

INFORMACJA PRASOWA**Pierwsze rejestracje nowych autobusów
STYCZEŃ – WRZESIEŃ 2022 roku****Analizy PZPM i JMK na podstawie danych Centralnej Ewidencji Pojazdów**

W ciągu trzech kwartałów 2022 r. w naszym kraju zarejestrowano 822 szt. fabrycznie nowych autobusów, czyli o 240 szt. mniej niż przed rokiem (-22,6%).

Niestety, cztery ostatnie miesiące przyniosły zdecydowanie słabsze wyniki na autobusowym rynku (czerwiec: -42 szt. / -27,8% r/r; lipiec: -73 szt. / -47,7% r/r; sierpień: -71 szt. / -49,7% r/r; wrzesień -34 szt. / -34,3% r/r), co przełożyło się na pogłębiony spadek w porównaniu z zeszłym rokiem. Mniejsza sprzedaż nowych pojazdów niż rok wcześniej wynika przede wszystkim z rosnącego importu używanych autobusów (aktualnie to 2519 szt. / +27,5% r/r) i cały czas katastrofalnej sytuacji wśród autokarów. Do tego nakładają się problemy z rosnącą inflacją, szybującymi cenami prądu i paliw oraz brakiem kierowców. Razem stwarza to mało sprzyjający klimat pod zakupy nowego taboru.

Aktualna sytuacja

Autobusowa bessa rozpoczęła się w maju (-45 szt. / -34,6% r/r), natomiast wcześniej - przede wszystkim w marcu i kwietniu - rynek z sukcesem odrabiał straty. Teraz ten proces ten został zatrzymany. Wrześniowe pogorszenie się sytuacji na rynku nowych autobusów (-34 szt. / -34,3% r/r) to bezpośrednia kontynuacja negatywnego trendu z sierpnia (-71 szt. / -49,7% r/r); lipca (-73 szt. / -47,7% r/r) oraz czerwca (-42 szt. / -27,8% r/r). Z danych tych wynika, że największy spadek mamy za sobą, aczkolwiek cały czas operujemy na bardzo niskim poziomie sprzedaży. Osiągnięty we wrześniu wynik (65) był niższy niż w sierpniu (72), lipcu (80), czerwcu (109) i w maju (85 szt.).

Wrześniowe dane oddalają w czasie szanse na powrót rynku do „normalnych” wyników z lat 2017-2019. Przypomnijmy, że w 2021 roku na polskie drogi wyjechały 1 362 fabrycznie nowe autobusy, czyli o -133 szt. / -8,9% mniej niż rok wcześniej. Z kolei osiągnięty w 2020 roku poziom 1 495 rejestracji był aż o 983 szt. / -39,7% niższy niż w 2019 r. - ostatnim przedpandemicznym roku. Wcześniej w Polsce rejestrowano ponad 2 tys. nowych autobusów rocznie (2478 szt. w 2019 r.; 2706 szt. w 2018 r i 2292 szt. w 2017 r.). Teraz o takich wynikach możemy tylko pomarzyć.

Zapaść na autobusowym rynku to oczywiście efekt pandemii COVID-19 i związanego z nią kryzysu post-pandemicznego, który bardzo mocno dotyka cały publiczny transport zarówno w Polsce, jak i w całej Europie. Do tego dokładają się teraz trudności na rynku półprzewodników, problemy z importem m.in. stali w związku z wojną w Ukrainie oraz wysokie ceny paliw, co z kolei mocno uderza w przewoźników. W tej sytuacji powstaje pytanie, kiedy rynek może powrócić do poziomu sprzedaży sprzed pandemii? Biorąc pod uwagę liczbę oddanych do leasingodawców pojazdów, ich aktualną wartość, cały czas utrudnione podróżowanie po Europie, wydrenowane budżety miast i brak nowelizacji ustawy o PTZ, to powrotu do normalności na rynku nowych autobusów spodziewamy się dopiero w 2024 r., co jest zbliżoną perspektywą do prognoz przygotowywanych dla rynku lotniczego.

**Pierwsze rejestracje NOWYCH autobusów w Polsce
styczeń - wrzesień, 2022 rok
według segmentów***

sztuki

Segment		Nadwozie	1 - 9.2022		1 - 9.2021		Zmiana % r/r
			Ogółem	Udział %	Ogółem	Udział %	
	BUS <=3,5T	MINI			6	1,27%	-100,0%
	BUS >3,5T		315	100,0%	467	98,7%	-32,5%
DMC <8T	OGÓŁEM		315	100,0%	473	100,0%	-33,4%
DMC >=8T	BUS >3,5T	MIEJSKI	425	83,8%	445	75,6%	-4,5%
		MIĘDZYMIASTOWY	18	3,6%	10	1,7%	80,0%
		SZKOLNY	7	1,4%	1	0,2%	600,0%
		TURYSTYCZNY	53	10,5%	131	22,2%	-59,5%
		INNY	4	0,8%	2	0,3%	100,0%
	OGÓŁEM		507	100,0%	589	100,0%	-13,9%
				61,7%		55,5%	
	OGÓŁEM*		822	100%	1062	100%	-22,6%

Źródło: PZPM i JMK - analizy na podstawie Centralnej Ewidencji Pojazdów

*/zasadniczo nie uwzględnia pojazdów własnej marki zarejestrowanych przez jej producenta

Autobusowy wrzesień

Dziewiąty miesiąc 2022 roku przyniósł autobusowemu rynkowi niski poziom sprzedaży na poziomie zaledwie 65 szt. i był on zdecydowanie słabszy od zeszłorocznego (-34 szt. / -34,3% r/r). Tym samym po świetnych wynikach w marcu i kwietniu wróciliśmy do marazmu z dwóch pierwszych miesięcy roku. Sygnał do odrabiania strat przebrzmiał... To także pokazuje jak długą i trudną drogę musi przebyć rynek, aby wrócić do normalnej sytuacji. Dodajmy, że w we wrześniu w poprzednich latach notowaliśmy następujące wyniki: 99 szt. w 2021 r.; 110 szt. w 2020 r., 164 szt. w 2019 r. i 259 szt. w 2018 r.

Podsumowując autobusowy wrzesień wyłania się nam następujący obraz:

- segment MINI odnotował znowu niski poziom 27 szt. (czyli jeszcze niższy niż rezultat z sierpnia 35 szt.), który był zdecydowanie słabszy od zeszłorocznego -17 szt. / -38,6% r/r)
- kategoria miejska to mocny spadek do poziomu zaledwie 24 szt. (czyli identycznie jak w sierpniu), co oznacza spadek -28 szt. / -53,8% r/r
- autobusy międzymiastowe zaliczyły „plus” z rejestracją pięciu autobusów (w sierpniu był to poziom 1 szt.), czyli o trzy egzemplarze więcej niż przed rokiem (+3 szt. / +150% r/r)
- autokary to kolejny pozytywny – 6 sztuk oznacza mocny wzrost w porównaniu sytuacją sprzed roku (+5 szt. / +500% r/r) – czyli mamy kontynuację po sierpniu (+7 szt. / +233,3% r/r) turystycznego odbicia. Mały, ale bardzo cieszy, gdyż cały czas działamy tutaj na ekstremalnie niskim poziomie sprzedaży.
- autobusy szkolne – dwie sztuki podczas gdy rok wcześniej nie zarejestrowano żadnego

Od początku roku

Po analizie września przechodzimy do skumulowanego, autobusowego wyniku za okres styczeń-wrzesień. W podziale na poszczególne segmenty obraz polskiego rynku autobusów przedstawia się następująco:

W ciągu trzech kwartałów br. najwięcej sprzedanych pojazdów zanotowaliśmy wśród autobusów miejskich. To 425 rejestracji (-20 szt. / -4,5% r/r) i to ta kategoria jest teraz liderem autobusowego rynku w Polsce. Natomiast bardzo słabe wyniki z września podkopały pozycję tej kategorii, która jeszcze w sierpniu miała przewagę nad zeszłorocznym poziomem sprzedaży (+8 szt. / +2,0% r/r). Teraz jest już na „minusie”.

Wiceliderem pod względem liczby rejestracji jest segment minibusów, gdzie mamy 315 szt. (-158 szt. / -33,4% r/r), natomiast zarówno kwiecień, jak i maj przyniosły tutaj lekką poprawę sytuacji. W czerwcu zabrakło czterech sztuk do wyrównania wyniku sprzed roku, a lipiec, sierpień i wrzesień – to już zdecydowany spadek. Dla porównania jeszcze miesiąc temu różnicą do zeszłorocznego poziomu wynosiła (-141 szt. / -32,9% r/r).

Z kolei największy procentowy spadek odnotowaliśmy wśród autobusów turystycznych z liczbą rejestracji 53 szt. (-78 szt. / -59,5% r/r), co potwierdza informacje, że COVID największe spustoszenie spowodował właśnie w tej kategorii. Mimo pewnych znaków poprawy płynących z danych za sierpień i wrzesień, w tym sektorze sytuacja jest cały czas bardzo trudna i pamiętajmy, że bieżące wyniki porównujemy z bardzo słabym ubiegłym rokiem. Na pewno poprawie sytuacji nie sprzyja turystyczna hossa rynku wtórnym, gdzie po wrześniu tylko w tej jednej kategorii mamy „na liczniku” aż 626 sprowadzone autokary.

Równie słabo wyglądają autobusy międzymiastowe, gdzie zarejestrowano od początku roku ... 18 szt., czyli (+8 szt. / +80% r/r). Równolegle w tym samym czasie zaimportowaliśmy 1042 używanych autobusów międzymiastowych. Różnica gigantyczna.

Na koniec dobre informacje z segmentu szkolnego, który rośnie w górę dzięki rządowemu programowi „Kangurowi”. Natomiast maksimum tego programu na ten rok to 15 sztuk. Teraz mamy 7 szt. (wszystkie elektryczne), podczas gdy rok wcześniej zarejestrowano tutaj jeden taki pojazd.

Podsumowując – wyniki za trzy kwartały br. pokazują, co aktualnie napędza autobusowy rynek. Cały czas kołem zamachowym są pojazdy miejskie, a segment MINI kompletnie wycofał się z powrotu na „pierwszą linię frontu”. Autokary zaległy w głębokiej defensywie i zupełnie zrezygnowały z przygotowań do sezonu wakacyjnego 2022, co pokazuje, że w tym roku zdecydowanie lepiej już nie będzie. Przynajmniej nie w tym roku. Podobna zapaść panuje w segmencie pojazdów międzymiastowych, który podobnie jak autokary cały czas jest skutecznie blokowany przez rynek wtórny i brak ustawy o Publicznym Transporcie Zbiorowym. Autobusy szkolne bazują wyłącznie na programie „Kangur” prowadzonym przez NFOŚiGW oraz epizodycznych projektach z rządowego „Polskiego Ładu”. To kropla jednak w morzu transportowych potrzeb. Być może sytuację poprawi pierwszy oddolny projekt wsparcia tego segmentu (realizowany przez Mazowsze), ale jego realnego oddziaływania na rynek spodziewamy się dopiero w przyszłym roku.

Razem daje to bardzo niski poziom tegorocznej sprzedaży, brak spodziewanego odbicia i niewygórowane cele, które w skrócie można opisać jako: przełamać barierę spadku i pokonać sprzedażowy wynik z 2021 r., czyli 1362 szt. Przyglądamy się teraz nowym autobusom segment po segmencie.

MINI powrót

W styczniu segment MINI-busów odnotował 31 rejestracji (-28 szt. / -47,5% r/r); w lutym także 31 szt. (-40 szt. / -56,3% r/r), w marcu spadek ten wyhamował do wyniku 47 rejestracji (-6 szt. / -11,3% r/r), aby w kwietniu i maju przejść „na plus”: odpowiednio +5 szt. / +13,5% r/r. i +1 szt. / +2,9% r/r. Czerwiec zastopował ten pozytywny trend wynikiem (-4 szt. / -8,3% r/r), a lipiec i sierpień jeszcze bardziej pogłębiły ten negatywny trend (-28 szt. / -54,9% r/r) i 41 szt. / -53,9% r/r). Wrzesień pogłębił ogólny spadek, ale jest

on zauważalnie mniejszy niż poprzednich dwóch miesiącach (-17 szt. / -38,6% r/r). Wyniki z kwietnia, maja i czerwca pokazywały, że minibusy chcą włączyć się do gry, ale dane z lipca, sierpnia i września odwołały ten powrót. A jeszcze w 2020 roku kategoria ta była strategicznym filarem rynku i nawet w najtrudniejszych momentach pandemii, jako jedyna potrafiła notować pozytywne wyniki, natomiast w 2021 roku ewidentnie zabrakło jej energii. Wydaje się, że było to spowodowane trudnościami w dostępie do pojazdów bazowych, co z kolei mogło wynikać cały czas z niskiej dostępności półprzewodników. Oby ta MINI dekonjunktura była już za nami, bo bez tego segmentu ciężko będzie wyprzedzić zeszłoroczny wynik.

Razem MINI skumulowany wynik plasuje się cały czas na dość niskim poziomie 315 szt., co oznacza spadek zarówno w porównaniu z pandemicznymi okresami 2021 r. (473) i 2020 r. (472), jak i „normalnymi” wynikami z 2019 r. (817) i 2018 r. (828). Dodajmy, że w całym 2020 r. sprzedano w Polsce 670 minibusów, co dało średnią na poziomie 56 szt. miesięcznie. W ubiegłym roku ten wskaźnik wynosił 50 egzemplarzy. Teraz – po dziewięciu miesiącach 2022 r. to 35 szt./m-c.

Pamiętajmy, że nasz kraj jest prawdziwym zagłębiem MINI producentów i jesteśmy jednym z nielicznych państw, gdzie w tej kategorii zdecydowanie lepiej sprzedają się pojazdy z lokalnymi zabudowami niż fabrycznie gotowe konstrukcje. Dlatego ten segment jest zdominowany przez krajowych producentów, jak Mercus, Bus-Center, Carpol, Auto-Cuby, Eurobus, Warmiaki, Businvest, CMS Auto, Automet, Bus Factory, Bus Perfect, PC Invest, Polster, SprintCar, Balticbus, MMI i inne firmy. Podobnie jak przed rokiem, sprzedaż w tym segmencie jest mocno wspierana przez PFRON, który dotuje zakupy pojazdów przystosowanych do przewozu osób niepełnosprawnych i tym samym wyrównuje różnice pomiędzy regionami.

W okresie styczeń-wrzesień najwięcej minibusów zarejestrowano na Mazowszu – głównie w powiecie grodziskim (99) i pruszkowskim (46) oraz na Pomorzu – w powiecie wejherowskim (22).

Od lat zdecydowanym liderem w tej kategorii jest marka Mercedes-Benz, która po III kwartałach br. osiągnęła rezultat 205 minibusów (czyli o 138 szt. mniej niż przed rokiem) i 65,1% udział w tym segmencie (rok temu 72,5%). Warto wspomnieć, że na ten wynik zapracowały głównie polskie firmy, które najczęściej zabudowują pojazdy klasy MINI właśnie na bazie furgonów Mercedes-Benz Sprinter. Patrząc na polski rynek przez pryzmat firm zabudowujących okazuje się, że najlepiej z nich radzi sobie niezmiennie Mercus, który w okresie styczeń-wrzesień zarejestrował na podwoziach różnych marek 197 minibusów (rok wcześniej 245 szt.), co dało mu aż 62,5% udziału w segmencie MINI i 24% w całym rynku (rok wcześniej 23%). Tak świetne wyniki na początku roku to efekt wykonanej pracy w poprzednich latach – w 2021 r. Mercus zarejestrował 303 szt. pojazdy, a w 2020 r. – 230 szt. W tej sytuacji najczęściej kupowanym w Polsce minibusem po wrześniu 2022 r. był Mercedes-Benz Sprinter (205 szt.), w tym z zabudową Mercusa (106), natomiast „po piętach” depta mu już model MAN TGE (85), gdzie wszystkie egzemplarze sprzedane w Polsce miały nadwozie od Mercusa.

Miejska siła

Autobusy miejskie dynamicznie rozpoczęły 2022 rok. W styczniu zanotowaliśmy 63 rejestracje (+30 szt. / +90,9% r/r), w lutym 49 (+30 szt. / +157,9% r/r), w marcu 84 rejestracje (+39 szt. / +86,7% r/r), w kwietniu 39 szt. (+5 szt. / +14,7% r/r), w maju 43 rejestracje (-29 szt. / -40,3% r/r), w czerwcu 59 szt. -28 szt. / -32,1% r/r), a w lipcu mieliśmy taki sam wynik jak rok temu (40 szt.) Sierpień przyniósł niezapowiedziane wysoki spadek (-39 szt. / -61,9% r/r), który swoim zasięgiem objął także wrzesień (-28 szt. / -53,9% r/r). Razem dało to skumulowany wynik na poziomie 425 szt., co oznacza podobny poziom w porównaniu z pandemicznymi okresami 2021 r. (445 szt.) i 2020 r. (462 szt.). Jest on jednak daleki od rezultatów z niepandemicznych okresów 2019 (823 szt.) i 2018 roku (849 szt.).

To najlepiej pokazuje skalę covidowej zapaści. Generalnie liczb prowadzonych na tym rynku postępowań przetargowych pokazuje, że ten segment wraca do formy i strategicznej roli na autobusowym rynku w Polsce, ale bardzo powoli. Dla porównania - w całym 2020 r. zarejestrowano w Polsce 702 miejskie autobusy, co przełożyło się na średnią na poziomie 59 szt. miesięcznie. W 2021 r. ten wskaźnik wynosił 49 szt. / m-c. Teraz, po III kwartałach br. mamy wynik 47 szt. / m-c.

Segment miejskich autobusów to cały czas strategiczna kategoria rynku i to zarówno pod względem wartości sprzedawanych pojazdów, jak i miejsca ich produkcji. Zdecydowana większość z kupowanych w naszym kraju miejskich pojazdów powstaje w Polsce – m.in. w fabryce MAN Bus w Starachowicach, Solaris w Bolechowie, Scania w Słupsku i Autosan w Sanoku. Do tego dochodzą zakłady Volvo we Wrocławiu, które również z roku na rok zwiększają swoje miejskie obroty. Liczba autobusowych fabryk w naszym kraju pokazuje najlepiej, jak ważny jest ten segment i to nie tylko dla samego rynku, ale i całej gospodarki.

Na liście rankingowej – miejskim liderem po wrześniu jest cały czas Solaris z wynikiem 200 autobusów (rok temu 263 szt.), co przełożyło się na 47,1% udział w tym segmencie (rok temu było to 59,1%). W tym roku najczęściej kupowanym w Polsce autobusem miejskim jest Solaris Urbino 12 (67).

Zielone miasta

Przy okazji analizy danych Centralnej Ewidencji Pojazdów przygotowanych przez PZPM i JMK, o kategorii autobusów miejskich warto podkreślić, że coraz więcej w Polsce rejestruje się pojazdów z napędami alternatywnymi. Dotyczy to, jak na razie praktycznie tylko jednego segmentu – autobusów miejskich. Zarówno wśród autobusów turystycznych, jak i międzymiastowych oraz minibusów dominuje napęd diesla i nic nie wskazuje na to, żeby to się miało zmienić w najbliższym czasie. Natomiast wśród miejskich operatorów - głównie dzięki unijnym funduszom i antysmogowym strategiom miast - takie ekologiczne rozwiązania stają się coraz popularniejsze.

W ciągu trzech kwartałów 2022 r. w Polsce zarejestrowano 226 autobusów z napędem alternatywnym (27,5% udziału w całym rynku), w tym trzy pierwsze pojazdy na ogniwa paliwowe zasilane wodorem (dla MZK Konin i demonstracyjne pojazdy Autosanu i NesoBus). Zdecydowanie najwięcej zielonych pojazdów (211 szt.) jest w segmencie miejskim, co zapewniało elektrobusom, gazowcom i hybrydom udział w tej kategorii na poziomie 49,6%, a struktura napędowa w tej kategorii wyglądała następująco:

213szt. z klasycznym napędem diesla z udziałem 50,1% (dla porównania w sierpniu było to 49,9%);

117 szt. z napędem elektrycznym z udziałem 27,5%, w tym dwa pierwsze wodorowce w Polsce (dla porównania w sierpniu było to 27,4%);

60 szt. z napędem gazowym z udziałem 14,1% (dla porównania w sierpniu było to 13,7%);

34 szt. z napędem hybrydowym z udziałem 8,0% (dla porównania w sierpniu było to 8,2%).

Z kolei w całym 2021 r. w Polsce zarejestrowano łącznie 383 autobusy z napędem alternatywnym, z czego zdecydowana większość (374) należała do segmentu autobusów miejskich. To zapewniło elektrobusom, gazowcom i hybrydom udział w tej kategorii na poziomie aż 63,8%, czyli zdecydowanie więcej niż w tym roku. Wówczas struktura napędowa miejskiego segmentu wyglądała następująco:

213 szt. z napędem elektrycznym (udział 36,3%);

209 szt. z klasycznym napędem diesla (udział 36%);

150 szt. z napędem gazowym (udział 25,6%);

11 szt. z napędem hybrydowym (udział 1,9%).

Pod kątem miast, które najbardziej inwestują w zero i niskoemisyjne autobusy, to po wrześniu 2022 na pierwszym planie mamy Łódź, która odebrała partię hybrydowych autobusów marki Solaris, Warszawę (30 gazowców), a potem Gdynię z pierwszymi w Polsce elektrycznymi Mercedesami (24). Dla porównania - w

2021 r. na pierwszym miejscu znalazła się Warszawa (90 szt. autobusów CNG), a kolejne miejsca zajęły wówczas Kraków i Poznań, które kontynuowały elektryfikację swoich flot. Dwa lata wcześniej - w 2020 roku - Warszawa także została rynkowym eko liderem (140), jednak wówczas stolica kupowała głównie autobusy elektryczne (130). Podobna sytuacja miała miejsce w 2019 r., kiedy ponownie Warszawa zainwestowała w pojazdy gazowe (99).

Jak pokazują "zielone" dane, liczba zarejestrowanych autobusów z alternatywnymi napędami rośnie w zawrotnym tempie – przede wszystkim dzięki unijnemu dofinansowywaniu. Do tej pory polskie miasta najczęściej korzystały z trzech narzędzi: Regionalnych Programów Operacyjnych, Programu Operacyjnego Polska Wschodnia i Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko. Z tej ostatniej puli m.in. sfinansowany został największy zakup elektrycznych autobusów w Polsce, czyli „kontrakt stulecia” Miejskich Zakładów Autobusów w Warszawie na dostawę 130 przegubowych e-busów. Z kolei drugi nabór POLiŚ – obejmujący zakup e-busów pod kątem konkretnych linii – objął swym zasięgiem 13 miast, w tym m.in. Kraków, który w ten sposób zakupił w ub. r. 50 elektrobusów typu MEGA. To drugi – po stolicy – największy jednorazowy kontrakt na elektrobusy w Polsce, a jego realizacja właśnie się zakończyła, co pokazują najnowsze dane.

Natomiast w przyszłości większy udział w elektrycznych zakupach mają mieć dwa programy Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej, w tym „Kangur” pod kątem zakupu autobusów szkolnych dla gmin i „Zielony Transport Publiczny” dla miast i regionalnych związków. W ramach jego I edycji już podpisane zostały pierwsze umowy. Łącznie w ramach ZTP 1.0 ma zostać zakupionych 223 zielonych pojazdów, w tym:

146 szt. autobusów elektrycznych

71 szt. autobusów wodorowych

6 szt. trolejbusów

Z kolei w marcu br. NFOSiGW poinformował o wynikach I etapu II edycji programu Zielony Transport Publiczny, gdzie teraz wnioskodawcy będą negocjować zakupy:

do 340 szt. autobusów elektrycznych

do 48 szt. autobusów wodorowych

Międzymiastowe oczekiwanie

To autobusowy segment o największym potencjale, który niestety jest cały czas stopowany przez brak prawnego uregulowanie transportu publicznego w Polsce i liberalne podejście naszego państwa do importu używanych pojazdów z Zachodu. W styczniu zarejestrowano tutaj sześć autobusów; w lutym jeden, w marcu dwa, w kwietniu zero, w maju jeden, w czerwcu jeden, w lipcu i sierpniu po jednym, a we wrześniu aż 5 szt. To razem 18 egzemplarzy, czyli mamy kontynuację rynkowej mizerności w tym segmencie, ponieważ przed rokiem było ich 10 szt.

Dla porównania – w 2020 r. ten segment także nie „błyszczał” i na koniec roku mieliśmy w tej kategorii zaledwie 28 sztuk. To oznacza, że co miesiąc rejestrowały się średnio 2,3 szt. W 2021 r. ten wskaźnik oscylował na poziomie 1,7 pojazdu na miesiąc. Teraz także mamy 2 szt./m-c.

Takie wyniki pokazują, jak słaba jest kondycja tej kategorii w naszym kraju. Wiążemy z nim ogromne nadzieje na przyszłość, jednak na razie jest to cały czas niszowy segment. Aby to się zmieniło, musi wejść zapowiadana nowelizacja ustawy o publicznym transporcie zbiorowym, która od nowa zorganizuje rynek przewozów regionalnych. Ciężko w to uwierzyć, ale u naszych zarówno południowych, jak i zachodnich sąsiadów to właśnie tego typu pojazdy dominują na autobusowym rynku i sprzedają się w setkach sztuk rocznie. U nas jest kompletnie odwrotnie, co wynika z obowiązujących przepisów prawnych, które bardzo

liberalnie traktują segment drogowego transportu publicznego. W efekcie przyjęte rozwiązania stawiają nasz kraj bliżej „marszrutkowych”, wschodnich systemów transportowych niż uporządkowanych i dostępnych dla wszystkich sieci znanych z Europy Zachodniej. Cały czas jednak aspirujemy do nich i mamy nadzieję, że obiecana od lat ustawa o transporcie zbiorowym w końcu wejdzie w życie i zmieni dotychczasową rzeczywistość.

Polski rząd twierdzi, że odbuduje komunikację międzymiastową w Polsce poprzez Fundusz Rozwoju Połączeń Autobusowych, natomiast ta komunikacyjna proteza wspiera tylko wtórny rynek pojazdów, gdyż wszystkie umowy zawierane są na maksymalnie rok i to bez żadnych wymagań w zakresie wieku pojazdów, normy spalin czy dostosowania pojazdów do przewozu osób z niepełnosprawnościami. Dlatego jak na razie nie zauważaliśmy żadnego pozytywnego wpływu Funduszu na rynek nowych autobusów międzymiastowych. Natomiast w segmencie wtórnym jest zupełnie na odwrót. W ciągu III kwartałów do Polski sprowadzono aż 1042 pojazdów z tego segmentu, a w całym 2021 r. - 1187 używanych autobusów międzymiastowych, czyli 59 razy więcej niż w analogicznej kategorii na rynku fabrycznie nowych pojazdów. Te różnice mówią same za siebie, dlatego jeszcze raz powtórzmy – bez systemowych rozwiązań międzymiastowy segment nie ma szans na zwiększoną sprzedaż.

Aktualnie międzymiastowy segment zasilają głównie kontrakty na zakupy autobusów do przewozów pracowniczych oraz nieliczne zamówienia ze strony regionalnych przewoźników, którzy korzystają z rozmaitych dotacji i tak inwestują w nowy tabor. Powoli też rośnie udział zakupów w ramach ekspresowych połączeń międzymiastowych. Jednak wszystkie te kontrakty są na bardzo niskim, jednostkowym poziomie.

W rankingu marek pierwsze miejsce zajmują ex aequo Iveco oraz Man (6).

Turystyczny dołek

Czwarty strategiczny segment dla naszego rynku – czyli autobusów turystycznych - jest w pocovidowej, permanentnej zapaści. W styczniu w naszym kraju odnotowaliśmy rejestrację 6 szt. nowych autobusów turystycznych (+5 szt./ +500% r/r), co uznaliśmy za kontynuację autokarowego odbicia końcówki zeszłego roku. Niestety, luty przyniósł nam rozczarowanie i tylko 1 rejestrację (-23 szt. / -95,8% r/r). Lepiej było w marcu (+2 szt.), natomiast kolejne spadki w kwietniu (-2 szt./ -33% r/r), maju (-17 szt. / -77,3% r/r), czerwcu (-12 szt. / -75% r/r), a przede wszystkim w lipcu (-43 szt. / -74,1% r/r) pokazały, że powrót do normalności w tym segmencie będzie bardzo trudny. Natomiast pewną nadzieję przyniósł sierpień, kiedy zarejestrowano 10 autokarów (+7 szt. / +233% r/r). Kontynuację tego odbicia mieliśmy we wrześniu ze sprzedażą 6 szt. autokarów (+5 szt. / +500% r/r). Oby to był początek przełamania marazmu w tej kategorii. Łączny skumulowany wynik za okres styczeń-wrzesień osiągnął poziom 53 szt. (-78 szt. / -59,5% r/r). Naszym zdaniem tak gigantyczny spadek w porównaniu do pandemicznego roku 2021 nie do końca odpowiada rynkowym realiom i ta statystyczna różnica jest efektem zeszłorocznych, własnych rejestracji na producentów czy dilerów, co z kolei wynikało z przepisów homologacyjnych. Teraz nie ma takiej potrzeby, ale nie ma też popytu na nowe autokarowe konstrukcje i stąd taka różnica.

Przypomnijmy, że rok 2020 autokary zakończyły z ogromną stratą – zanotowaliśmy wówczas tylko 94 rejestracje (-244 szt. / -72,2% wobec 2019 r.) i średnią na poziomie 7,8 szt. miesięcznie. W 2021 r. ten wskaźnik wynosił nieco ponad 12 szt. / m-c. Teraz – po III kwartałach – mamy 53 szt. i średnią na poziomie 5,9 szt., co pokazuje, jak wiele jest jeszcze do nadrobienia.

Na liście rankingowej turystycznych marek po wrześniu na pierwszym miejscu mamy markę Setra (11), która awansowało tak wysoko głównie za sprawą m.in. zakupów platformy Sindbad. Z kolei najpopularniejszym autokarem jest Mercedes-Benz Tourismo L (6).

Lista rankingowa marek

Wracamy do całościowej analizy autobusowego rynku po III kwartałach br. Liderem ponownie została marka Mercedes-Benz (269), która zanotowała zdecydowanie niższą sprzedaż niż przed rokiem (-151 szt./-35,9% r/r), co też przełożyło się na spadek udziału w rynku (-6,8 pkt proc.). Zdecydowanie najkorzystniejsza sytuacja dla niemieckiego producenta panuje w kategorii MINI (poniżej 8 ton DMC), gdzie zarejestrowano 205 pojazdów z trójramienną gwiazdą i to przede wszystkim ten segment oraz autobusy miejskie (54) i turystyczne (10) pozwoliły marce uzyskać 32,7% udziału w całym autobusowym rynku w Polsce.

Drugie miejsce po 9. miesiącach br. to tradycyjnie Solaris z wynikiem 204 rejestracji (-59 szt. / -22,4% r/r), co dało producentowi z Bolechowa udział w rynku na poziomie 24,8%, co z kolei oznacza lekki wzrost o 0,1 pkt proc. Solaris jest specjalistą w tej kategorii i dostarcza na rynek tylko autobusy miejskie (w której to kategorii jest liderem) i tylko pojazdy o masie od 8t DMC. W tym gabarytowym ujęciu – czyli bez kategorii MINI (poniżej 8t DMC) – firma ma w Polsce absolutny prymat z udziałem aż 40,2%. W tym ujęciu zdecydowanie wyprzedza markę MAN (70 szt. i 13,8% udziału) oraz Mercedesa (64 szt. i 12,6% udziału).

Trzecią pozycję na polskim rynku dość niespodziewanie po lipcu zajął MAN, który awansował w rankingu dzięki dywersyfikacji dostaw w różnych kategoriach funkcjonalnych – od MINI (85) po autobusy miejskie (70). Tak szeroka oferta przyniosła marce aż 155 rejestracji, czyli 94 szt. więcej niż przed rokiem (+154,1% r/r), co przełożyło się na imponujący wzrost udziału w rynku aż o 13,1 pkt proc do poziomu 18,9%. Tak dynamicznego awansu dawno już nie obserwowaliśmy w Polsce i MAN ma naprawdę mocne trzecie miejsce.

Polska produkcja

Na koniec warto zauważyć, że w tym roku udział autobusów, które powstały w krajowych fabrykach i zostały w Polsce zarejestrowane jest aktualnie na wyższym poziomie. Wynika to z rosnącej sprzedaży pojazdów miejskich, których najwięcej produkowanych jest właśnie w naszym kraju, a także większego udziału minibusów MAN i Volkswagen produkowanych we Wrześni.

w okresie styczeń-sierpień 2022 r. zanotowaliśmy sprzedaż 419 pojazdów „made in Poland”, co daje bardzo wysoki 50,9% udział w całym rynku. To efekt wysokiej sprzedaży autobusów miejskich oraz dobrych wyników Solarisa, MAN i Volvo na początku roku. Dla porównania – w 2021 r. zanotowaliśmy sprzedaż 533 pojazdy „made in Poland”, co dało 39% udział w całym rynku. W 2020 r. „krajowy” wskaźnik wyniósł 551 szt., co oznaczało 36,8% udziału. Z kolei w 2019 r. poziom autobusów wyprodukowanych i sprzedanych w naszym kraju wyniósł 844 szt., co przełożyło się na udział na poziomie 34%. W 2018 r. było to 32,2%, a w 2017 r. – 26,2%.

Pamiętajmy też, że w kategorii MINI prężnie działają polskie firmy zabudowujące, takie jak: Mercus, Auto-Cuby, Bus-Center, Warmiaki, CMS Auto, BusFactory, Polster, MMI, Carpol, Eurobus, Bus Perfect, PC Invest, Automet, SprintCar czy Acbus i in. Po ich dodaniu, wskaźnik krajowego pochodzenia rejestrowanych autobusów wyniósł w 2022 r. prawie 70%. To oznacza, że na każde 10 sprzedawanych w Polsce autobusów blisko 7 jest też produkowanych lub zabudowywanych w naszym kraju. Porównując to z rynkiem pojazdów osobowych czy ciężarowych to świetny wynik, z którego możemy być dumni.

**Pierwsze rejestracje NOWYCH autobusów w Polsce
styczeń-wrzesień, 2022 rok***

sztuki

Pozycja	Marka	1 - 9.2022		1 - 9.2021		Zmiana % r/r
		Ogółem	Udział %	Ogółem	Udział %	
1	MERCEDES-BENZ	269	32,7%	420	39,5%	-36,0%
2	SOLARIS	204	24,8%	263	24,8%	-22,4%
3	MAN	155	18,9%	61	5,7%	154,1%
4	IVECO	41	5,0%	83	7,8%	-50,6%
5	VOLVO	31	3,8%	2	0,2%	1450,0%
	inni	122	14,8%	233	21,9%	-47,6%
	OGÓLEM**	822	100%	1062	100%	-22,6%

*/ w tym zabudowane podwozia marki MB, rejestrowane również pod inną marką

**/zasadniczo nie uwzględnia pojazdów własnej marki zarejestrowanych przez jej producent

Źródło: PZPM i JMK - analizy na podstawie Centralnej Ewidencji Pojazdów

Polski Związek Przemysłu Motoryzacyjnego jest największą polską organizacją pracodawców branży motoryzacyjnej, zrzeszającą oficjalnych producentów i przedstawicieli producentów pojazdów samochodowych, autobusów, ciężarówek, samochodów osobowych i dostawczych a także motocykli, motorowerów oraz producentów nadwozi w Polsce.

Jako członek Europejskiego Stowarzyszenia Producentów Pojazdów ACEA oraz Europejskiego Stowarzyszenia Producentów Motocykli ACEM, PZPM reprezentuje interesy firm członkowskich w organach Unii Europejskiej.

■ 3M Poland ■ AC S.A. ■ Almot ■ BMW ■ Carpol ■ DAF Trucks Polska ■ Eurotrailer ■ Electric Vehicles Poland ■ Ford Polska ■ Ford Trucks Polska ■ Gruau Polska ■ Henschel Engineering Automotive ■ Honda Motor Europe ■ Hyundai Motor Poland ■ Inchcape JLR Polska ■ Isuzu Automotive Polska ■ Isuzu Trucks Polska ■ Iveco Poland ■ Katcon Polska ■ KFB Acoustics ■ KIA Polska ■ KTM CEE ■ Liberty Motorcycles ■ LOTOS Oil ■ MAN Trucks ■ MAN Trucks&Bus Polska ■ Mazda Motor Poland ■ Mercedes-Benz Polska ■ Mercedes-Benz Trucks ■ MMC Car Poland ■ Moto Wektor ■ Motor-land ■ MRauto ■ Nexteer Automotive ■ Nissan SC&EE ■ Polonia Cup ■ Probike ■ Renault Polska ■ Renault Trucks Polska ■ Robert Bosch ■ Scania Polska ■ Ssangyong Auto Polska ■ Subaru Import Polska ■ Suzuki Motor Poland ■ Terberg Matec Polska ■ Toyota Central Europe ■ Toyota Motor Manufacturing Poland ■ Valeo Thermal Systems ■ V-Cruiser ■ Volkswagen Group Polska ■ Volkswagen Poznań ■ Volvo Car Poland ■ Volvo Polska ■ Wielton ■ Yamaha Motor ■ ZIPP ■