwisową, a dzięki współpracy z Decathlon nasi klienci mogą wybierać spośród szerokiej gamy modeli – zarówno klasycznych, jak i elektrycznych. Planujemy uruchomienie w tym roku Arval Mobility Pass – rozwiązania, które integruje kartę płatniczą, aplikację mobilną i portal do zarządzania mobilnością, umożliwiając pracownikom wygodne opłacanie różnych środków transportu w ramach budżetu określonego przez pracodawcę.

Takie zaangażowanie w kwestie ESG pozwoliło nam w tym roku zdobyć platynowy medal EcoVadis, plasując nas w gronie 1% najwyżej ocenianych firm na świecie. To wyróżnienie nie tylko potwierdza naszą odpowiedzialność w kwestiach środowiskowych, społecznych i ładu korporacyjnego, ale także wpisuje się w globalny trend zwiększania transparentności działań ESG – jedno z kluczowych wyzwań dla biznesu, a tym naszej branży. „We are future-ready” – podkreślamy w naszej nowej strategii „Arval 26 & Beyond”.



STRUKTURA RYNKU

W 2024 roku polski rynek motoryzacyjny wyraźnie się ożywił, zbliżając się do historycznych rekordów sprzedaży. Łączna liczba rejestracji nowych samochodów osobowych i użytkowych o masie do 3,5 tony wyniosła niemal 618,5 tys., co oznacza wzrost o 14,6% względem poprzedniego roku. To rezultat jedynie o 7 tysięcy sztuk niższy od najwyższego wyniku w historii, odnotowanego pięć lat wcześniej przed pandemią COVID-19.

Największy skok zanotowano w segmencie samochodów osobowych – ich rejestracje sięgnęły 551,6 tys., co przełożyło się na wzrost o 16% rok

do roku. Szczególnie duże ożywienie widać było wśród klientów indywidualnych, którzy kupili o 32% więcej pojazdów niż w 2023 roku. Firmy nadal dominowały na rynku, odpowiadając za 68% wszystkich rejestracji – w sumie nabyły 376,4 tys. aut, co oznacza wzrost o 9,3%.

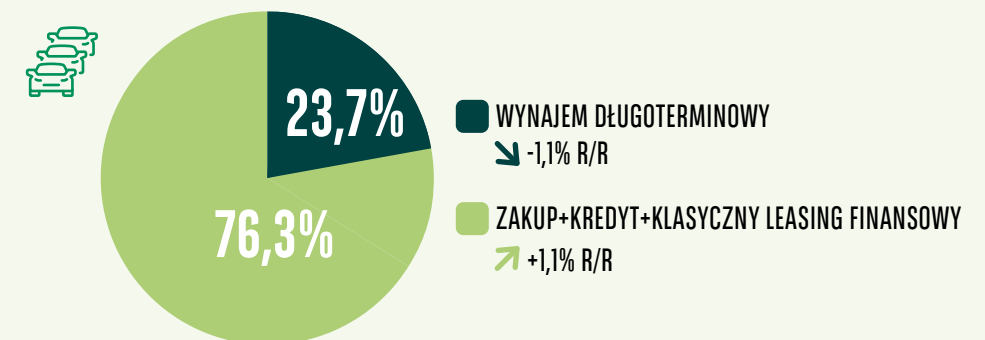
Stabilny rozwój utrzymał się także w segmencie lekkich pojazdów użytkowych, gdzie liczba rejestracji wzrosła o 3,6%, osiągając prawie 67 tys. sztuk. Wynik ten potwierdza rosnące zapotrzebowanie na samochody użytkowe, będące swoistym barometrem rozwoju wielu branż.

miała również rosnąca popularność segmentu premium – np. w czerwcu marki luksusowe stanowiły 24% wszystkich rejestracji. Eksperci przewidują, że 2025 rok może stać pod znakiem szybszych wzrostów cen ze względu na nowe normy emisji CO₂ (93,6 g/km) i potencjalne kary, które zaczęły obowiązywać od stycznia.

Rosnące koszty nie zahamowały decyzji zakupowych. Gospodarka Polski w 2024 roku utrzymywała stabilne tempo wzrostu, co sprzyjało zarówno konsumpcji, jak i inwestycjom firm. Sprzedaż w sektorze motoryzacyjnym rosła znacznie szybciej niż w innych segmentach rynku – podczas gdy ogólny wzrost sprzedaży detalicznej wyniósł zaledwie 2,7%, handel samochodami i częściami motoryzacyjnymi wzrósł o niemal 20%.

Wzrost popularności samochodów firmowych wynikał nie tylko z poprawiającej się sytuacji gospodarczej, ale również z zapowiedzi wzrostu cen aut w kolejnych kwartałach 2025 r. oraz ze zmian w sposobach finansowania flot. Wynajem długoterminowy, który już wcześniej zdobywał popularność, w 2024 roku umocnił swoją pozycję. Przedsiębiorcy coraz częściej wybierali tę formę użytkowania pojazdów, co pozwalało im na większą elastyczność i lepsze zarządzanie kosztami. Według danych Polskiego Związku Wynajmu i Leasingu Pojazdów, segment ten urosł o 8,5% rok do roku, a co czwarty nowy samochód nabywany przez firmy był finansowany właśnie w ten sposób. Zjawisko to nie dotyczyło wyłącznie dużych korporacji – coraz więcej małych i średnich przedsiębiorstw zaczęło dostrzegać korzyści wynikające z użytkowania aut bez konieczności ich posiadania na własność.

Udział wynajmu długoterminowego w sprzedaży nowych aut osobowych do firm w 2024 roku



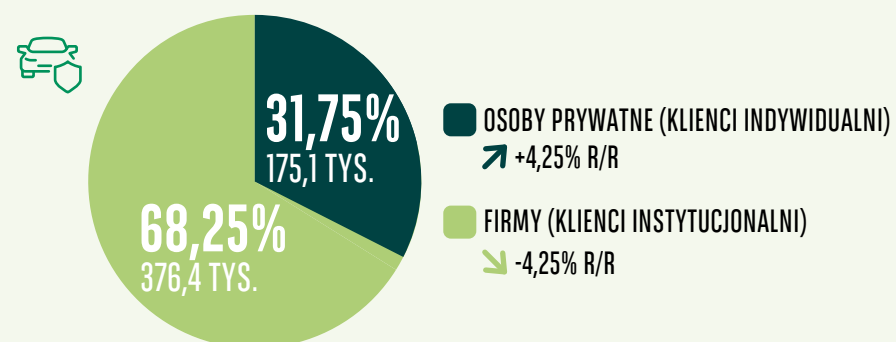
Źródło: PZWLP/IBRM Samar

Zauważalnym trendem w 2024 roku był wzrost zainteresowania pojazdami z napędami alternatywnymi. W ciągu całego roku zarejestrowano 280 tys. takich samochodów, co oznacza wzrost o 27% w porównaniu z analogicznym okresem 2023 roku. To efekt zarówno zmian regulacyjnych, jak i rosnącej świadomości kosztowej – pojazdy elektryczne, choć wciąż droższe w zakupie, oferują niższe koszty eksploatacji i są korzystniejsze w użytkowaniu długoterminowym. Poza tym, presja na zmniejszanie emisji CO₂ oraz dostępność dopłat do aut elektrycznych sprawiały, że decyzje flotowe coraz częściej kierowały się w stronę

zrównoważonych rozwiązań. Jednak w drugiej połowie roku rozwój elektromobilności w Polsce napotkał istotną przeszkodę – wyczerpanie środków w ramach ścieżki leasingowej programu „Mój Elektryk”, który od kilku lat wspierał rozwój elektromobilności poprzez dopłaty do zakupu samochodów zeroemisyjnych. W efekcie, choć nowych samochodów elektrycznych w Polsce przybyło ponad 16 tys. sztuk, to było to nieznacznie mniej niż jeszcze rok wcześniej.

Brak jasnej kontynuacji programu spowodował chwilowe wyhamowanie sprzedaży aut elektrycznych, a wielu potencjalnych klientów

Sprzedaż nowych samochodów osobowych w Polsce w 2024 roku



Źródło: IBRM Samar

Wzrost sprzedaży nowych pojazdów nastąpił pomimo dalszego wzrostu cen nowych samochodów. Według danych IBRM Samar,

średnia cena nowego auta przekroczyła 180 tys. zł. Przyczyną były m.in. rosnące koszty surowców, inflacja, ale wpływ na średnią cenę

– zarówno prywatnych, jak i flotowych – wstrzymywało decyzje zakupowe w oczekiwaniu na nową formę wsparcia. Nadzieje na rynku były bardzo duże, jednak uruchomiony w lutym program „NaszEauto” wielu z nich nie spełnił, zarówno pod względem wysokości dofinansowania, jak i warunków uzyskania wsparcia. Zamknięcie możliwości uzyskania dopłaty do auta elektrycznego dla firm (oprócz jednoosobowych działalności gospodarczych), wyłączenie z programu aut użytkowych i utrzymanie maksymalnej wartości pojazdu na poziomie

sprzed kilku lat to najczęściej wskazywane bariery w korzystaniu z dotacji. Rynekowi eksperci już teraz mówią głośno o możliwym spowolnieniu rozwoju elektromobilności w Polsce, ponieważ dotychczas to głównie firmy były nabywcami takich pojazdów. W efekcie część firm może zacząć rozważać inne alternatywy – np. hybrydy plug-in, które nadal pozwalają na częściowe obniżenie emisji, ale oferują większą elastyczność w warunkach ograniczonej infrastruktury ładowania oraz niepewności związanej z wartością rezydualną takich samochodów.

Rejestracje nowych pojazdów zelektryfikowanych w 2024 roku

 OSOBOWE	STYCZEŃ-GRUDZIEŃ 2024 (SZTUKI/ZMIANA R/R)	 DOSTAWCZE	STYCZEŃ-GRUDZIEŃ 2024 (SZTUKI/ZMIANA R/R)
ELEKTRYCZNE	16 564 ↘ -3%	ELEKTRYCZNE	1 867 ↘ -24%
WODOROWE	12 ↘ -86%	HYBRYDY/ HYBRYDY PLUG-IN	310 ↗ +303%
HYBRYDY PLUG-IN	14 990 ↗ +13%	CNG/LNG	8 ↘ -86%
HYBRYDY	248 531 ↗ +31%		

Źródło: Polski Związek Przemysłu Motoryzacyjnego

Witold Skolasiński
Fleet Sales Manager

FLEET SALES & USED CARS DEPARTMENT
HYUNDAI



Dla Hyundai Motor Poland kanał flotowy jest bardzo istotny. Jesteśmy mocnym graczem na tym rynku i staramy się podążać za flotowymi trendami. Oto w jakim kierunku rozwija się ten obszar biznesu.

Odnotowaliśmy, że zarówno dla nas, jak i dla głównych konkurentów, pierwsze dwa miesiące rynku były dobrym okresem intensywnej sprzedaży. Rynek flotowy jest powiązany z koniunkturą gospodarczą, poziomem konsumpcji i skłonnością przedsiębiorców do inwestycji. W największym skrócie: rynek flotowy w Polsce jest stabilny z niewielkim, statym trendem wzrostowym.

To oczywiście, że regulacje UE mają wpływ na kształt naszego rynku. Największą dynamikę wzrostu odnotowują hybrydy (HEV). Mają wysoką wartość rezydualną, w warunkach miejskich zużywają niewiele paliwa. To auta wybierane zarówno przez duże floty, jak i MŚP. Samochody czysto elektryczne (BEV) to auta wybierane przez duże firmy oraz częściej w przetargach publicznych. Mali przedsiębiorcy wybierają je rzadko. Hybrydy plug-in to nisza obecna w dużych firmach przy formule zakupu user chooser.

Hyundai ma bardzo szeroką ofertę modeli i wersji napędowych. Mamy niewielkie auta miejskie (INSTER, i20), mniejsze crossovery (BAYON, KONA), SUV-y (TUCSON i SANTA FE), nowoczesne modele linii IONIQ (5,6 – a niebawem także 9). Do tego wodorowe NEXO, duży hybrydowy van STA-

RIA. I co najważniejsze – w Hyundai da się kupić każdą wersję napędową: auto spalinowe, hybrydę HEV i PHEV oraz elektryka (z technologią 400 lub 800 V). Warto wspomnieć także o modelu i30. Obok TUCSON-a to jeden z najlepiej sprzedających się naszych modeli w Polsce.

Odbiorcy flotowi lubią samochody bezproblemowe. Hyundai ma wysoki poziom bezawaryjności, bezpłatną 5-letnią gwarancję bez limitu kilometrów (model STARIA: 3-letnią). Standardem rynkowym jest gwarancja 2- lub 3-letnia. My dajemy dużo więcej. Do tego mamy tzw. wysoką RV-kę, czyli niską utratę wartości. To przekłada się na niższą ratę miesięczną. Dużo uwagi przykładamy także do jakości obsługi serwisowej, wdrażając program Hyundai Business. Jakość tej obsługi ma kluczowe znaczenie dla mniejszych przedsiębiorców, którzy są wiernymi klientami wtedy, gdy otrzymują jakościową obsługę serwisową od lokalnego dealera.

Reasumując: rynek flotowy jest w dobrej formie, ale panuje na nim spora konkurencja. Dołożymy wszelkich starań, aby ukroić z niego jak największy kawałek tortu. Świeża gama modelowa i szeroka oferta modeli pozwala nam optymistycznie patrzeć w przyszłość.

Krzysztof Kępka Head of Fleet

BYD EUROPE B.V.



Rynek sprzedaży nowych samochodów do firm w Polsce ma przed sobą ogromne perspektywy rozwoju. Z Barometru Flotowego wynika, że Polska zajmuje drugie miejsce w Europie pod względem ogólnego potencjału wzrostu flot (31%), wyprzedzając takie kraje jak Hiszpania, Francja czy Wielka Brytania. Jeszcze lepiej wygląda sytuacja w segmencie samochodów użytkowych – 39% prognozowanego wzrostu stawia Polskę na drugim miejscu w Europie, zaraz po Grecji.

Na wzrost flot samochodowych w naszym kraju wpływa kilka czynników. Przede wszystkim dynamiczny rozwój firm (79%) generuje rosnącą potrzebę transportowe, co bezpośrednio przekłada się na decyzje zakupowe w sektorze flotowym. Istotną rolę odgrywa również polityka HR – aż 34% firm wskazuje, że oferowanie samochodów służbowych wspiera proces rekrutacji i utrzymania pracowników, stanowiąc ważny element motywacyjny. Coraz większe znaczenie zyskują również wewnętrzne systemy car sharingu (32%), które umożliwiają efektywne współdzielenie pojazdów wśród pracowników, co dodatkowo zwiększa zapotrzebowanie na nowe modele i wspiera rozwój innowacyjnych rozwiązań we flotach.

Z kolei wzrost zainteresowania napędami alternatywnymi w Polsce wskazuje na rosnące znaczenie ekologii i redukcji kosztów operacyjnych. Planowane wdrożenie przynajmniej jednej technologii napędów alternatywnych w 63% flot samochodów osobowych w Polsce w perspektywie 3 lat podkreśla rosnącą świadomość firm w tym zakresie.

Chociaż Polska odbiega od średnich europejskich w adopcji pojazdów elektrycznych (BEV – 25% vs. 39% w Europie), marki takie jak BYD i Denza, które mają silne zaplecze w produkcji pojazdów elektrycznych, mogą być liderami wypełniającymi tę lukę.

Marki BYD i Denza, dysponujące innowacyjnymi rozwiązaniami w zakresie pojazdów elektrycznych i hybrydowych, mają szansę odegrać kluczową rolę w transformacji flot firmowych w Polsce. Ich obecność może przyspieszyć proces przechodzenia na napędy alternatywne w firmowych flotach, wzmocnić pozycję Polski jako jednego z europejskich liderów wzrostu flot w perspektywie najbliższych lat, a także skutecznie odpowiadać na potrzeby firm związane z poprawą wizerunku oraz redukcją kosztów paliwa – dwóch kluczowych czynników sprzyjających adopcji technologii alternatywnych.

Polska, ze swoim wysokim potencjałem wzrostu flot, otwiera ogromne możliwości zarówno dla lokalnych dealerów, jak i dla globalnych marek wchodzących na rynek. Włączenie BYD i Denza do grona dostawców dla sektora flotowego może przyczynić się do zrewolucjonizowania tego segmentu, jednocześnie spełniając rosnące wymagania polskich przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju oraz innowacyjności.





METODOLOGIA AMO

METODOLOGIA AMO

ARVAL MOBILITY OBSERVATORY TO THINK TANK ZAŁOŻONY W 2002 R. WE FRANCJI Z INICJATYWY GRUPY BNP PARIBAS ORAZ FIRMY ARVAL.

ORGANIZACJA DZIAŁA OBECNIE W 30 KRAJACH ŚWIATA I W RAMACH PROJEKTU „BAROMETR FLOTOWY” PROWADZI TAM NIEZALEŻNE, USTANDARYZOWANE BADANIE RYNKU FLOTOWEGO.

BADANIE PROWADZONE PRZEZ IPSOS NA ZLECENIE AMO JEST NIEZALEŻNE, A JEGO CELEM JEST ZEBRANIE DANYCH I OKREŚLENIE TRENDÓW ZWIĄZANYCH Z MOBILNOŚCIĄ PRACOWNIKÓW. WYNIKI BADANIA POZWALAJĄ TEŻ NA OPISANIE ZMIAN ZACHODZĄCYCH NA RYNKACH FLOTOWYCH, JAK RÓWNIEŻ NA NAKREŚLENIE PERSPEKTYW ROZWOJU RYNKU W POSZCZEGÓLNYCH KRAJACH.

W TEGOROCZNYM BADANIU SPRAWDZONO JAK KRÓTKOTERMINOWE ZMIANY KSZTAŁTUJĄ RYNEK, NA JAKIE POJAZDY CZEKA RYNEK W PERSPEKTYWIE NAJBLIŻSZYCH 3 LAT ORAZ JAK ROZWIĄZANIA MOBILNE WPŁYWAJĄ NA ZARZĄDZANIE FLOTĄ.



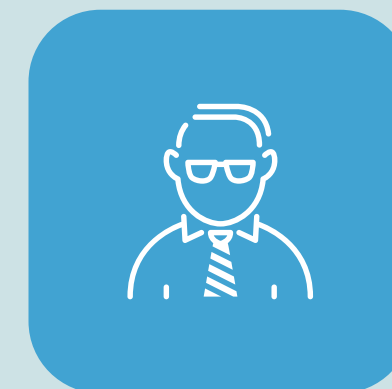
METODA BADANIA

CATI
(Computer-Assisted
Telephone Interviewing)



OKRES BADANIA

2024 R.
SIE
26
↓
LIS
8
2024 R.



GRUPA DOCELOWA

Zarządzający
flotami samochodowymi
w firmach, w których
użytkowany jest
minimum 1 pojazd służbowy



PRÓBA

Całkowita: **8 615** w 30 krajach

W Polsce wg wielkości firm:

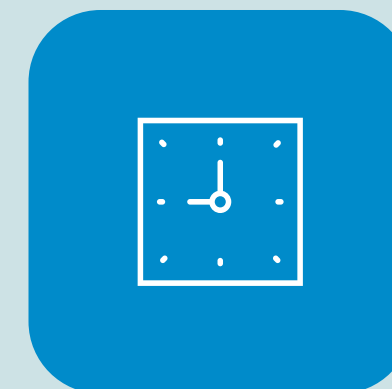
158 w firmach
od 1 do 99 pracowników

142 w firmach
ponad 100 pracowników



BADANE FIRMY W POLSCE WG SEKTORÓW

10% budowlane
44% przemysł
27% usługi
19% handel



DŁUGOŚĆ WYWIADU

20 minut