

Pierwsze rejestracje NOWYCH AUTOBUSÓW LUTY 2023

Analizy PZPM i JMK na podstawie danych Centralnej Ewidencji Pojazdów

W lutym 2023 r. w Polsce zarejestrowano 87 fabrycznie nowych autobusów, czyli o 5 sztuk więcej niż przed rokiem (+6,1% r/r) i zdecydowanie więcej niż w styczniu br., kiedy polscy przewoźnicy zakupili zaledwie 64 takie pojazdy (+35,9% m/m).

Razem od początku roku daje to skumulowany rezultat 151 szt. (-37 szt. / - 19,7% r/r). Tym samym, polski rynek cały czas charakteryzuje się chwiejną koniunkturą, czyli to co mogliśmy obserwować w zeszłym roku: od okresów z gwałtownym przyspieszeniem sprzedaży (jak w październiku i listopadzie, gdzie mieliśmy odpowiednio +20 szt. / +28,2% r/r i +21 szt. / +23,9% r/r) po serię spadków, jak w czerwcu (-42 szt. / -27,8% r/r), lipcu (-73 szt. / -47,7% r/r), czy sierpniu (-71 szt. / -49,7% r/r). Mocno pofalowana w roku 2022 krzywa sprzedaży, z licznymi wznosami i upadkami, pokazuje też jak długą i trudną drogę musi przebyć autobusowy rynek, aby wrócić do normalnej sytuacji.

Natomiast luty przyniósł pierwsze w tym roku sygnały powrotu koniunktury i to przede wszystkim z segmentu autobusów turystycznych, który najmocniej ucierpiał podczas pandemii. To nas bardzo cieszy, a dodając do tego informacje od sprzedawców o pełnej liście zamówień autokarów na ten rok – napawa optymizmem. Szczególnie po bardzo słabym styczniu.

Pierwsze rejestracje NOWYCH autobusów w Polsce styczeń-luty 2023 według segmentów*

Segment		Nadwozie	1-2.2023		1-2.2022		Zmiana % r/r
			Ogółem	Udział %	Ogółem	Udział %	
	BUS ≤ 3,5T BUS > 3,5T	MINI	58	100,0%	62	100,0%	-6,5%
DMC < 8T	OGÓŁEM		58	100,0%	62	100,0%	-6,5%
	BUS > 3,5T	MIEJSKI	68	73,1%	111	89,5%	-38,7%
		MIĘDZYMIASTOWY	9	9,7%	7	5,6%	28,6%
		SZKOLNY	2	2,2%			
		TURYSTYCZNY	11	11,8%	6	4,8%	83,3%
		INNY	3	3,2%			
DMC ≥ 8T	OGÓŁEM		93	100,0%	124	100,0%	-25,0%
				61,6%		66,7%	
OGÓŁEM*			151	100%	186	100%	-18,8%

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

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

Autobusowy luty

Drugi miesiąc 2023 roku przyniósł autobusowemu rynkowi niski poziom sprzedaży na poziomie 87 sztuk, który był wyższy od zeszłorocznego (+5 szt. / +6,1% r/r), kiedy polscy przewoźnicy zakupili zaledwie 64 takie pojazdy (+35,9% m/m). Natomiast droga do radykalnej poprawy sytuacji i powrotu przedpandemicznych wyników jest jeszcze daleka, co najlepiej pokazują lutowe wyniki z poprzednich lat: 82 szt. w 2022 r.; 115 szt. w 2021 r., 122 szt. w 2020 r., 163 szt. w 2019 r. i 229 szt. w 2018 r. Jak widać na tym tle – tegoroczne wyniki za luty wyglądają cały czas słabo, natomiast „plus”, choć niewielki cieszy i potwierdza wcześniejsza zapowiedzi, że w tym roku czeka nas w końcu odbicie i lepszy wynik niż w poprzednich dwóch latach.

Patrząc na ten okres przez pryzmat segmentów funkcjonalnych wyłania się nam następujący obraz:

- segment MINI po bardzo słabym styczniu, kiedy zarejestrowano tylko 23 pojazdy, w lutym przyspieszył i osiągnął rezultat 36 szt. (+5szt. / +16,1% r/r), czyli mamy od początku roku 58 szt. (-4 szt. -6,5%). Najczęściej kupowanym minibusem po lutym był Mercedes-Benz Sprinter (45).

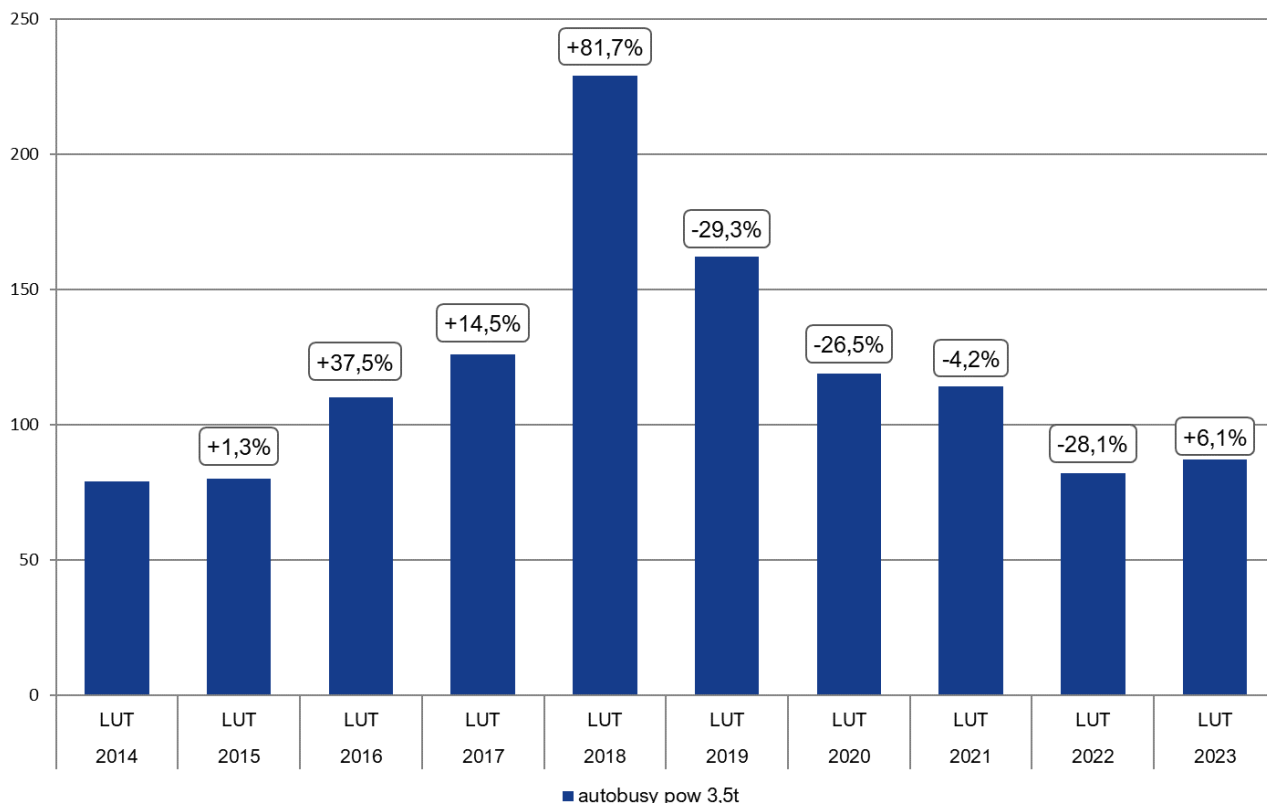
- kategoria miejska po tragicznym styczniu i zaledwie 33 rejestracjach (-29 szt. / -46,8% r/r), zamknęła luty równie słabym wynikiem 34 rejestracji (-15 szt. / -30,6% r/r). W ciągu dwóch pierwszych miesięcy br. Segment zanotował łącznie 68 szt. (-45 szt. -38,7%), co stanowi nienajlepszy prognostyk na kolejne miesiące dla tej strategicznej dla rynku kategorii. Najczęściej kupowanym autobusem miejskim w tym okresie był Solaris Urbino 12 (17).

- autobusy międzymiastowe zaliczyły w lutym aż 8 rejestracji, dodając jedną rejestrację ze stycznia, po lutym jest to wynik 9 szt. (+2 szt. ++28,6%). To historyczny wynik, który „wykręciło” prawie wyłącznie Iveco realizując dostawy z dofinansowaniem z rządowego programu Polski Ład. Niestety, to wsparcie obliczone jest tylko na ten rok, także cały czas nie możemy zaliczyć tej kategorii do kluczowych, tak jak ma to miejsce w Niemczech, Czechach czy na Słowacji. Najczęściej kupowanym autobusem międzymiastowym w lutym był Iveco Crossway 12 (4).

- autokary to bardzo pozytywne, lutowe zaskoczenie, aż chciałoby się w powiedzieć „w końcu”. Po delikatnie mówiąc kiepskim styczniu, kiedy w Polsce zakupiono dwa nowe autobusy turystyczne, luty przyniósł poziom aż 9 pojazdów (+8 szt. / +800% r/r) co mamy nadzieję jest początkiem wzmocnień przez sezonem turystycznym. Zdaniem sprzedawców ma być on już zdecydowanie lepszy niż poprzednie i już przekracza limity produkcyjne nałożone na fabryki w pandemicznym okresie. To też powoduje, że boom na rynku rozłożony zostanie w czasie, ale też obejmie większą liczbę marek.

- autobusy szkolne. To po autobusach międzymiastowych i turystycznych kolejny niszowy segment. W tym roku może się to zmienić dzięki mazowieckiemu dofinansowaniu do zakupu nowych „gimbusów”. To pierwszy taki projekt w Polsce, natomiast po lutym odnotowano tutaj dwie elektryczne rejestracje – z dofinansowaniem NFOŚiGW w ramach centralnego programu Kangur, które zakończył w zeszłym roku swoją działalność.

Razem luty dał nam stosunkowo niski poziom sprzedaży, ale i wielką nadzieję na spodziewane, turystyczne odbicia. Z danych przetargowych wynika, że autobusy miejskie za moment wejdą do gry (m.in. z łódzkim kontraktem Mercedesa i kontynuacją dostaw Autosanu dla Warszawy), co pchnie całą sprzedaż do przodu. Pamiętajmy, że minimalny cel na rok 2023 to przełamać barierę spadku i przynajmniej powtórzyć wynik z 2021 r., czyli 1362 szt. Naszym zdaniem po lutowym wyniku jest to w rynkowym zasięgu.



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, dlatego sprawdzamy, jak w tej kategorii wyglądała struktura napędowa w lutym:

10 szt. z napędem gazowym (LNG) z udziałem 14,7% (dla porównania dla całego roku 2022 był to poziom 12,1% / dla roku 2021 – 25,6%).

21 szt. z klasycznym napędem diesla z udziałem 26,5% (dla porównania dla całego roku 2022 był to poziom 57,3% / dla roku 2021 – 36,2%);

20 szt. z napędem elektrycznym z udziałem 29,4% (dla porównania dla całego roku 2022 był to poziom 23,5% / dla roku 2021 – 36,3%);

17 szt. z napędem hybrydowym z udziałem 25,0% (dla porównania dla całego roku 2022 był to poziom 7,1% / dla roku 2021 – 1,9%).

Pod kątem miast, które najbardziej inwestują w zero i niskoemisyjne autobusy, to w lutym 2023 na pierwszym miejscu mamy Warszawę, która ponownie rozpoczęła odbiory gazowych Autosanów. W zeszłym roku przybyło ich do stolicy 31 szt. teraz mamy 10 szt., czyli do końca kontraktu pozostało 49 szt. W całym 2022 r. ekologiczny peleton ciągnęła także Warszawa (40 gazowców), a potem Gdynia z pierwszymi w Polsce elektrycznymi Mercedesami (26).

Jak pokazują "zielone" dane, liczba zarejestrowanych autobusów z alternatywnymi napędami rośnie w szybkim tempie – przede wszystkim dzięki unijnemu dofinansowywaniu. W przyszłości większy udział w elektrycznych

zakupach będzie miał program „Zielony Transport Publiczny” prowadzony przez NFOŚiGW. W ramach jego pierwszej edycji ma zostać zakupionych 223 zielonych pojazdów, w tym:

146 szt. autobusów elektrycznych

71 szt. autobusów wodorowych

Natomiast w II edycji:

340 szt. autobusów elektrycznych

48 szt. autobusów wodorowych

Z naszych informacji wynika, że III edycja ZTP ma bardzo ograniczony budżet i dlatego ten nabór jeszcze nie wystartował. Rząd czeka na środki z KPO i dopiero wówczas ruszy z ZTP 3.0, ale już z rekordowym dofinansowaniem. Z kolei w 2024 r. oczekujemy, że rynek autobusów wesprą unijne granty z nowej perspektywy finansowej Programów Regionalnych, FENiKS i POPW. Biorąc pod uwagę najnowsze wytyczne Parlamentu Europejskiego, mówiące, że od 2030 roku wszystkie nowe autobusy miejskie mają być zeroemisyjne, to mamy jeszcze sporo do zrobienia.

Lista rankingowa marek

Wracamy do całościowej analizy autobusowego rynku i rankingu marek – za skumulowany okres styczeń-lutym 2023 roku. Na początku roku jak zwykle mamy lekkie przetasowania na szczycie, natomiast lider jest cały czas ten sam Mercedes-Benz (50 sztuk), który chociaż zanotował niższą sprzedaż niż przed rokiem (-1 szt./-2% r/r), to jego udział w rynku wzrósł (+5,7 pkt proc.). Zdecydowanie najkorzystniejsza sytuacja dla niemieckiego producenta panuje w kategorii MINI (poniżej 8 ton DMC), gdzie zarejestrowano 45 pojazdów z trójramienną gwiazdą i to przede wszystkim ten segment pozwolił marce uzyskać 33,1% udziału w rynku (dla porównania – w całym 2022 r. było to 34,2%);

Wice-liderem po lutym został również tradycyjnie Solaris z wynikiem 39 rejestracji (-33 szt. / -45,8% r/r), co dało producentowi z Bolechowa udział w rynku na poziomie 25,8% w rynku (dla porównania – w całym 2022 r. było to 22,2%), czyli o 12,8 pkt proc. mniej niż przed rokiem. Solaris jest specjalistą w kategorii miejskiej, gdzie dostarcza tylko pojazdy o masie powyżej 8t DMC. W tym gabarytowym ujęciu – czyli bez kategorii MINI (poniżej 8t DMC) – firma miała w ciągu dwóch pierwszych miesięcy 2023 roku absolutny prymat z udziałem w rynku na poziomie 41,9%. W tym ujęciu zdecydowanie wyprzedza markę Iveco (15,1% udziału) oraz Autosan (10,8% udziału).

Trzecia pozycja na polskim rynku to niespodzianka i mocny awans Iveco, które wyprzedziło MAN w rankingu dzięki zmasowanym dostawom w aż trzech kategoriach funkcjonalnych – MINI (5), autobusach miejskich (2), a przede wszystkim w kategorii pojazdów międzymiastowych (7). Razem dało to 19 rejestracji, czyli aż o 15 szt. (+375%) więcej przed rokiem, co przyniosło wzrost udziałów w rynku o 10,5 punktów procentowych do poziomu 12,6% (dla porównania – w całym 2022 r. było to 6,8%).

**Pierwsze rejestracje NOWYCH autobusów w Polsce
styczeń- luty 2023**

Pozycja	Marka	1-2.2023		1-2.2022		Zmiana % r/r
		Ogółem	Udział %	Ogółem	Udział %	
1	MERCEDES-BENZ	50	33,1%	51	27,4%	-2,0%
2	SOLARIS	39	25,8%	72	38,7%	-45,8%
3	IVECO	19	12,6%	4	2,2%	375,0%
4	MAN	14	9,3%	34	18,3%	-58,8%
5	AUTOSAN	10	6,6%		0,0%	
	inni	19	12,6%	25	13,4%	-24,0%
	OGÓŁEM**	151	100%	186	100%	-18,8%

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

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

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

Polska produkcja

W lutym zanotowaliśmy sprzedaż 33 pojazdów „made in Poland”, co daje 37,9% udziału. Jest to mniej niż w całym ubiegłym roku, kiedy ten udział wyniósł 48%, natomiast jest to efekt zwiększonej sprzedaży autobusów międzymiastowych i turystycznych, które są głównie produkowane poza Polską. Wraz z powrotem do lepszej kondycji pojazdów miejskich, ten wskaźnik również ulegnie poprawie.

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 inni. Po ich dodaniu, wskaźnik krajowego pochodzenia rejestrowanych autobusów wyniósł w styczniu niemal 72%, czyli 2 punkty procentowe więcej niż w całym 2022 r. 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.

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 ■