

Warszawa, 29 czerwca 2021 r.

Informacja prasowa

Powrócił optymizm przedstawicieli branży motoryzacyjnej w Polsce

*Badanie KPMG w Polsce i Polskiego Związku Przemysłu Motoryzacyjnego
pt. „Barometr nastrojów menedżerów firm motoryzacyjnych”*

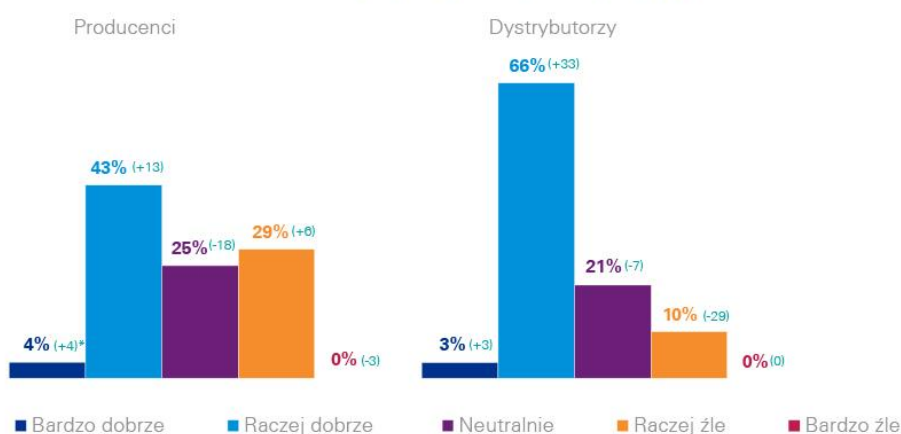
Przedstawiciele firm motoryzacyjnych obecnych na polskim rynku, po wielu trudnych miesiącach, widzą przed sobą dobre perspektywy. Jak wynika z najnowszej edycji badania KPMG i PZPM, wskaźnik nastrojów menedżerów wynosi 69 punktów i jest wyższy o 19 punktów w porównaniu z wynikami poprzedniej edycji badania, przeprowadzonego na początku tego roku. Sytuacja firm motoryzacyjnych w Polsce zaczyna się poprawiać – 85% przedstawicieli branży prognozuje powrót do sytuacji sprzed pandemii w ciągu 1-2 lat. Firmy z większym optymizmem spoglądają w przyszłość i lepiej oceniają sytuację gospodarczą w kraju w perspektywie najbliższych 12 miesięcy. Długotrwałymi skutkami pandemii zdaniem respondentów z firm motoryzacyjnych będzie przede wszystkim wzrost znaczenia wirtualnych salonów i skrócenie łańcucha dostaw.

Producenci i dystrybutorzy firm motoryzacyjnych wykazują większy optymizm, niż na początku tego roku. Wskaźnik nastrojów menedżerów firm motoryzacyjnych (producentów i dystrybutorów pojazdów, przyczep i naczep lub podzespołów, części i akcesoriów) dotyczący obecnej sytuacji w branży wzrósł w porównaniu z badaniem przeprowadzonym w styczniu br. o 19 punktów do poziomu 69 punktów. Menedżerowie firm motoryzacyjnych z Polski lepiej oceniają również przyszłość branży. Wskaźnik nastrojów odnośnie przyszłości branży wynosi 75 punktów, o 15 więcej niż pół roku wcześniej. Nastroje producentów względem branżowych perspektyw poprawiły się od tego czasu o 22 punkty, osiągając wartość 79 punktów, a w grupie dystrybutorów motoryzacyjnych wskaźnik wzrósł o 5 punktów do poziomu 72 punktów. Zarówno producenci, jak i dystrybutorzy w ciągu najbliższego pół roku zamierzają zwiększać sprzedaż. Natomiast na zwiększenie przychodów z większym optymizmem patrzą producenci motoryzacyjni – 50% badanych, niż dystrybutorzy – 34%. W grupie tych drugich przeważają oceny utrzymania przychodów na obecnym poziomie – 66%.

Obecną sytuację w branży motoryzacyjnej zdecydowanie lepiej oceniają dystrybutorzy firm motoryzacyjnych. Blisko 70% przedstawicieli ocenia obecną sytuację jako bardzo dobrą (3% wskazań) lub raczej dobrą (66% wskazań, wzrost aż o 33 p.p. w stosunku do badania ze stycznia br.). Zaledwie co dziesiąty przedstawiciel dystrybutorów ocenia sytuację w swojej branży jako złą. Gorzej obecną sytuację branży oceniają producenci motoryzacyjni. Pomimo, że blisko połowa z nich ocenia obecną

sytuację bardzo dobrze lub raczej dobrze, a odsetek oceniających bardzo źle spadł z 3% do zera, to o 6 p.p. do 29% wzrosła część respondentów uważająca, że sytuacja w branży jest raczej zła.

Ocena obecnej sytuacji branży motoryzacyjnej



Źródło: Badanie KPMG w Polsce i Polskiego Związku Przemysłu Motoryzacyjnego pt. „Barometr nastrojów menedżerów firm motoryzacyjnych”.

Ponad połowa menedżerów firm motoryzacyjnych prognozuje poprawę sytuacji branży

Od początku roku wzrósł odsetek przedstawicieli firm motoryzacyjnych, którzy prognozują poprawę koniunktury w branży w ciągu kolejnych 12 miesięcy. 65% ankietowanych producentów oraz 59% przedstawicieli dystrybutorów prognozuje, że sytuacja w branży ulegnie poprawie lub zdecydowanej poprawie. Z kolei blisko 1/3 zarówno dystrybutorów, jak i producentów uważa, że sytuacja sektora motoryzacyjnego przez najbliższy rok nie ulegnie zmianie.

Zdaniem respondentów poprawi się również sytuacja gospodarcza w Polsce w nadchodzących 12 miesiącach. Większy optymizm przejawiają jednak dystrybutorzy – 62% uważa, że sytuacja gospodarcza ulegnie poprawie, a kolejne 7% spodziewa się zdecydowanej poprawy. Jedyne 1 na 10 przedstawicieli firm zajmujących się dystrybucją uważa, że w ciągu roku należy spodziewać się pogorszenia sytuacji gospodarczej w kraju. Z kolei 11% przedstawicieli producentów uważa, że sytuacja gospodarcza w ciągu 12 miesięcy zdecydowanie się poprawi, a 54% uważa, że się ona poprawi. Warto jednak zaznaczyć, że jednocześnie ponad 1/5 producentów obawia się pogorszenia sytuacji gospodarczej w Polsce w nadchodzącym okresie.

Znaczny wzrost wskaźnika nastrojów menedżerów firm motoryzacyjnych pokazuje, że pandemia – przynajmniej w świadomości przedstawicieli polskich firm – odchodzi w zapomnienie. Ponadto, mimo optymizmu i wyraźnego oczekiwania poprawy, szefowie firm wskazują, że branża motoryzacyjna zmieni się. Poza trwającą już zmianą w przechodzeniu na nowe napędy, co jest dużym wyzwaniem dla całego sektora motoryzacji, zmianie ulegnie sposób dystrybucji oraz produkcja motoryzacyjna. Wszystko zatem wskazuje na to, że z kryzysu wywołanego COVID-19 zostały wyciągnięte wnioski i większość menedżerów wyraża przekonanie, że w ciągu najbliższego roku, czy dwóch lat uda się wrócić do poziomu produkcji i sprzedaży sprzed pandemii – mówi Jakub Faryś, Prezes Polskiego Związku Przemysłu Motoryzacyjnego.

Sytuacja polityczno-gospodarcza największym wyzwaniem dla branży

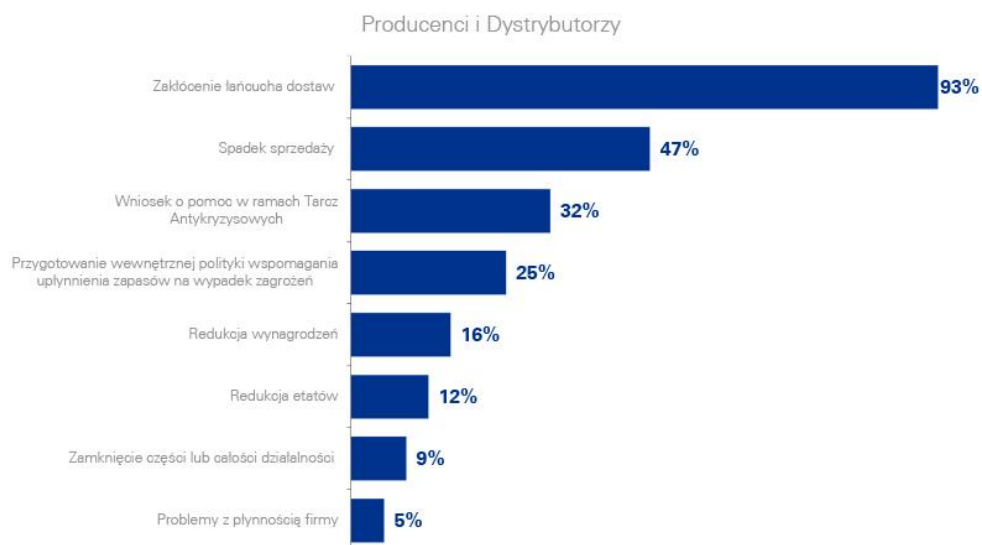
Sytuacja polityczno-gospodarcza w Polsce bez zmian jest wskazywana przez większość firm motoryzacyjnych jako największe wyzwanie, z jakim będzie musiała się zmierzyć ich firma w ciągu następnych 6 miesięcy. 71% producentów oraz 62% dystrybutorów wskazuje ten aspekt jako mający największy wpływ na prowadzenie ich biznesu. W następnej kolejności producenci wskazują na nowe regulacje prawne (57%), koszty pracy (54%) oraz wzrost konkurencyjności ze strony innych firm zajmujących się produkcją (50%). Dla przedstawicieli firm zajmujących się dystrybucją największe wyzwania poza sytuacją polityczno-gospodarczą w kraju są związane m.in. z dostępem do pracowników technicznych, kosztami pracy oraz zmiennością kursów walutowych. Czynniki te będą wyzwaniem dla ponad połowy badanych dystrybutorów firm motoryzacyjnych.

93% firm motoryzacyjnych w Polsce dotkniętych zakłóceniem łańcucha dostaw w wyniku pandemii COVID-19

Ponad 9 na 10 firm biorących udział w badaniu KPMG i PZPM deklaruje, że w wyniku pandemii COVID-19 ich firmy mierzą się z negatywnymi skutkami zakłócenia łańcucha dostaw. Blisko połowa przyznaje, że negatywnym następstwem pandemii jest również spadek sprzedaży.

Chociaż kryzys związany z COVID-19 w dużym stopniu wpłynął na branżę, to już 39% firm motoryzacyjnych prognozuje, że dojdzie do sytuacji sprzed pandemii zajmie im rok. Oznacza to wzrost aż o 18 p.p. w porównaniu z wynikami badania przeprowadzonego w styczniu br. Dodatkowe 46% producentów i dystrybutorów firm motoryzacyjnych spodziewa się powrotu do sytuacji takiej jak przed pandemią, w ciągu maksymalnie 2 lat. Zaledwie 5% respondentów uważa, że nie nastąpi powrót do sytuacji sprzed pandemii.

Jak pandemia COVID-19 wpłynęła na Państwa firmę i jakie działania podjęli Państwo w odpowiedzi?



Źródło: Badanie KPMG w Polsce i Polskiego Związku Przemysłu Motoryzacyjnego pt. „Barometr nastrojów menedżerów firm motoryzacyjnych”.

Wirtualne salony sprzedaży zyskają na popularności

*58% przedstawicieli firm motoryzacyjnych uważa, że długotrwałymi skutkami pandemii COVID-19 będzie dalszy wzrost znaczenia wirtualnych salonów samochodów oraz skrócenie geograficznego łańcucha dostaw. Wzrost znaczenia wirtualnych salonów samochodowych nie jest niczym zaskakującym w dobie szybko postępującej digitalizacji codziennego życia i dynamicznego rozwoju innowacyjnych technologii, które umożliwiają zakup samochodu online. Również skrócenie łańcucha dostaw wydaje się być naturalnym sposobem rozwiązania problemów, z jakimi mierzyły się firmy motoryzacyjne w poprzednim roku, kiedy z powodu załamania globalnego łańcucha dostaw, zarówno producenci, jak i dystrybutorzy byli zmuszeni do zdefiniowania na nowo strategii swoich firm – mówi **Mirosław Michna, Partner w Dziale Doradztwa Podatkowego, Lider zespołu doradców dla branży motoryzacyjnej w KPMG w Polsce.***

Pozytywnym sygnałem jest również malejący odsetek respondentów, którzy wskazują na ograniczenie zatrudnienia oraz zamrożenie inwestycji firmy. Obecnie 35% menedżerów firm motoryzacyjnych deklaruje, że w wyniku pandemii COVID-19 ograniczą zatrudnienie (spadek o 23 p.p.), a co czwarty przewiduje zamrożenie inwestycji w rozwój firmy (spadek o 25 p.p.).

Raport w wersji elektronicznej można pobrać ze strony kpmg.pl lub pzpm.org.pl

O RAPORCIE:

Barometr nastrojów menedżerów sektora motoryzacyjnego jest badaniem ankietowym przeprowadzonym przez Polski Związek Przemysłu Motoryzacyjnego i KPMG w Polsce w czerwcu 2021 r. Jego celem było poznanie opinii kadry zarządzającej firm motoryzacyjnych na temat bieżącej i przyszłej sytuacji branży w Polsce. Ankieta skierowana była do menedżerów firm produkcyjnych i dystrybutorów pojazdów, przyczep i naczep, zabudów lub podzespołów, części i akcesoriów. W badaniu internetowym wzięło udział 57 respondentów.

O PZPM:

Polski Związek Przemysłu Motoryzacyjnego jest największą polską organizacją pracodawców branży motoryzacyjnej, zrzeszającą oficjalnych importerów, przedstawicieli producentów i producentów pojazdów samochodowych, motocykli, motorowerów oraz czterokołowych pojazdów motocyklowych, a także producentów nadwozi, przyczep, naczep oraz części, zespołów i elementów pojazdów samochodowych przeznaczonych do pierwszego montażu.

Głównym celem PZPM jest reprezentowanie interesów zrzeszonych firm wobec organów administracji publicznej, środków masowego przekazu i społeczeństwa. PZPM inicjuje zmiany legislacyjne oraz wspiera działania na rzecz rozwoju i promocji polskiego sektora motoryzacyjnego. Jest organizacją zapraszaną przez rząd do opiniowania projektów najistotniejszych aktów prawnych dotyczących motoryzacji, uczestniczy także w pracach komisji parlamentarnych i rządowych. Więcej na stronie pzpm.org.pl.

O KPMG:

KPMG jest globalną organizacją niezależnych firm świadczących usługi profesjonalne z zakresu audytu, doradztwa podatkowego i doradztwa gospodarczego. KPMG działa w 146 krajach i zatrudnia ponad 227 000 pracowników w firmach członkowskich na całym świecie. Każda z firm KPMG jest odrębnym podmiotem prawa. KPMG International Limited jest prywatną spółką angielską z odpowiedzialnością ograniczoną do wysokości gwarancji. KPMG International Limited i podmioty z nią powiązane nie świadczą usług na rzecz klientów. W Polsce KPMG działa od 1990 roku. Obecnie zatrudnia blisko 2000 osób w Warszawie, Krakowie, Poznaniu, Wrocławiu, Gdańsku, Katowicach i Łodzi. Więcej na stronie kpmg.pl.



Polski Związek Przemysłu
MOTORYZACYJNEGO

News

Kontakt dla mediów:

Patrycja Kowalczyk, e-mail: patrycjakowalczyk@kpmg.pl, tel.: 22 528 11 87 lub 664 718 676

Krzysztof Krzyżanowski, e-mail: krzyzanowski@kpmg.pl, tel.: 22 528 11 14 lub 508 047 582

Jakub Faryś, e-mail: jakub.farys@pzpm.org.pl, tel.: 22 322 71 98 lub 602 475 701

Anna Materzok, e-mail: anna.materzok@pzpm.org.pl, tel.: 22 322 71 98 lub 608 666 124

Informujemy, że współadministratorami Pana/Pani danych osobowych są Spółki wchodzące w skład grupy kapitałowej KPMG w Polsce, (tj. KPMG Sp. z o.o., KPMG Sp. z o.o. sp. k., KPMG Audit Sp. z o.o., KPMG Audit Services Sp. z o.o., KPMG Audit Sp. z o.o. sp. k., KPMG Advisory Sp. z o.o. sp. k., KPMG Tax M.Michna Sp. k., KPMG Usługi Księgowe Sp. z o.o., D.Dobkowski Sp. k., KPMG Restructuring Sp. z o.o. o. Wszystkie spółki mają swą siedzibę w Warszawie przy ul. Inflanckiej 4A). W Spółkach z grupy kapitałowej KPMG w Polsce został powołany Inspektor Ochrony Danych (e-mail: DPO@kpmg.pl lub adres korespondencyjny: KPMG Sp. z o.o. Inspektor Ochrony Danych – DPO, ul. Inflancka 4A, 00-189 Warszawa), który jest dla Pana/Pani osobą kontaktową w kwestiach związanych z danymi osobowymi. Pana/Pani dane osobowe zostały pozyskane z ogólnodostępnych źródeł, tj. (stron internetowych wydawnictw, stopek redakcyjnych itp.) lub bezpośrednio od Pana/Pani z prośbą o wysyłanie informacji przeznaczonych dla dziennikarzy. Odbiorcami Pana/Pani danych osobowych będą upoważnieni pracownicy oraz współpracownicy współadministratorów danych osobowych.

Pana/Pani dane osobowe będą przetwarzane na podstawie prawnie usprawiedliwionego interesu administratora danych, tj. na podstawie art. 6 ust. 1 lit. f Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 roku, tj. ogólne rozporządzenie o ochronie danych osobowych. Usprawiedliwionym interesem administratora danych jest nawiązanie z Panem/Panią kontaktu oraz dostarczenie Panu/Pani w tym celu informacji technicznych.

Pana/Pani dane osobowe będą przetwarzane w zakresie: dane identyfikujące osobę, służbowe dane adresowe i teleadresowe. Pana/Pani dane osobowe będą przetwarzane do czasu wniesienia żądania usunięcia danych. W przypadku wniesienia żądania usunięcia danych, Pana/Pani dane zostaną bezpowrotnie usunięte.

Ma Pan/Pani prawo żądania dostępu do dotyczących Pana/Pani osoby danych osobowych, prawo ich sprostowania, usunięcia lub ograniczenia przetwarzania, a także prawo do wniesienia sprzeciwu wobec przetwarzania oraz prawo do przenoszenia danych.

Przysługuje ponadto Panu/Pani prawo wniesienia skargi do organu nadzorczego, w przypadku przetwarzania Pana/Pani danych osobowych w sposób naruszający przepisy RODO. Informujemy, że Państwa dane osobowe będą profilowane, lecz decyzje dotyczące Państwa osoby nie będą podejmowane w sposób zautomatyzowany. Na tego rodzaju przetwarzania danych przysługuje Państwu prawo sprzeciwu.

Informujemy ponadto, że Spółki wchodzące w skład grupy kapitałowej KPMG w Polsce zawarły wspólne uzgodnienia, w których ustaliły zakresy swojej odpowiedzialności dotyczące wypełnienia obowiązków wynikających z RODO, a w tym tych, o których mowa w niniejszej klauzuli informacyjnej.

Za przestrzeganie praw i wypełnianie obowiązków w stosunku do Państwa danych osobowych odpowiedzialna jest KPMG Sp. z o.o. W uzgodnieniach postanowiono również, jak wskazano, że punktem kontaktowym dla Państwa jest Inspektor Ochrony Danych.