

Badanie opinii wśród użytkowników portali motoryzacyjnych

 **moto.pl**

MINDS
& ROSES

SPIS TREŚCI

- Wprowadzenie i informacja o badaniu ([slajdy 3-6](#))
- Odwiedzane portale motoryzacyjne ([slajdy 7-13](#))
- Sytuacja finansowa użytkowników ([slajdy 14-16](#))
- Środki transportu w gospodarstwie domowym ([slajdy 17-20](#))
- Zakup i plany zakupowe samochodu w gospodarstwie domowym ([slajdy 21-31](#))
- Mobilność i bezpieczeństwo w czasie pandemii ([slajdy 33-43](#))
- Użytkowanie samochodu a środowisko ([slajdy 44-49](#))
- Mocne strony użytkownika Moto.pl ([slajdy 51-57](#))
- Uczestnicy badania ([slajd 59-61](#))

ZAPRASZAMY W PODRÓŻ DO PRZYSZŁOŚCI MOTORYZACJI

Ostatnie miesiące znacząco wpłynęły na zmiany nawyków konsumenckich. Przede wszystkim przyspieszył proces **digitalizacji**, która wkroczyła właściwie do każdej dziedziny naszego życia. Tę zmianę odczuwa już także branża motoryzacyjna. Szacuje się, że wkrótce ponad 25% klientów może kupować online. To olbrzymia szansa dla marketerów, ale też niemałe wyzwanie.

Wyraźnym trendem obserwowanym w motoryzacji jest również **ekologia**. Kryzys klimatyczny wymusza na nas wszystkich szukanie rozwiązań jak najbardziej przyjaznych środowisku. Coraz więcej samochodów posiada już napęd elektryczny, a do 2030 roku ponad połowa pojazdów nie będzie napędzana przez silniki spalinowe.

Dla użytkowników samochodów jeszcze ważniejsze stało się także **bezpieczeństwo**. Pandemia sprawiła, że wielu z nich uznało przemieszczanie się własnym autem za dużo bezpieczniejsze niż korzystanie z komunikacji miejskiej.

Na wszystkich zmianach w branży motoryzacyjnej skupia się Moto.pl, czyli serwis łączący w sobie motoryzację, biznes i eko-trendy. Jego twórcy doskonale wiedzą, że jednym z największych wyzwań w najbliższych latach będzie digitalizacja branży moto, a sprzedaż samochodów w e-commerce przyspieszy. To dlatego na Moto.pl stworzony został wirtualny showroom, w którym konsumenci mogą oglądać samochody bez wychodzenia z domu. To rozwiązanie na nowe czasy pozwala dotrzeć do szerokiej grupy odbiorców, co odegrało niezwykle ważną rolę w okresie pandemicznych ograniczeń.

Wszystkie zmiany spowodowane wybuchem epidemii koronawirusa stały się dla twórców serwisu Moto.pl punktem wyjścia do zastanowienia się nad tym, jak przełożą się one na funkcjonowanie całej branży moto. Czy konsumenci faktycznie chętniej będą kupować w kanale online? Jak pandemia wpłynęła na potrzebę mobilności? Jak wyglądają plany zakupowe potencjalnych klientów na najbliższe miesiące? Odpowiedzi na te i wiele innych pytań znajdują Państwo w niniejszym raporcie. Mamy nadzieję, że okaże się on pomocny w ocenie nastrojów konsumenckich w branży motoryzacyjnej.

W ROK PO LOCKDOWNIE

Dokładnie dwanaście miesięcy po pierwszym lockdownie sprawdziliśmy wspólnie z portalami Gazeta.pl i Moto.pl jak okres pandemii wpłynął na postawy wobec motoryzacji wśród internautów.

Ze względu na przyspieszającą digitalizację ścieżki konsumenta postanowiliśmy między innymi zweryfikować, jakie serwisy i portale motoryzacyjne oraz jak często odwiedzają internauci. Czy tylko przeglądają ogłoszenia, czy poszukują również innych treści?

Niezwykle interesujące dla nas, ale też z punktu widzenia potencjalnych czytelników raportu, było sprawdzenie, jak pandemia wpłynęła na decyzje zakupowe odnośnie samochodów w gospodarstwach domowych internautów. Wiele czynników mogło wpłynąć na ograniczenie zakupów nowych i używanych samochodów przez konsumentów – pogorszenie sytuacji ekonomicznej gospodarstw domowych wywołane pandemią, poczucie niepewności sytuacji, zmniejszona podaż aut na rynku pierwotnym i wtórnym, a w końcu – rosnące ceny samochodów. Czy rzeczywiście ograniczyło to myślenie o nowych czterech kółkach, a jeśli tak to w jakim stopniu? Odpowiedzi na te pytania znajdziecie Państwo w trakcie lektury raportu.

W naszym badaniu nie mogliśmy nie poruszyć kwestii związanych z ekologią. Dynamiczne zmiany na rynku wywołane nie tylko wprowadzonymi normami emisji CO2 lecz generalnie globalnym trendem związanym z dostarczeniem konsumentom coraz bardziej ekologicznych rozwiązań, również na rynku motoryzacyjnym, powodują mocny zwrot w polityce produktowej i komunikacyjnej marek.

Czy zatem konsumenci są gotowi na zmianę swoich zachowań, aby w mniejszym stopniu negatywnie oddziaływać na środowisko naturalne? Jak oceniają różne pro-ekologiczne inicjatywy? Wreszcie, czy w auta z napędem alternatywnym chętniej przesiądą się aktualni użytkownicy benzyn czy dieseli?

W imieniu agencji badawczej Minds & Roses zachęcam gorąco do zapoznania się ze szczegółami projektu w niniejszym raporcie.

Serdecznie pozdrawiam i życzę przyjemnej lektury,
Michał Roszkowski



PANDEMIA TRWALE ODMIENIŁA RYNEK



Pandemia miała olbrzymi wpływ na branżę motoryzacyjną.

Z jednej strony producenci samochodów byli zmuszeni zatrzymać produkcję aut, a z drugiej, w tym samym momencie, zniknął całkowicie popyt. To sytuacja bez precedensu.

Wszyscy zastanawiali się, co będzie dalej. Czy poszczególne marki przetrwają? Jak potężny będzie wywołany pandemią kryzys gospodarczy?

Te pytania zadawaliśmy sobie też my, wydawcy mediów motoryzacyjnych. W Moto.pl skupiliśmy się na tym, by się dostosować i poszukać szans.

Ale to nie wszystko. Skutki pandemii będziemy odczuwać jeszcze wiele lat. Żeby móc sprostać wyzwaniom przyszłości, stwierdziliśmy, że chcemy lepiej zrozumieć zmiany, jakie zaszły przez ponad rok w zachowaniach konsumentów i wśród naszych czytelników. Stąd to badanie i raport pełen interesujących wniosków.

Zachęcam do lektury,
Tomasz Korniejew
Dyrektor Moto.pl

INFORMACJE O BADANIU

Raport przedstawia wyniki badania, które zostało przeprowadzone techniką CAWI w dniach od 24 marca do 1 kwietnia 2021 wśród 600 użytkowników portali motoryzacyjnych, którzy wchodzi na strony internetowych serwisów motoryzacyjnych i/lub przeglądają ich profile w mediach społecznościowych przynajmniej raz w tygodniu, przy czym dla użytkowników następujących portali próba wynosiła minimum N=100:

autokult.pl / auto-swiat.pl / moto.pl / motoryzacja.interia.pl



Odwiedzane portale motoryzacyjne



Wnioski

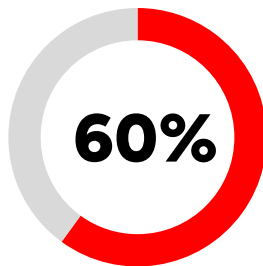
PORTALE MOTORYZACYJNE

- Nawet w grupie regularnych użytkowników portali internetowych o tematyce motoryzacyjnej zasięganie opinii u członków rodziny i znajomych pozostaje istotnym źródłem informacji na temat ofert motoryzacyjnych. **Z doświadczeń znajomych osób korzysta 39% badanych.**
- Najczęściej odwiedzanymi portalami są te, na których zamieszczane są oferty sprzedaży samochodów. **Liderem jest Otomoto.pl** (58% respondentów wymieniło tę nazwę spontanicznie, a 83% odwiedza ten portal przynajmniej raz w tygodniu).
- Pominąwszy oferty, użytkowników portali motoryzacyjnych interesują **newsy/nowości (65%) i testy samochodów (64%)**. Tematyką ekologiczną w kontekście przemysłu motoryzacyjnego i użytkowania samochodu zainteresowany jest co trzeci badany.

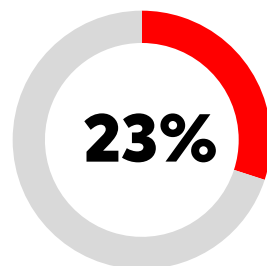


ZNAJOMOŚĆ SPONTANICZNA PORTALI MOTORYZACYJNYCH

Wśród serwisów Top of mind użytkownicy badania wskazują najczęściej:



Internetowe
serwisy
ogłoszeniowe



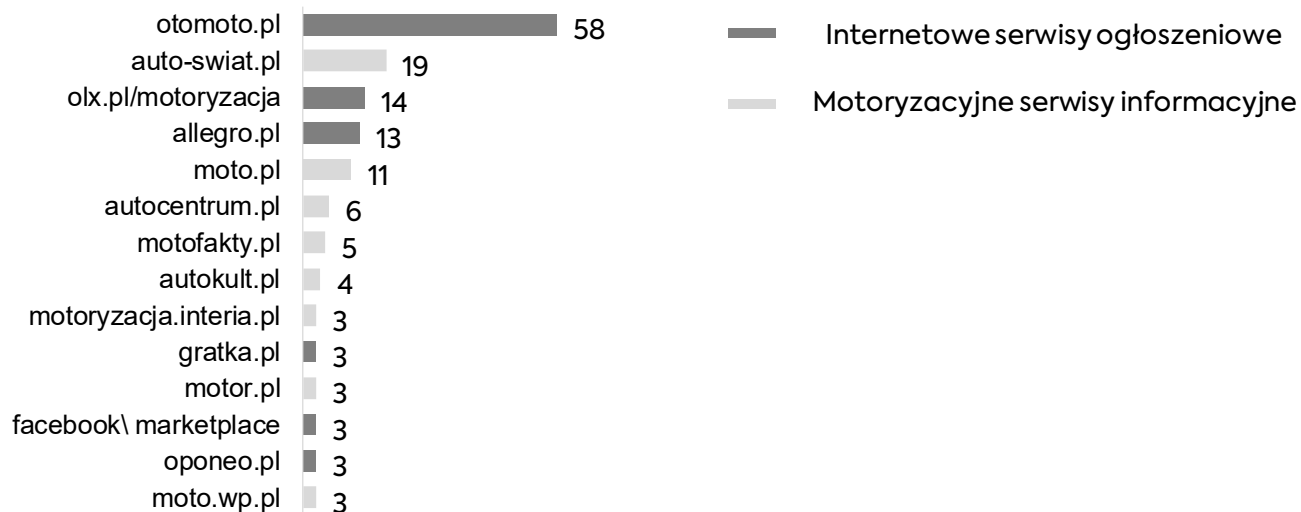
Motoryzacyjne
serwisy
informacyjne

ZNAJOMOŚĆ SPONTANICZNA PORTALI MOTORYZACYJNYCH

Ponad połowa (58%) użytkowników portali motoryzacyjnych spontanicznie wymienia portal Otomoto.pl, następny w kolejności Auto-swiat.pl wskazuje 19% badanych.

Serwis Moto.pl plasuje się na drugiej pozycji pod względem znajomości spontanicznej wśród serwisów moto informacyjnych.

Jakie nazwy stron/ portali internetowych o tematyce motoryzacyjnej przychodzą Ci do głowy? [%]

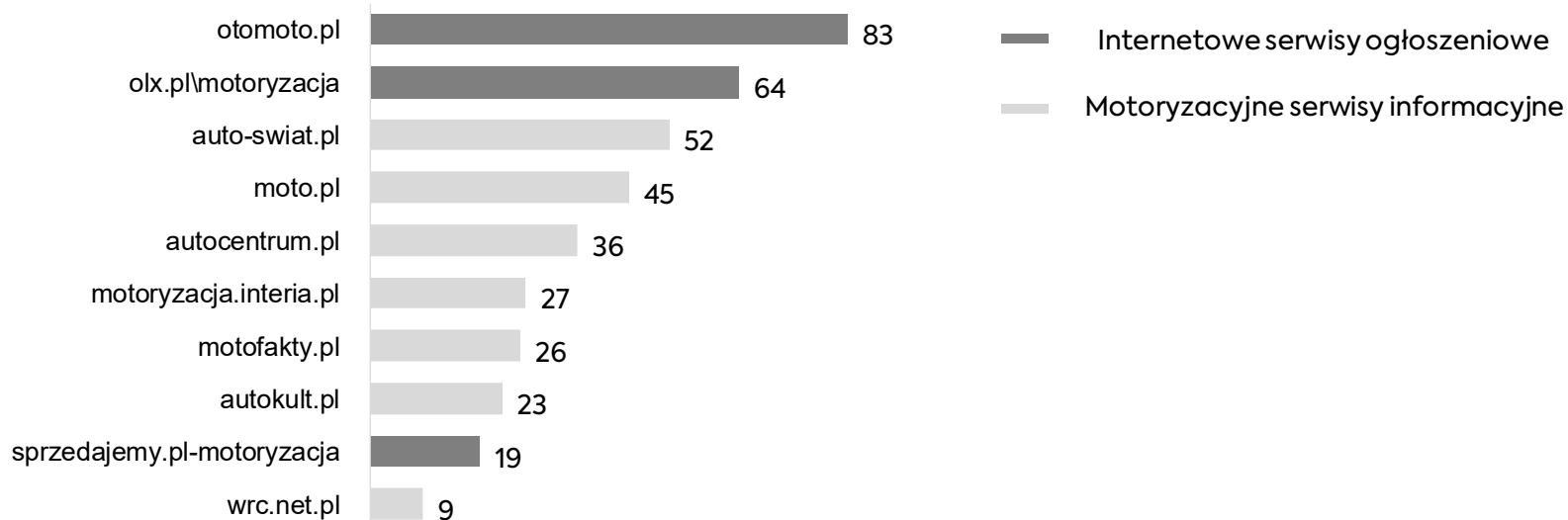


KORZYSTANIE Z PORTALI MOTORYZACYJNYCH

Najczęściej odwiedzane są portale z ofertami sprzedaży samochodów.

Wśród serwisów moto informacyjnych najczęściej odwiedzany jest serwis Auto-swiat.pl, drugie miejsce zajmuje serwis **Moto.pl**, a podium zamyka serwis Autocentrum.pl.

Na które z poniższych portali motoryzacyjnych wchodzisz przynajmniej raz w tygodniu lub przeglądasz ich profile w mediach społecznościowych przynajmniej raz w tygodniu? [%]



INFORMACJE POSZUKIWANE NA PORTALACH MOTORYZACYJNYCH

Newsy poświęcone motoryzacji oraz testy samochodów to najczęściej poszukiwane informacje na portalach motoryzacyjnych.

Jakich informacji szukasz na portalach/serwisach motoryzacyjnych?

65%

Newsów poświęconych motoryzacji

64%

Testów samochodów

49%

„Trików”/porad dotyczących napraw samochodów

46%

Prezentacji nowych modeli

44%

Przepisów drogowych, aktów prawnych związanych z motoryzacją, ruchem drogowym

31%

Artykułów opisujących połączenie ekologii i motoryzacji

31%

Ofert dealerów

ŹRÓDŁA INFORMACJI O OFERTACH MOTORYZACYJNYCH

Pomimo różnorodności źródeł informacji na temat ofert motoryzacyjnych w internecie (portale, materiały video, social media, fora itd.), ważnym źródłem informacji pozostają znajomi i rodzina.

Skąd czerpiesz informacje na temat ofert motoryzacyjnych?

77%

Portale/serwisy
motoryzacyjne

43%

Filmy na
YouTube/
Vimeo

42%

Social media (np.
Facebook)

39%

Znajomi,
przyjaciele,
rodzina

37%

Fora internetowe

35%

Strony internetowe
dealerów
samochodowych

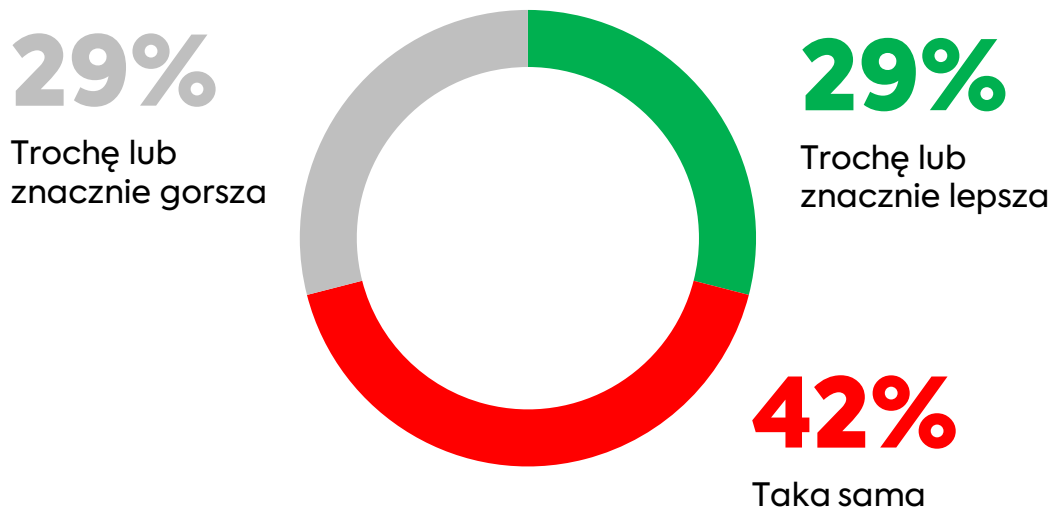
A photograph of two business people shaking hands over a desk. The desk has documents, a pen, a calculator, and a small orange toy car. The background is a bright office setting.

Sytuacja finansowa użytkowników

SYTUACJA FINANSOWA W GOSPODARSTWIE DOMOWYM

W przypadku większości badanych **(71%)** sytuacja finansowa ich gospodarstwa domowego jest taka sama lub nawet lepsza niż przed pojawieniem się pandemii.

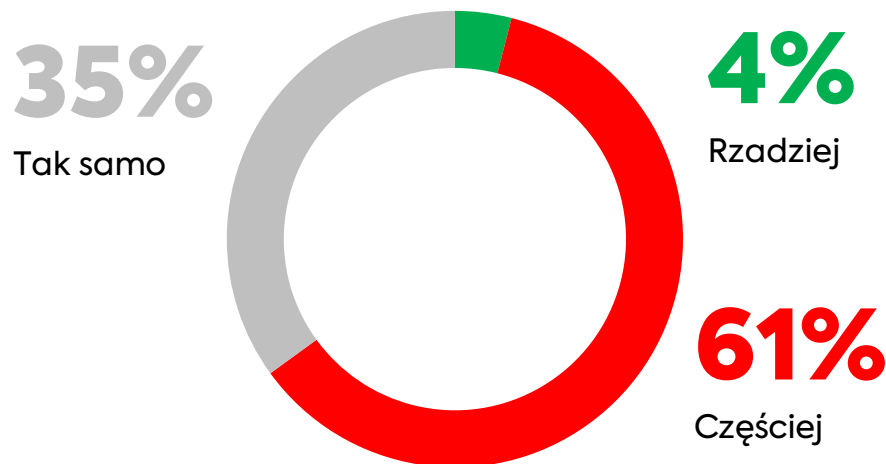
Jak oceniasz sytuację finansową swojego gospodarstwa domowego na przestrzeni ostatnich 12 miesięcy?



ZAKUPY ONLINE

Większość respondentów **(61%)** deklaruje, że w ich gospodarstwie domowym częściej niż przed pojawieniem się pandemii korzysta się z zakupów online.

Czy od pojawienia się pandemii w Twoim gospodarstwie domowym częściej korzysta się z zakupów online?





**Środki transportu
w gospodarstwie
domowym**

 **moto.pl**

**MINDS
& ROSES**

Wnioski

SAMOCHÓD W GOSPODARSTWIE DOMOWYM

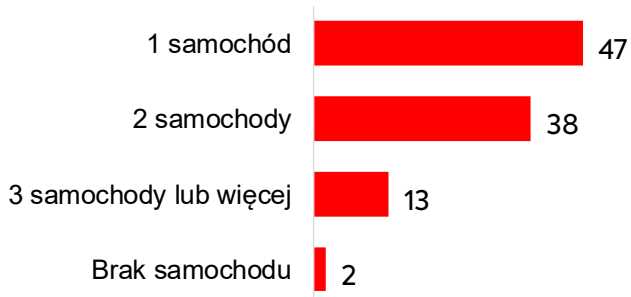
- 51% respondentów ma w swoim gospodarstwie domowym więcej niż jeden samochód. Im większe gospodarstwo domowe, tym wyższy odsetek posiadających co najmniej dwa samochody. Kolejny samochód potrzebny jest najbardziej na wsi, a w najmniejszym stopniu w dużych miastach. W dużym mieście posiadanie samochodu przez każdą dorosłą osobę w gospodarstwie domowym to ułatwienia komunikacyjne, na wsiach – często konieczność, jeśli chce się być mobilnym.
- Wśród posiadanych samochodów dominują te z silnikiem benzynowym (68%). Posiadanie samochodu z silnikiem elektrycznym zadeklarowało 6% badanych.



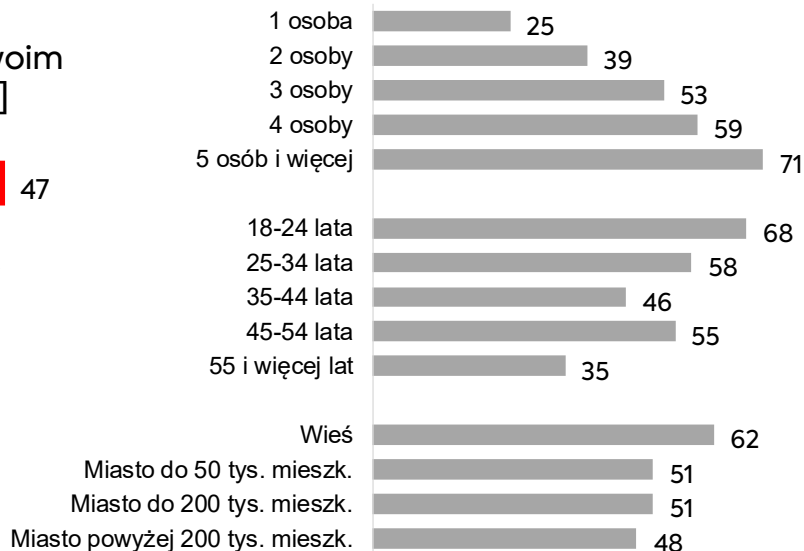
ŚRODKI TRANSPORTU W GOSPODARSTWIE DOMOWYM

Co drugi regularny użytkownik internetowych serwisów motoryzacyjnych ma w swoim gospodarstwie domowym więcej niż jeden samochód. Im większe gospodarstwo domowe, tym wyższy odsetek posiadających co najmniej dwa samochody. Kolejny samochód potrzebny jest najbardziej na wsi, a w najmniejszym stopniu w dużych miastach.

Ile samochodów znajduje się w Twoim gospodarstwie domowym? [%]



Więcej niż jeden samochód w gospodarstwie domowym [%]



ŚRODKI TRANSPORTU W GOSPODARSTWIE DOMOWYM

Środkiem transportu, który najczęściej występuje w gospodarstwach domowych badanych kierowców jest samochód z silnikiem benzynowym. Dużą popularnością cieszą się też rowery.

Samochód z napędem hybrydowym lub elektrycznym posiada kilkanaście procent badanych.

Które z poniższych środków transportu są dostępne w Twoim gospodarstwie domowym?

68%

Samochód
z silnikiem
benzynowym

57%

Rower

43%

Samochód
z silnikiem
Diesla

25%

Samochód z
instalacją
LPG

18%

Skuter, motocykl,
motorower

15%

Hulajnoga

9%

Hulajnoga
elektryczna

8%

Samochód
z napędem
hybrydowym

6%

Samochód
z silnikiem
elektrycznym

5%

Rower elektryczny

5%

Skuter, motocykl,
motorower
z napędem elektrycznym



**Zakup i planowanie
zakup u samochodu
w gospodarstwie domowym**

 **moto.pl**

**MINDS
& ROSES**

Wnioski

ZAKUP SAMOCHODU

- Portale z ofertami sprzedaży aut są odwiedzane nie bez powodu – 65% ankietowanych użytkowników portali motoryzacyjnych kupiło samochód w ciągu ostatnich 12 miesięcy. Był to częściej samochód używany (44%; wśród badanych do 24 roku życia – 54%) niż nowy, z salonu (21%). 18% ankietowanych plany zakupowe pokrzyżowała pandemia i związane z nią niepewność lub gorsza sytuacja finansowa.
- 47% badanych, którzy kupili samochód, udało się zmieścić w zaplanowanym na ten cel budżecie, a 45% wydało więcej niż planowało.
- W czasie pandemii klienci częściej zaczęli korzystać z zakupów online. W przypadku zakupu samochodu w dalszym ciągu dominują jednak tradycyjne formy kontaktu. Zaledwie 5% badanych, którzy w ciągu minionych 12 miesięcy kupili nowy samochód w salonie, miało w trakcie tego procesu rozmowę online z doradcą. W przypadku większości proces ten przebiegał tradycyjnie – wizyta w salonie, jazda próba itd.



Wnioski cd.

ZAKUP SAMOCHODU

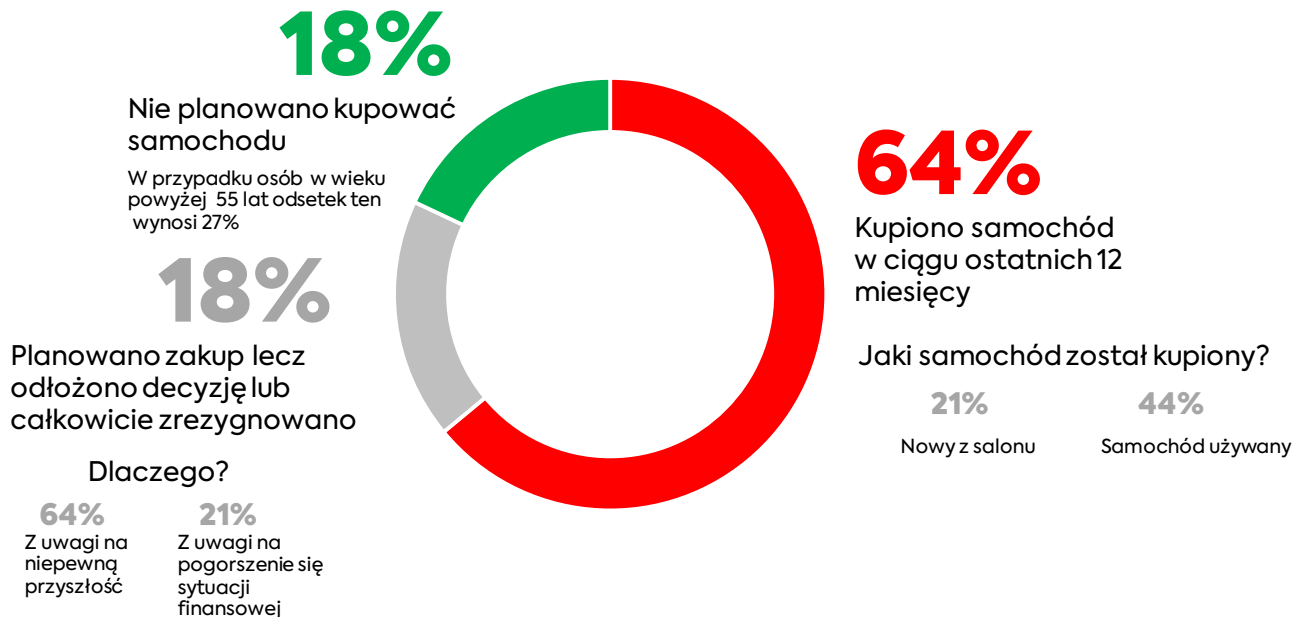
- Zapytaliśmy również respondentów, czy wyobrażają sobie proces zakupu samochodu całkowicie online, bez ani jednej wizyty w salonie samochodowym autoryzowanego dealera czy też dealera aut używanych. Więcej jest sceptyków niż entuzjastów takiego rozwiązania. Potrzeba zobaczenia samochodu przed zakupem i przejechania się nim jest w dalszym ciągu zbyt duża, by zdecydować się na kupno samochodu bez wychodzenia z domu.
- Zmieniają się za to samochody, które użytkownicy portali internetowych chcą kupić. Rośnie popularność samochodów z napędem hybrydowym, kosztem tych z silnikiem benzynowym i Diesla. Co czwarta osoba, która planuje zakup samochodu w ciągu najbliższego roku, chce, by był to samochód właśnie z napędem hybrydowym.



ZAKUP SAMOCHODU W CIĄGU MINIONYCH 12 MIESIĘCY

Testy samochodów czy prezentacje nowych modeli to informacje, których respondenci często poszukiwali na portalach motoryzacyjnych, a najczęściej odwiedzane strony to te z ofertami sprzedaży auta. Nic dziwnego – 65% spośród nich kupiło samochód w ciągu ostatnich 12 miesięcy. Był to częściej samochód używany niż nowy.

Które z poniższych stwierdzeń najlepiej opisuje Twoje zachowania zakupowe, jeśli chodzi o samochód w ciągu minionych 12 miesięcy?



N=600

ZAKUP SAMOCHODU W CIĄGU MINIONYCH 12 MIESIĘCY

64%

Ankietowanych kupiło
samochód w ciągu
ostatnich 12 miesięcy

11%

Wydałem
zdecydowanie więcej
niż planowałem

34%

Wydałem trochę
więcej niż
planowałem

47%

Wydałem tyle,
ile planowałem

8%

Wydałem mniej lub
zdecydowanie mniej
niż planowałem

Więcej niż
planowało
przeznaczyło na
zakup
samochodu 62%
nabywców
samochodów
nowych
i 36% nabywców
samochodów
używanych.

ZAKUP SAMOCHODU W CIĄGU MINIONYCH 12 MIESIĘCY

21%

Ankietowanych zakupiło nowy samochód z salonu w ciągu minionych 12 miesięcy

W procesie zakupu samochodu...

77% Odwiedziłem salon, aby obejrzeć samochód

48% Odbyłem jazdę próbną z handlowcem

26% Odbyłem jazdę próbną bez udziału handlowca

15% Został mi wypożyczony samochód do przetestowania na kilka godzin lub dłużej

6% Skorzystałem z usługi door to door (podstawienie samochodu w dowolne miejsce)

5% Miałem rozmowę video z doradcą/ prezentację online

MOTORYZACYJNE PLANY ZAKUPOWE NA KOLEJNYCH 12 MIESIĘCY

16%

TAK, planuję zakup nowego samochodu z salonu

20%

NIE planuję kupować samochodu

19%

TAK, planuję zakup samochodu używanego

15%

TAK, ale jeszcze nie wiem czy nowy z salonu czy używany

30%

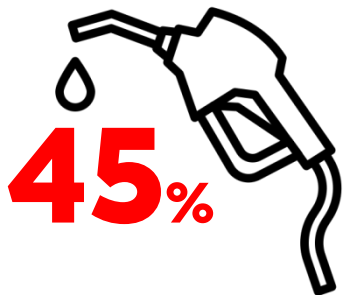
Nie podjęto jeszcze decyzji

Półowa badanych internautów ma w planach zakup samochodu w ciągu najbliższych 12 miesięcy.

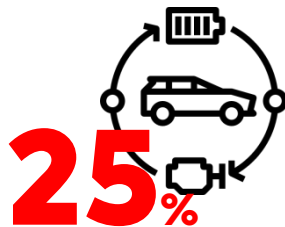
Co ciekawe, blisko połowa (48%) osób, które kupiły auto w ostatnim roku, nie odrzuca możliwości kolejnego zakupu samochodu w najbliższym czasie.

ROZWAŻANY NAPĘD PRZYSZŁEGO SAMOCHODU

Benzyzna



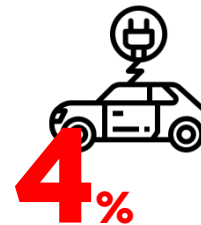
Hybryda



Diesel



EV



**Jeszcze
nie wiem**



MOTORYZACYJNE PLANY ZAKUPOWE NA KOLEJNYCH 12 MIESIĘCY

Rośnie popularność samochodów z napędem hybrydowym, kosztem tych z silnikiem benzynowym i Diesla.

Samochód
z silnikiem
benzynowym

68%



45%

Samochód
z silnikiem
Diesla

43%



17%

Samochód
z silnikiem
hybrydowym

8%



25%

Samochód
z silnikiem
elektrycznym

6%



4%

Ogółem
w gospodarstwie
domowym

Plany zakupu
na najbliższe
12 miesięcy

ROZWAŻANY NAPĘD PRZYSZŁEGO SAMOCHODU

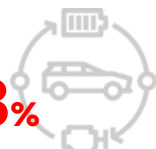
Posiadacze aut **benzynowych**

56%



Benzyna

23%



Hybryda

10%



Diesel

3%



EV

8%



**Jeszcze
nie wiem**

Posiadacze aut z silnikiem wysokoprężnym

31%



Benzyna

25%



Hybryda

30%



Diesel

4%



EV

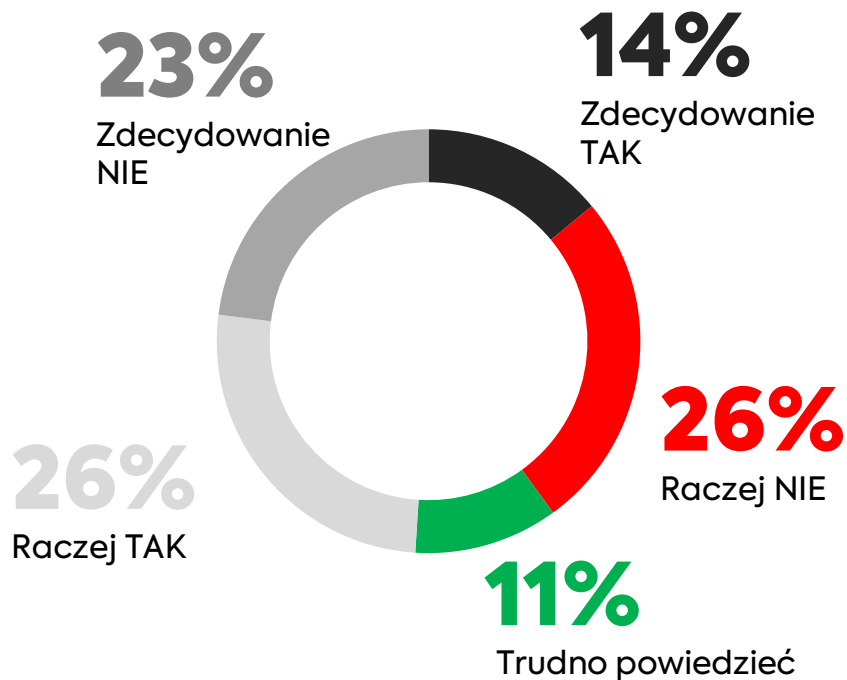
10%



**Jeszcze
nie wiem**

ZAKUP SAMOCHODU ONLINE – POSTAWY

Czy wyobrażasz sobie proces zakupu samochodu całkowicie online, bez ani jednej wizyty w salonie samochodowym autoryzowanego dealera, czy też u dealera aut używanych?



Wśród internautów jest nieco więcej sceptyków (49%) zakupów aut online, niż zainteresowanych takim rozwiązaniem (40%).

ZAKUP SAMOCHODU ONLINE – BARIERY

Pomimo rosnącej popularności zakupów online, więcej jest sceptyków niż entuzjastów takiego rozwiązania. Potrzeba zobaczenia samochodu przed zakupem i przejechania się nim jest duża.

51%

Potrzeba
zobaczenia
samochodu,
dotknięcia go

26%

Potrzeba odbycia
jazdy testowej

18%

Potrzeba
sprawdzenia
auta

12%

Brak poczucia
bezpieczeństwa
przy zakupie auta
online

10%

Potrzeba
sprawdzenia, czy
samochód
„pasuje” do
kierowcy

3%

Potrzeba
bezpośredniej
rozmowy z
handlowcem,
zdobycia więcej
informacji o aucie,
ponegocjowania



**Mobilność
i bezpieczeństwo
w czasie pandemii**

 **moto.pl**

**MINDS
& ROSES**

Wnioski

MOBILNOŚĆ W CZASIE PANDEMII

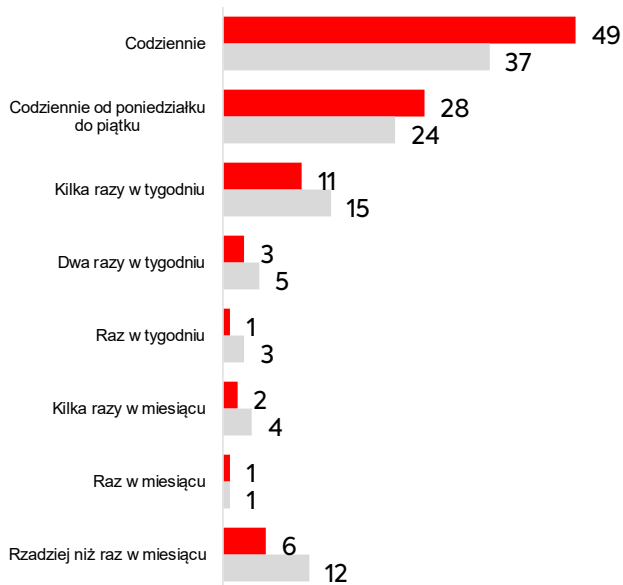
- Ograniczenie mobilności z uwagi na pandemię dotknęło wszystkich dziedzin życia. Jeśli chodzi o przemieszczanie się codziennie, spadek dotyczy w głównej mierze dojazdów do pracy. Z deklaracji badanych widać jednak także, że dojazdy w celu zrobienia stacjonarnych zakupów są obecnie dużo rzadsze. Bardziej popularny niż przed pandemią stał się model robienia zakupów raz w tygodniu, a nie częściej. Co ciekawe – osoby najbardziej aktywne pozazawodowo utrzymały ten stan (zamieniając zapewne przykładowo wyjście do kina na spotkanie z przyjaciółmi).
- Analizując, z jakich środków transportu badani korzystali przed pojawieniem się pandemii oraz obecnie, widzimy, że po roku funkcjonowania w tej odmiennej sytuacji raczej rezygnują w ogóle z przemieszczania się (lub też nie ma takiej potrzeby z uwagi na przykład na pracę zdalną) niż zmieniają środek transportu. Wzrost częstotliwości przemieszczania się samochodem kosztem transportu publicznego to zaledwie kilka punktów procentowych. Należy jednak pamiętać, że w badanej grupie tylko 20% respondentów przed pojawieniem się pandemii korzystało codziennie z transportu publicznego.



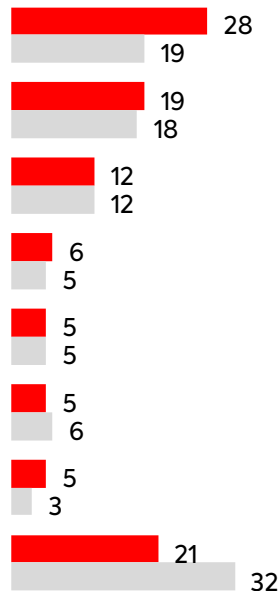
MOBILNOŚĆ W CZASIE PANDEMII

Jak często przed pojawieniem się pandemii przemieszczałeś się z następujących powodów, używając w tym celu jakiegoś środka transportu (nie pieszo), a jak wygląda to obecnie? [%]

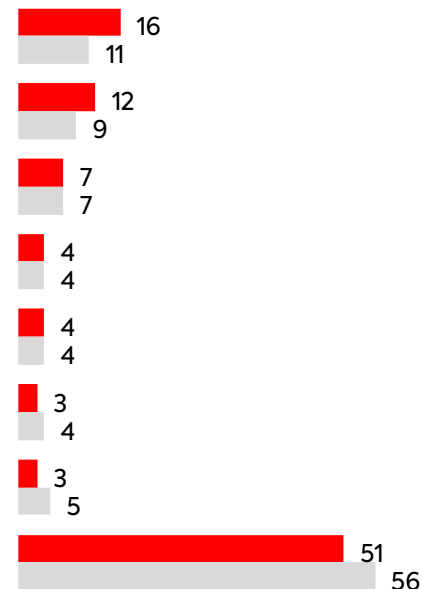
Dojazd do miejsca pracy



Wykonywanie pracy, podróże służbowe



Dojazd do miejsca nauki (szkoła, uczelnia)



Przed pojawieniem się pandemii

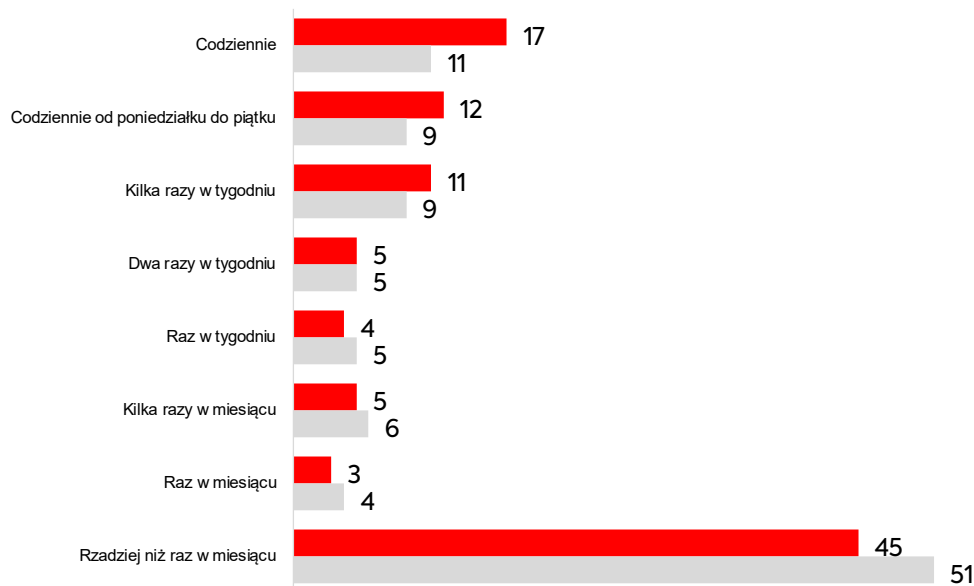
Obecnie

N=600

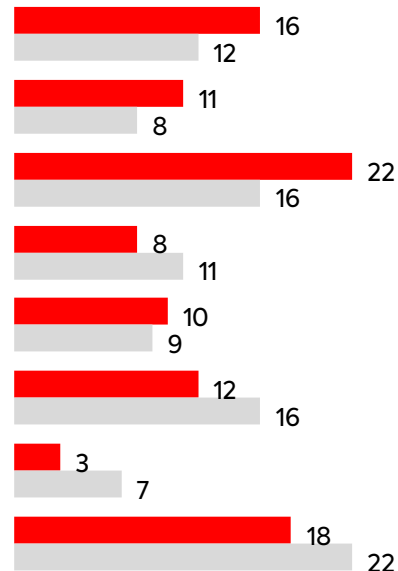
MOBILNOŚĆ W CZASIE PANDEMII

Jak często przed pojawieniem się pandemii przemieszczałeś się z następujących powodów, używając w tym celu jakiegoś środka transportu (nie pieszo), a jak wygląda to obecnie? [%]

Podwożenie dzieci do szkoły lub na zajęcia dodatkowe



Podwożenie innych członków rodziny/ gospodarstwa domowego



Przed pojawieniem się pandemii

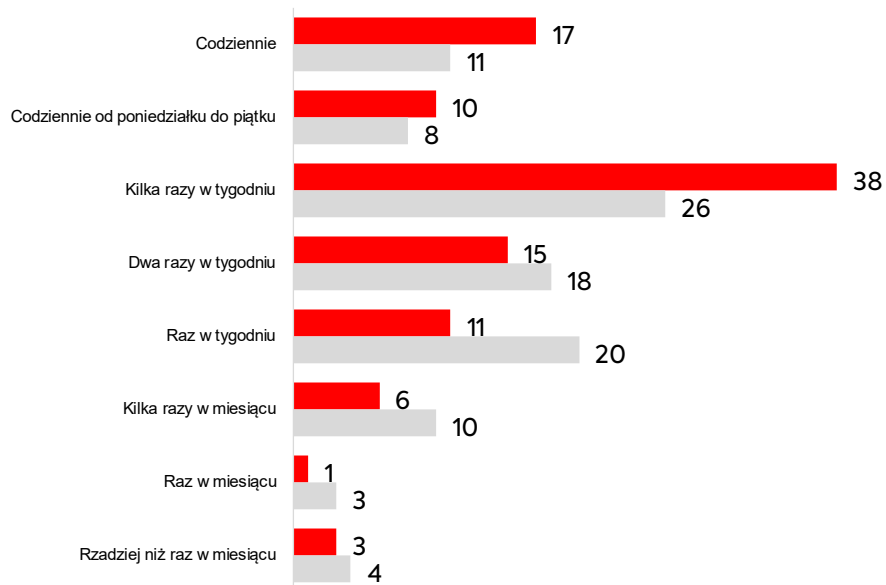
Obecnie

N=600

MOBILNOŚĆ W CZASIE PANDEMII

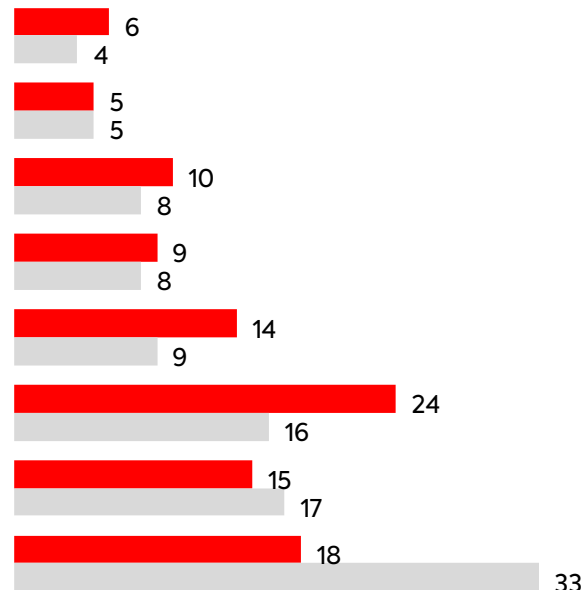
Jak często przed pojawieniem się pandemii przemieszczałeś się z następujących powodów, używając w tym celu jakiegoś środka transportu (nie pieszo), a jak wygląda to obecnie? [%]

Zakupy



N=600

Wizyta w urzędzie, banku, u lekarza itp.



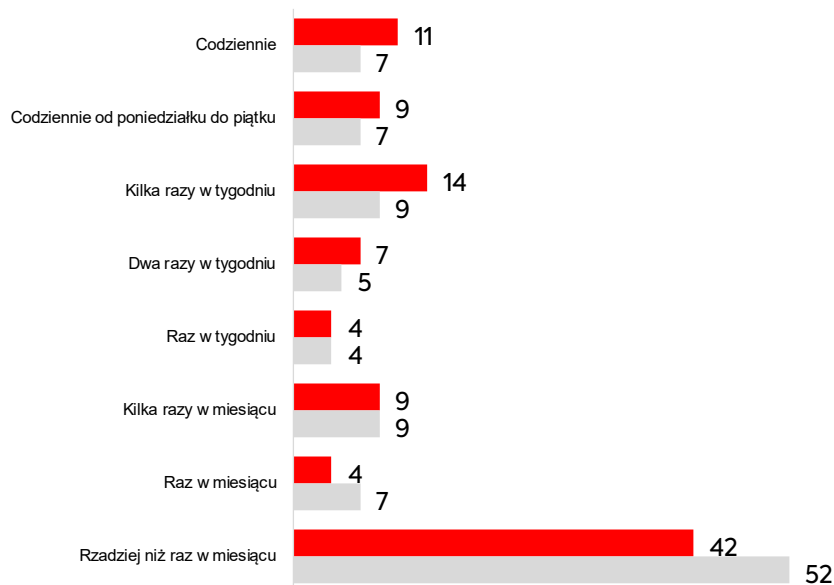
Przed pojawieniem się pandemii

Obecnie

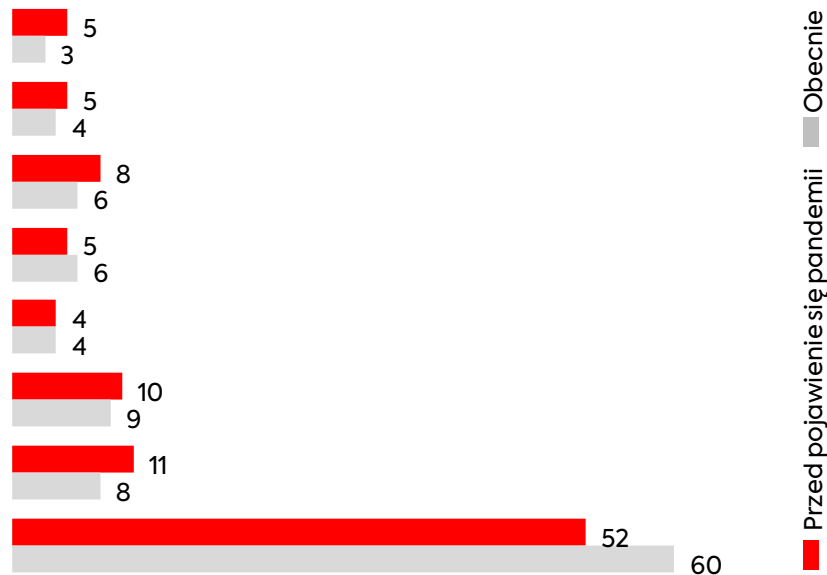
MOBILNOŚĆ W CZASIE PANDEMII

Jak często przed pojawieniem się pandemii korzystałeś (korzystałaś) z następujących środków transportu, a jak często korzystasz z nich obecnie? [%]

Korzystanie z transportu publicznego



Korzystanie z taksówek/ aplikacji do zamawiania transportu samochodowego

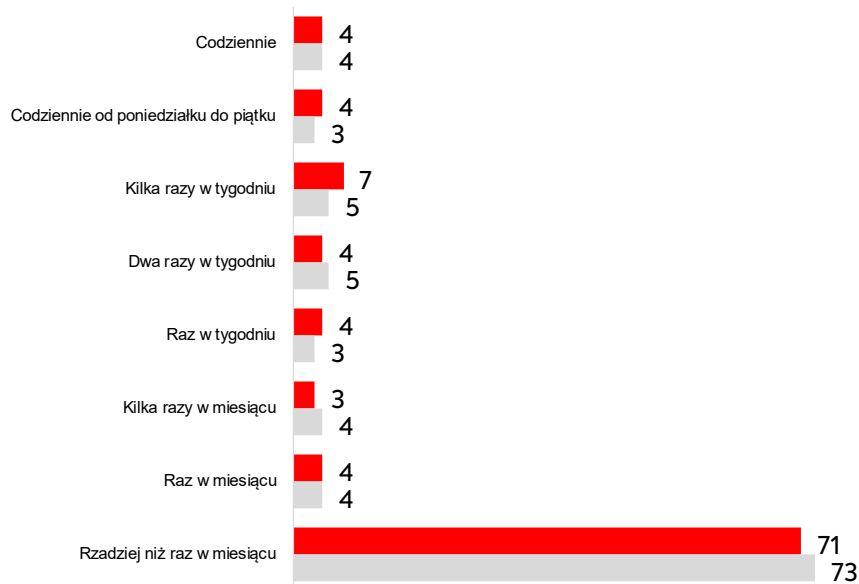


N=600

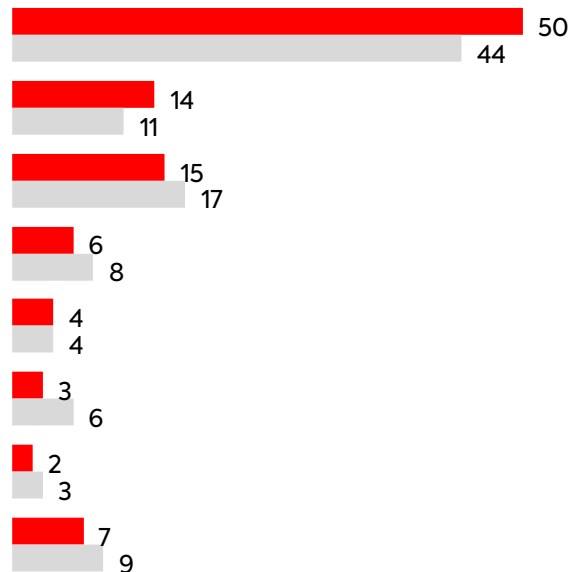
MOBILNOŚĆ W CZASIE PANDEMII

Jak często przed pojawieniem się pandemii korzystałeś (korzystałaś) z następujących środków transportu, a jak często korzystasz z nich obecnie? [%]

Korzystanie z car sharingu



Prowadzenie samochodu



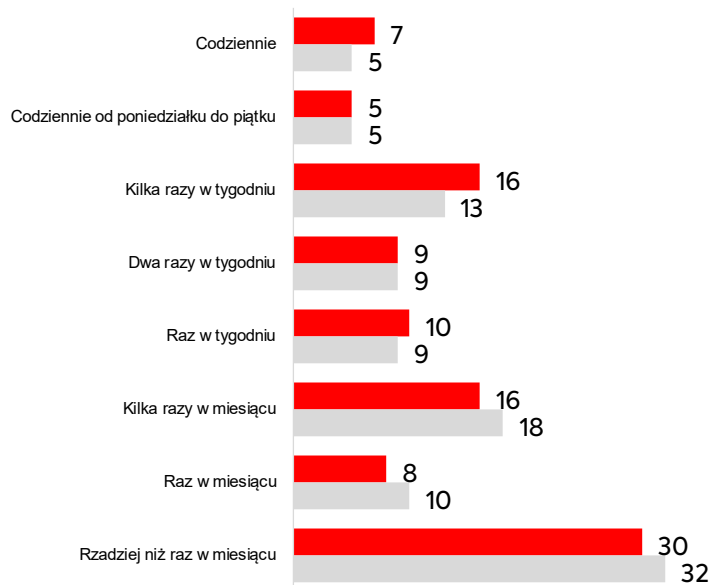
Przed pojawieniem się pandemii Obecnie

N=600

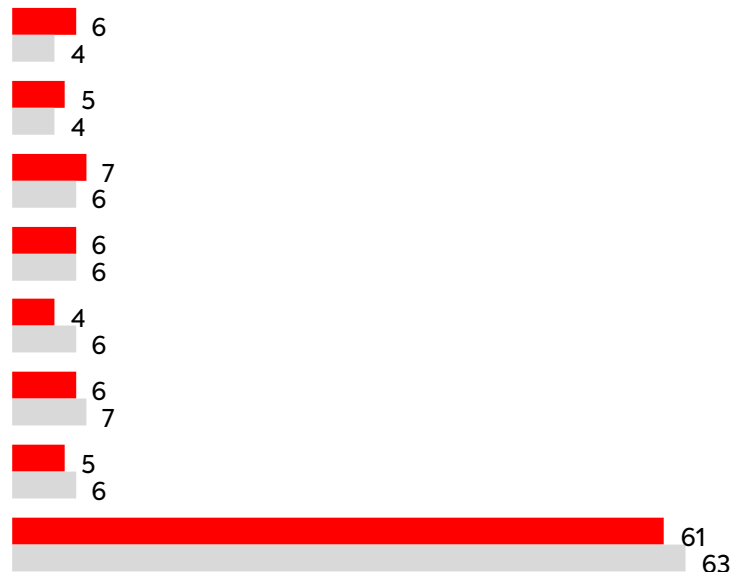
MOBILNOŚĆ W CZASIE PANDEMII

Jak często przed pojawieniem się pandemii korzystałeś (korzystałaś) z następujących środków transportu, a jak często korzystasz z nich obecnie? [%]

Jazda samochodem w roli pasażera



Jazda na skuterze, motocyklu, motorowerze



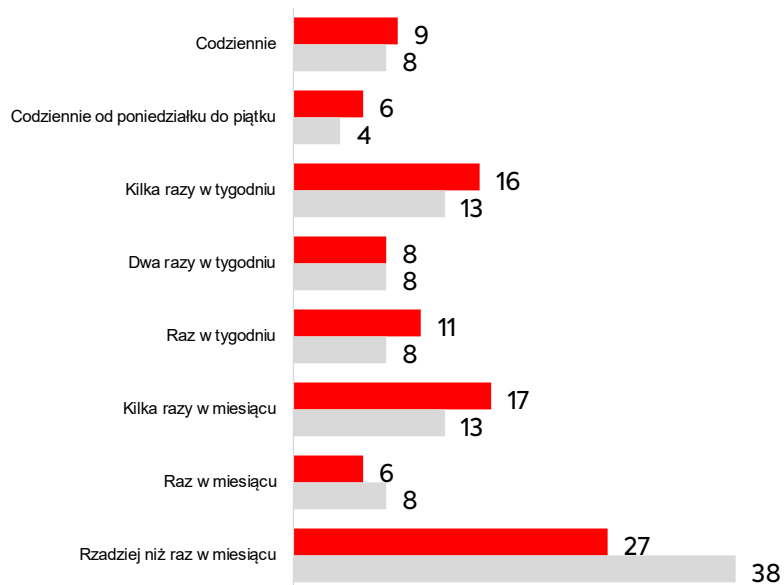
■ Przed pojawieniem się pandemii ■ Obecnie

N=600

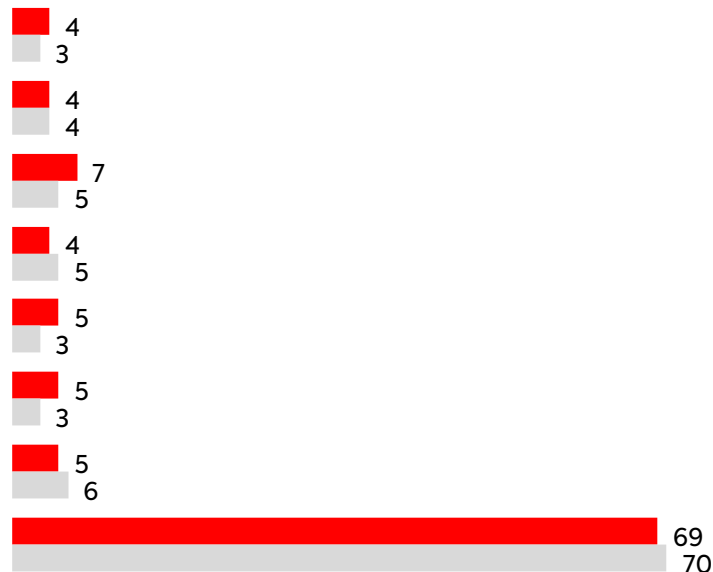
MOBILNOŚĆ W CZASIE PANDEMII

Jak często przed pojawieniem się pandemii korzystałeś (korzystałaś) z następujących środków transportu, a jak często korzystasz z nich obecnie? [%]

Jazda na rowerze



Jazda na hulajnodze elektrycznej

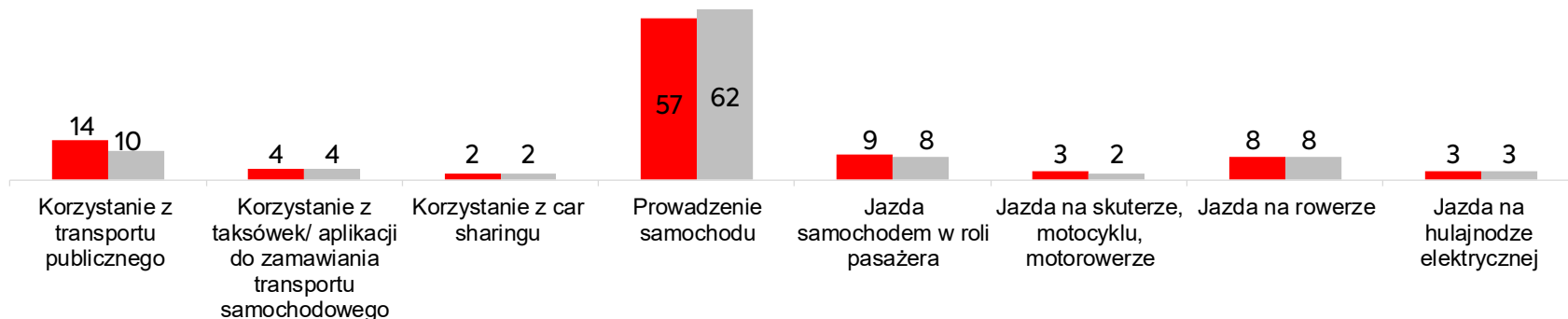


■ Przed pojawieniem się pandemii ■ Obecnie

N=600

MOBILNOŚĆ W CZASIE PANDEMII

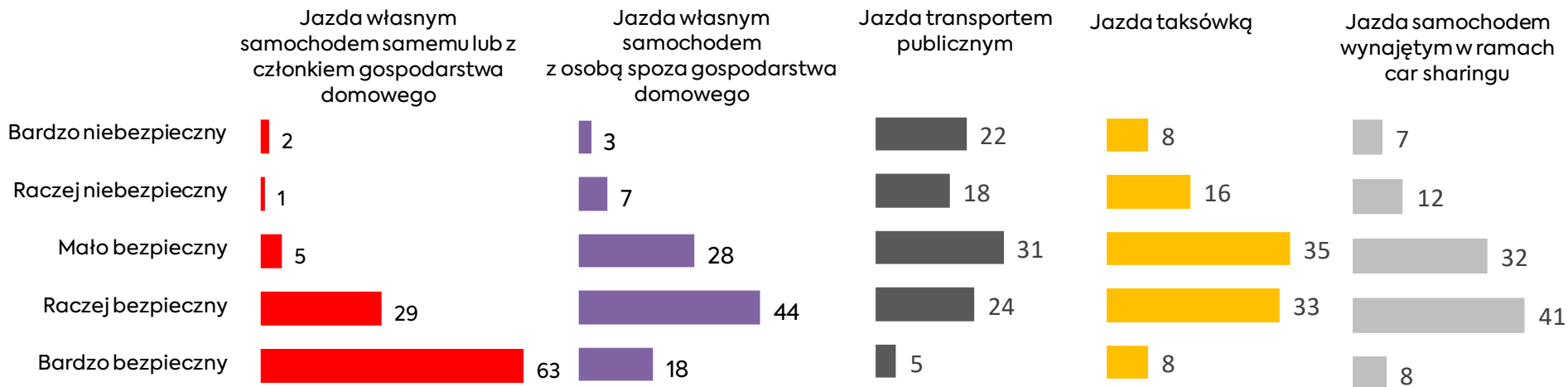
Pomyśl o swoim typowym tygodniu sprzed pandemii i obecnie. Przyjmij, że wszystkie sposoby przemieszczania się w Twoim typowym tygodniu stanowiły/stanowią 100%.
Jaki % stanowiły/stanowią poszczególne środki transportu? [% średnia]



BEZPIECZEŃSTWO PODRÓŻOWNIA W CZASIE PANDEMII

Podróżowanie transportem publicznym w czasach pandemii wydaje się mało bezpieczne albo wręcz niebezpieczne dla 71% badanych. Dla porównania, jazda własnym samochodem samemu lub z członkiem gospodarstwa domowego wzbudza takie odczucia tylko u 9% respondentów. W momencie, gdy w samochodzie pojawia się współpasażer spoza gospodarstwa domowego, odsetek ten wzrasta do 38% (przy czym taka sytuacja jest postrzegana bardziej w kategorii mało bezpiecznej niż niebezpiecznej). Jazda samochodem wynajętym w ramach car sharingu jest uznawana za bardziej bezpieczną niż jazda taksówką.

Czy ... to, wg Ciebie, bezpieczny środek transportu podczas pandemii
(chodzi o ryzyko zakażenia się koronawirusem)? [%]



N=600

Użytkowanie samochodu a środowisko

 **moto.pl**

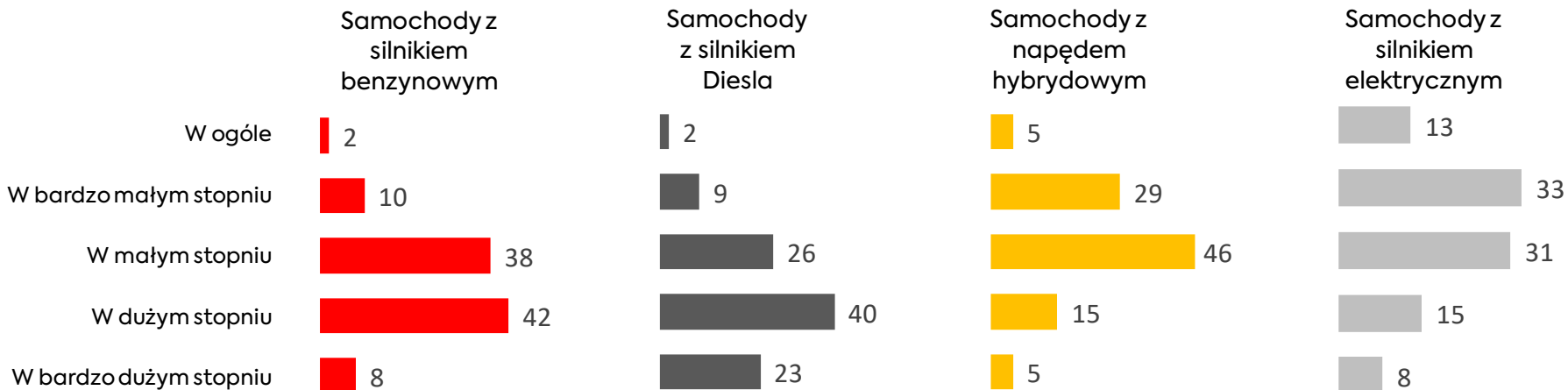
**MINDS
& ROSES**



UŻYTKOWANIE SAMOCHODU A ZANIECZYSZCZENIE ŚRODOWISKA

Jako najbardziej szkodzące środowisku naturalnemu postrzegane są samochody z silnikiem Diesla. Co czwarty ankietowany stwierdził, że samochody te przyczyniają się w bardzo dużym stopniu do zwiększenia poziomu zanieczyszczenia środowiska. Za najbardziej przyjazne środowisku uznawane są samochody z silnikiem elektrycznym, ale co ciekawe, odsetek respondentów twierdzących, że samochody takie w bardzo dużym stopniu przyczyniają się do zanieczyszczenia środowiska jest taki sam jak w przypadku samochodów z silnikiem benzynowym. Najlepiej wypadają samochody z napędem hybrydowym.

W jakim stopniu użytkownicy samochodów osobowych z silnikiem...przyczyniają się do zwiększenia zanieczyszczenia środowiska? [%]

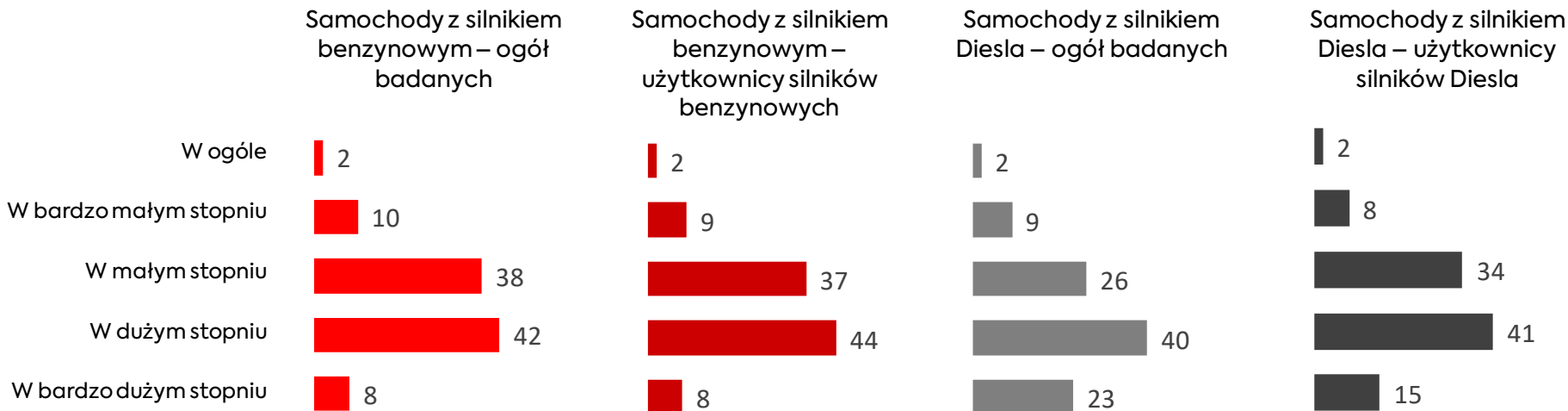


N=600

UŻYTKOWANIE SAMOCHODU A ZANIECZYSZCZENIE ŚRODOWISKA

Oceny wpływu samochodów z silnikiem benzynowym na zanieczyszczenie środowiska ogółu badanych i użytkowników samochodów tego typu nie różnią się od siebie znacząco. Z kolei użytkownicy samochodów z silnikiem Diesla rzadziej przyznają, że samochody te w bardzo dużym stopniu negatywnie wpływają na środowisko.

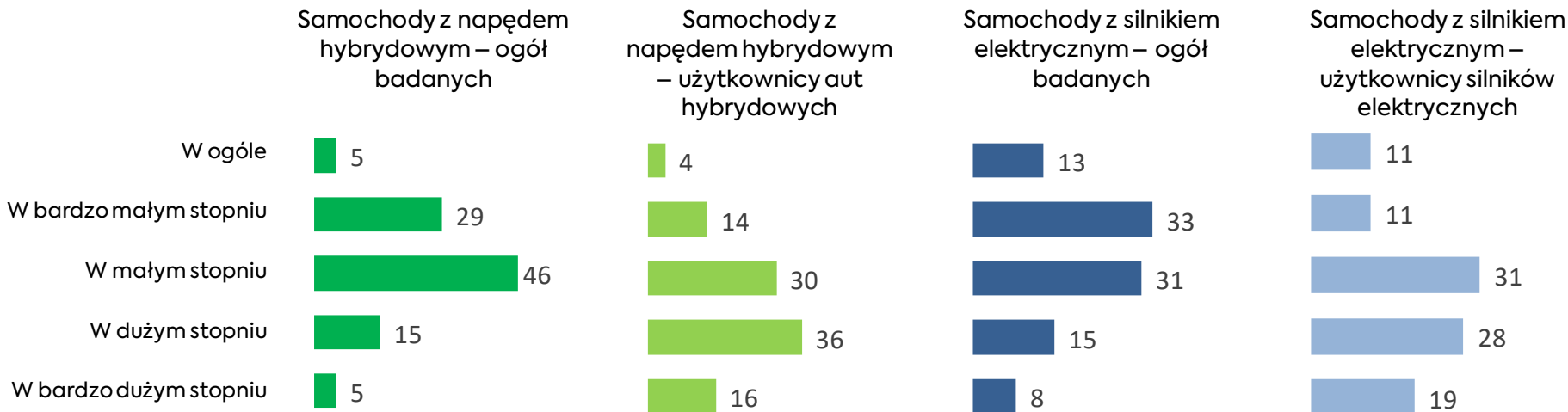
W jakim stopniu użytkownicy samochodów osobowych z silnikiem...przyczyniają się do zwiększenia zanieczyszczenia środowiska? [%]



UŻYTKOWANIE SAMOCHODU A ZANIECZYSZCZENIE ŚRODOWISKA

Posiadacze samochodów z napędem hybrydowym lub elektrycznym są bardziej krytyczni, jeśli chodzi o ocenę wpływu użytkowania tych samochodów na środowisko naturalne niż ogół badanych.

W jakim stopniu użytkownicy samochodów osobowych z napędem...przyczyniają się do zwiększenia zanieczyszczenia środowiska? [%]



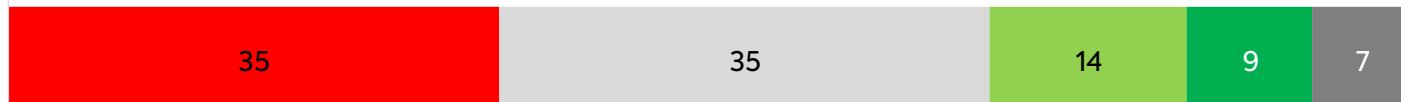
POSTAWY PROŚRODOWISKOWE

Kierowcy nie są skłonni do rezygnacji z korzystania z samochodu z pobudek ekologicznych. Taką opcję dopuszcza jedynie 23% badanych. Większy jest odsetek tych, którzy byliby skłonni do ograniczenia użytkowania samochodu, ale jest to nadal mniej niż połowa respondentów (41%). Wśród mieszkańców wsi, gdzie często trudno o alternatywną formę transportu, jest to odpowiednio 17% i 30%. 27% ankietowanych odrzuca nawet zakup bardziej przyjaznego środowisku samochodu z napędem hybrydowym czy elektrycznym.

Czy bylibyś skłonny podjąć któreś z poniższych działań na rzecz ochrony środowiska naturalnego? [%]

■ Zdecydowanie nie ■ Raczej nie ■ Raczej tak ■ Zdecydowanie tak ■ Trudno powiedzieć

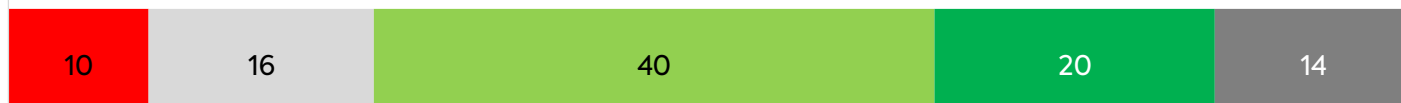
Rezygnacja z korzystania z własnego samochodu



Ograniczenie korzystania z własnego samochodu



Zakup bardziej ekologicznego samochodu, z napędem hybrydowym lub elektrycznym

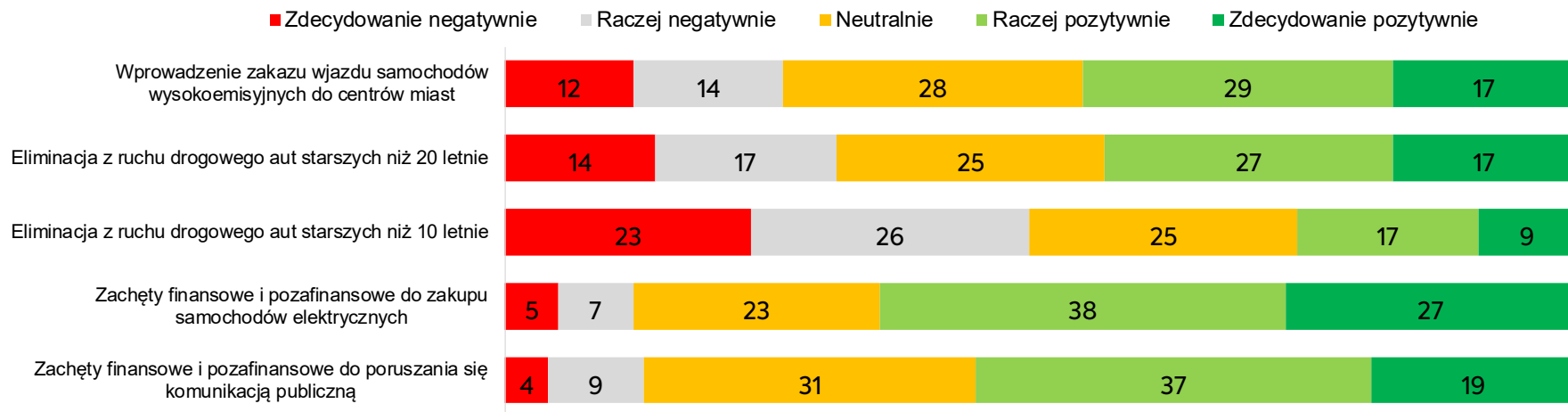


N=600

POSTAWY PROŚRODOWISKOWE

Niemal połowa badanych pozytywnie ocenia zakaz wjazdu samochodów wysokoemisyjnych do centrów miast. Na podobnym poziomie kształtuje się akceptacja dla eliminacji z ruchu drogowego aut starszych niż 20-letnie. Gdy jednak mowa o samochodach 10-letnich, pozytywnie odnosi się do tego pomysłu już tylko 26% respondentów. W najmłodszej grupie badanych (osoby do 24 roku życia) odsetek przeciwników eliminacji aut starszych niż 20 czy 10 lat jest wyższy niż wśród ogółu badanych (odpowiednio 28% i 19%). Zapewne dla wielu osób w tym wieku pierwszy kupowany samochód mieści się w tych grupach, stąd taka postawa. Największym poparciem cieszą się zachęty finansowe i pozafinansowe, czy to do zakupu samochodów elektrycznych, czy do poruszania się komunikacją publiczną.

Poniżej znajdziesz listę różnych działań i inicjatyw nakierowanych na ochronę środowiska naturalnego. Jak ocenilibyś poniższe działania? [%]





Portal dla klimatu



■ Piątek dla klimatu



■ Zielony poranek



■ Zielona.Gazeta.pl

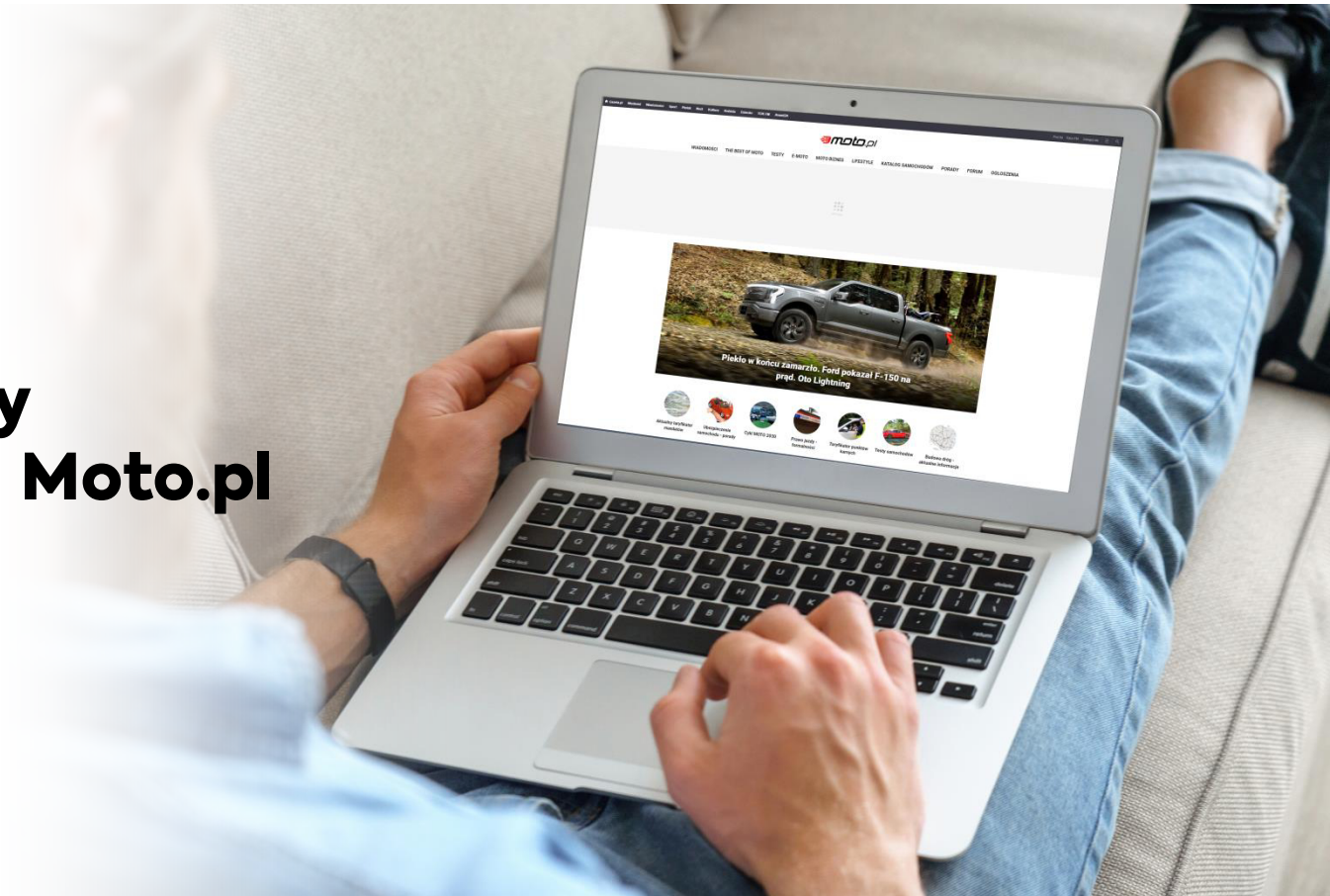


■ Moto 2030



■ Reklama dla klimatu

Mocne strony użytkownika Moto.pl



UŻYTKOWNIK MOTO.PL CZERPIE WIEDZĘ ZE ŚWIATA ONLINE



40%

Użytkowników serwisu **Moto.pl** poszukuje artykułów opisujących połączenie ekologii i motoryzacji

31%

użytkowników serwisów motoryzacyjnych poszukuje takich artykułów

62%

Newsów poświęconych motoryzacji

49%

Testów samochodów

45%

Trików/porad dotyczących napraw samochodów

40%

Przepisów drogowych, aktów prawnych związanych z motoryzacją, ruchem drogowym

SERFUJE I POSZUKUJE OKAZJI I OFERT W SIECI

74%

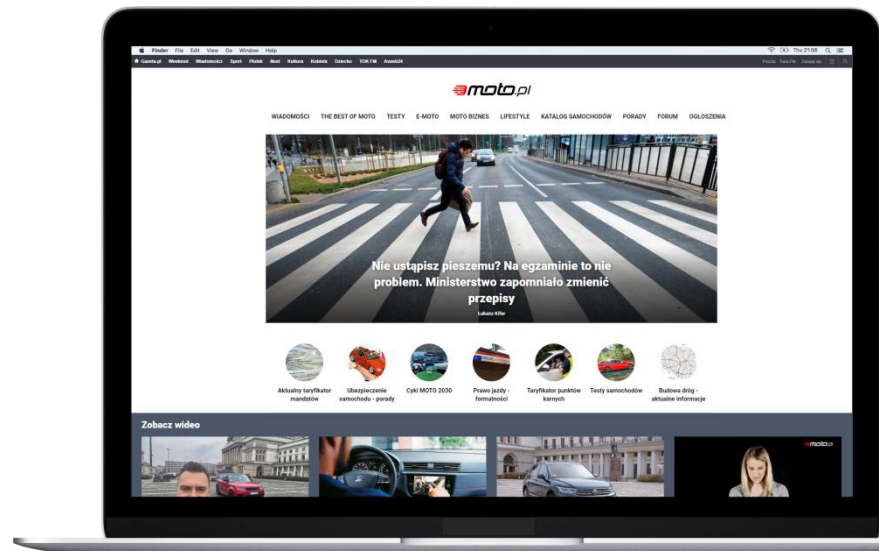
Użytkowników serwisu **Moto.pl** informacji o ofertach poszukuje na portalach/serwisach motoryzacyjnych

49%

W Social media, np. Facebook

42%

Użytkowników serwisów motoryzacyjnych poszukuje ofert w Social Media



AKTYWNY ZAKUPOWO O DUŻEJ SILE NABYWCZEJ

73%

Użytkowników serwisu **Moto.pl** deklaruje, że ich sytuacja finansowa nie pogorszyła się w ostatnich 12 miesiącach

33%

Określa swoją sytuację jako trochę lub znacznie lepszą

29%

Użytkowników serwisów motoryzacyjnych określa swoją sytuację jako trochę lub znacznie lepszą

64%

Użytkowników serwisu **Moto.pl** deklaruje, że w ich gospodarstwie domowym częściej niż przed pojawieniem się pandemii korzysta się z zakupów online

28%

Znaczniej częściej robi zakupy online niż przed pojawieniem się pandemii

24%

Użytkowników serwisów motoryzacyjnych znacznie częściej robi zakupy online niż przed pojawieniem się pandemii

PLANUJE ZAKUP NOWEGO AUTA



55%

Użytkowników serwisu **Moto.pl** planuje zakup samochodu w najbliższych 12 miesiącach

50%

Użytkowników serwisów motoryzacyjnych planuje zakup samochodu w najbliższych 12 miesiącach

23%

Nie wie jeszcze, czy będzie to samochód **nowy z salonu** czy **używany**

47%

Planuje auto z silnikiem benzynowym

27%

Planuje auto hybrydowe

15%

Planuje auto z silnikiem Diesla

6%

Planuje auto elektryczne

TO NOWOCZESNY UŻYTKOWNIK, PODĄŻA ZA TRENDAMI



43%

Użytkowników serwisu
Moto.pl wyobraża sobie zakup
samochodu całkowicie online

40%

Użytkowników serwisów
motoryzacyjnych
wyobraża sobie zakup samochodu
całkowicie online

64%

Użytkowników serwisu Moto.pl jako
barierę takich zakupów wskazuje, że
przed zakupem musi dotknąć, zobaczyć
samochód

**Idealnym rozwiązaniem jest wykorzystanie
serwisów i SM celem przyciągnięcia użytkownika
do odwiedzenia salonu stacjonarnego.**

WIE, JAK WAŻNE SĄ EKOLOGIA I ŚRODOWISKO

66%

Użytkowników serwisu **Moto.pl** jest skłonna do zakup bardziej ekologicznego samochodu, z napędem hybrydowym, w celu ochrony środowiska

48%

Użytkowników serwisu **Moto.pl** skłania się do wprowadzenia zakazu wjazdu samochodów wysokoemisyjnych do centrów miast

54%

Użytkowników serwisu **Moto.pl** pozytywnie ocenia eliminację z ruchu drogowego aut starszych niż 20-letnie

67%

Użytkowników serwisu **Moto.pl** pozytywnie ocenia zachęty finansowe i pozafinansowe do zakupu samochodów elektrycznych

60%

Użytkowników serwisów motoryzacyjnych

46%

Użytkowników serwisów motoryzacyjnych

44%

Użytkowników serwisów motoryzacyjnych

66%

Użytkowników serwisów motoryzacyjnych

UMACNIA POZYCJĘ **W TOP 3** SERWISÓW MOTORYZACYJNYCH*

ZASIĘG

3,2 MLN RU



+45%



4,7 MLN RU

**REKORDOWA
LICZBA
UŻYTKOWNIKÓW**

ODSŁONY

7,5 MLN PV



+70%



12,8 MLN PV

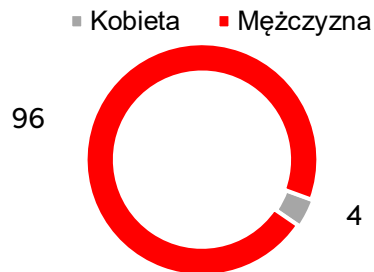
**REKORDOWA
LICZBA
ODSŁON**

Uczestnicy badania

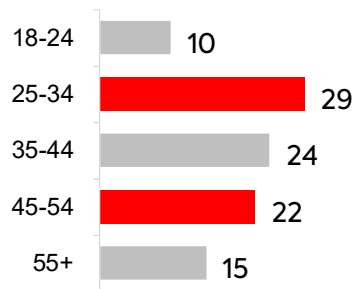


UCZESTNICY BADANIA

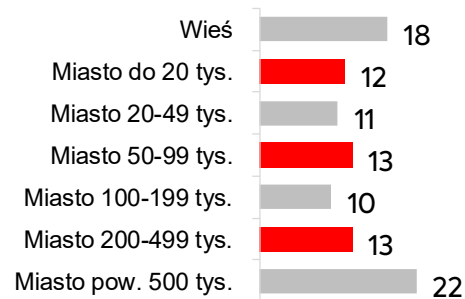
Płeć [%]



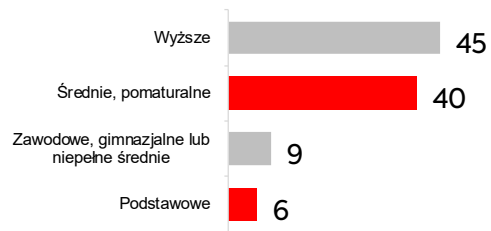
Wiek [%]



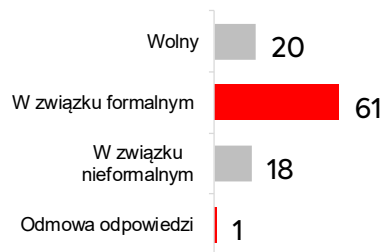
Wielkość miejscowości [%]



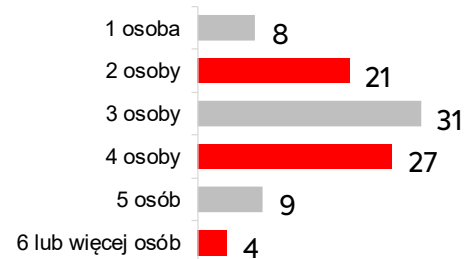
Wykształcenie [%]



Status rodzinny [%]

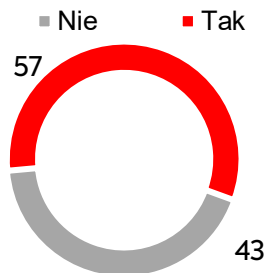


Wielkość gospodarstwa [%]

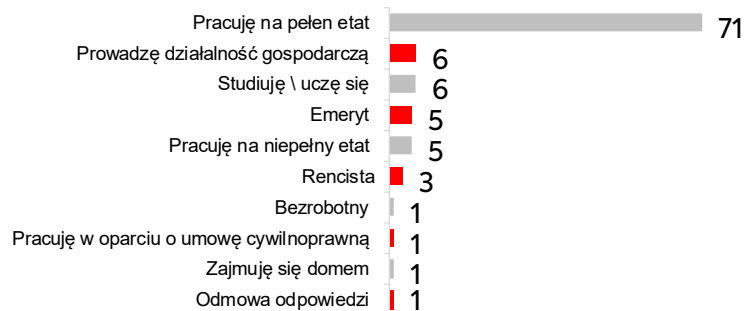


UCZESTNICY BADANIA

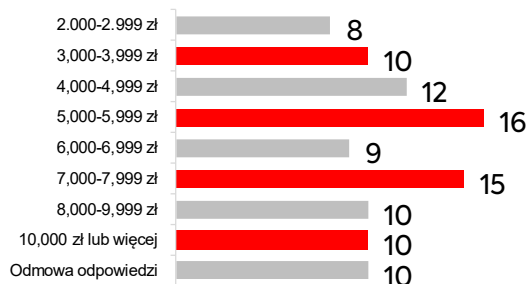
Dzieci [%]



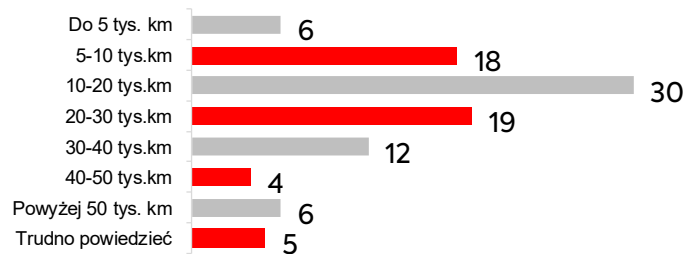
Sytuacja zawodowa [%]



Dochód netto w gospodarstwie domowym [%]



Średnia liczba km samochodem rocznie [%]



N=600

Reklama na nowe czasy



■ Produkty oparte
o dane 1st party



■ Najnowszy modowy
marketplace na rynku



■ Focus
na performance



■ Najwyższa jakość
powierzchni reklamowej



■ Reklama dla klimatu



Dziękujemy

Zapraszamy do kontaktu:
biuroreklamy@agora.pl

 **moto.pl**

**MINDS
& ROSES**