



## INFORMACJA PRASOWA

Warszawa, 25 lutego 2022

### Pierwsze rejestracje nowych autobusów

STYCZEŃ 2022 roku

### Analizy PZPM i JMK na podstawie danych Centralnej Ewidencji Pojazdów

W styczniu 2022 r. w naszym kraju zarejestrowano 106 szt. fabrycznie nowych autobusów, czyli o 13 szt. więcej niż przed rokiem. Taki wzrost z początkiem roku jak najbardziej budzi nasz optymizm, jednak w porównaniu z sytuacją sprzed pandemii widać wyraźny spadek sprzedaży – to o 52 szt. mniej niż w styczniu 2020 r. i o 82 szt. mniej niż w analogicznym miesiącu 2019 r.

Przypomnijmy, że w ubiegłym roku na polskie drogi wyjechały 1362 fabrycznie nowe autobusy, czyli o -133 szt. / -8,9% mniej niż przed rokiem. Podobnie było w 2020 r., który rynek zakończył z dwucyfrową stratą (-983 szt. / -39,6%) osiągając poziom 1495 szt. Natomiast jeszcze dwa lata wcześniej w Polsce rejestrowano ponad 2 tys. nowych autobusów rocznie (w 2019 r. 2478 szt., a w 2018 r. - 2706 szt.) Teraz o takich wynikach możemy tylko pomarzyć.

Zapaść na autobusowym rynku to oczywiście efekt ciągle trwającej pandemii COVID-19 i związanego z nią kryzysu, który bardzo mocno dotyka cały publiczny transport. Zarówno w Polsce, jak i całej Europie. Do tego dokładają się też trudności na rynków półprzewodników. 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, 2022 rok według segmentów

Segment		Nadwozie	1.2022		1.2021		Zmiana % r/r
			Ogółem	Udział %	Ogółem	Udział %	
	BUS<=3,5T BUS>3,5T	MINI	31	100,0%	59	100,0%	-47,5%
DMC<8T	OGÓŁEM		31	100,0% 29,2%	59	100,0% 63,4%	-47,5%
	BUS>3,5T	MIEJSKI	63	84,0%	33	97,1%	90,9%
		MIĘDZYMIASTOWY	6	8,0%		0,0%	
		SZKOLNY	6	8,0%	1	2,9%	500,0%
		TURYSTYCZNY					
		INNY					
DMC>=8T	OGÓŁEM		75	100,0% 70,8%	34	100,0% 36,6%	120,6%
	<b>OGÓŁEM*</b>		<b>106</b>	<b>100%</b>	<b>93</b>	<b>100%</b>	<b>14,0%</b>

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



## **INFORMACJA PRASOWA**

Warszawa, 25 lutego 2022

### **Autobusowy styczeń**

Styczeń 2021r. przyniósł autobusowemu rynkowi umiarkowanie wysoki poziom sprzedaży (106szt. i 14% r/r) ale wyraźny spadek w porównaniu z latami 2019-2020 (odpowiednio -82 szt. i -52 szt.). Można powiedzieć, że kontynuujemy pozytywny trend z grudnia (kiedy przybyło 141 szt. przy śladowym spadku -1,7% r/r). Na polskim rynku nowych autobusów trudno natomiast jest mówić o utrwalonej sezonowości i koniunktura jest bardzo zmienna. W 2021 roku w I kwartale (-22,4%) utrzymywał się spadek; w II kwartale mieliśmy wzrost (+19,7%), podobnie było w III (+16,2%), a IV kwartał (-34,5%) przyniósł najgłębszy spadek, z którego wyłamał się grudzień. Na tym tle styczeń 2022 wypada całkiem dobrze, dając nadzieję na rynkowe odbicie się od dna. W pierwszym miesiącu roku ponownie mogliśmy zaobserwować (widoczny już w grudniu) trend dwóch prędkości – autobusy miejskie, międzymiastowe i turystyczne „ciągnęły” sprzedaż w górę, natomiast minibusy pchały ją w dół. To odwrotna sytuacja niż do tej pory, kiedy segment MINI był strategicznym filarem rynku i w najtrudniejszych monetach pandemii jako jedyny potrafił notować pozytywne wyniki. Być może jest to spowodowane trudnościami w dostępie do pojazdów bazowych, co z kolei wynika cały czas z niskiej dostępności półprzewodników.

Podsumowując – styczniowe wyniki pokazują w jaką stronę zmierza autobusowy rynek. Ponownie jego kołem napędowym rynku zostały autobusy miejskie, a segment MINI wycofał się z „pierwszej linii frontu”. Autokary mają wielką ochotę ponownie wrócić do dobrej formy, natomiast ten segment, podobnie jak autobusy międzymiastowe, skutecznie jest blokowany przez rynek wtórny, który w tych kategoriach notuje teraz rekordową sprzedaż. Razem daje to bardzo niski poziom sprzedaży i niewygórowane ambicje. Cel na ten rok to przełamać barierę spadku i pokonać wynik z 2021 r., czyli 1362 szt.

### **MINI spadek**

W styczniu segment MINI-busów odnotował rejestracje 31 szt., co oznacza wyraźny spadek w porównaniu z analogicznym okresem w 2021 r. (-28 szt. / -47,5% r/r) i jeszcze głębszy w porównaniu ze styczniem 2020 r. (-55 szt. / -64%). Tak niskiego poziomu w pierwszym miesiącu roku w tej kategorii nie obserwowaliśmy od 8. lat, od 2017r. Ostatnio podobnie mało zarejestrowano w październiku ub.r. (30 szt.). Był to najśłabszy miesiąc 2021 r. w segmencie MINI-busów. Przypomnijmy, 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, a teraz zaczynamy od 31 szt.

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 styczniu br. najwięcej minibusów zarejestrowano na Mazowszu – głównie w powiecie grodziskim (16) oraz na Pomorzu – w powiecie wejherowskim (3).

Od lat zdecydowanym liderem w tej kategorii jest marka Mercedes-Benz, która w styczniu br. osiągnęła rezultat 25 minibusów i 80,6% udział w tym segmencie. To na początek wyższy udział niż ta marka osiągnęła w całym 2021 r., kiedy odnotowała 73,2% udziału, a także wyższy niż w 2020 r. z poziomem 67,9%. Warto



## **INFORMACJA PRASOWA**

Warszawa, 25 lutego 2022

wspomnieć, że na ten wynik zapracowały także polskie firmy, które najczęściej zabudowują pojazdy klasy MINI 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 styczniu zarejestrował na podwoziach różnych marek 24 minibusy, co dało mu aż 77% udział w segmencie MNI i 22,6% w całym rynku. Tak świetne wyniki na początku roku to efekt wykonanej pracy w poprzednich latach – w 2021 r. Mercus zarejestrował 302 szt. pojazdy, a w 2020 r. - 230 szt.

W tej sytuacji najczęściej kupowanym w styczniu minibusem był Mercedes-Benz Sprinter (25 szt) w tym z zabudową Mercusa (18).

### **Miejska siła**

Miejski, styczniowy wynik (63 szt.) oznacza powrót tego segmentu do dobrej formy i zdecydowanie wyższy wynik niż w ubiegłych latach: +30 szt. / +90,9% r/r w porównaniu ze styczniem 2021 i +14 szt. / +38,6% r/r w porównaniu ze styczniem 2020 r. Jest to po grudniu ub.r. kiedy przybyło 76 szt., kolejny miesiąc ze stosunkowo wysokim poziomem rejestracji. Dla porównania - w całym 2020 r. zanotowano w Polsce 702 miejskie autobusy, co przełożyło się na średnią na poziomie 58 szt. miesięcznie. W 2021 r. ten wskaźnik wynosił 49 szt. / m-c. Teraz mamy wynik 63 szt. Nie jest źle.

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 - styczniowym, miejskim liderem jest Solaris z wynikiem 61 szt. autobusów, co dało mu aż 96,8% udział w tym segmencie.

Dlatego w styczniu najczęściej kupowanym w Polsce autobusem miejskim w był Solaris Urbino 12 z dieslem (25).

### **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 tego 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 styczniu 2022 r. w Polsce zarejestrowano 36 autobusów z napędem alternatywnym (wyłącznie w kategorii miejskiej), a struktura napędowa tej kategorii wyglądała następująco:

26 szt. z klasycznym napędem diesla (udział 41%);

23 szt. z napędem hybrydowym (udział 37%);

10 szt. z napędem gazowym (udział 16%);

3 szt. z napędem elektrycznym (udział 5%).



## **INFORMACJA PRASOWA**

Warszawa, 25 lutego 2022

Dla porównania – w 2021 r. zarejestrowano w Polsce łącznie 383 autobusy z napędem alternatywnym, z czego zdecydowana większość (374) należała do segmentu autobusów miejskich (584). To zapewniało elektrobusom, gazowcom i hybrydom udział w tej kategorii na poziomie aż 64%! Struktura napędowa miejskiego segmentu wygląda wówczas następująco:

213 szt. z napędem elektrycznym (udział 36,5%);  
205 szt. z klasycznym napędem diesla (udział 35,5%),  
150 szt. z napędem gazowym (udział 26%);  
11 szt. z napędem hybrydowym (udział 2%)

Pod kątem miast, które najbardziej inwestują w zero i niskoemisyjne autobusy, to po styczniu 2021 na pierwszym planie mamy Łódź, która odebrała partię hybrydowych autobusów marki Solaris. Z kolei w 2021 r. pierwszym miejscem znalazła się Warszawa (90 szt. autobusów CNG), a kolejne miejsca zajęły Kraków i Jaworzno, które kontynuują elektryfikację miejskiej floty. W 2020 roku także Warszawa została rynkowym eko liderem (140), jednak wówczas stolica kupowała głównie autobusy elektryczne (130). Podobna sytuacja miała miejsce w 2019 r., jednak wówczas Warszawa obroniła pierwszą eko-pozycję (153) inwestując głównie w pojazdy gazowe.

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 POIiŚ – 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, który będzie czerpał finansowanie z KPO. W ramach jego pierwszej edycji ma zostać zakupionych 223 zielonych pojazdów, w tym:

planowana liczba autobusów elektrycznych – 146 szt.  
planowana liczba autobusów wodorowych - 71 szt.  
planowana liczba trolejbusów – 6 szt.  
planowana liczba punktów ładowania – 144 szt.  
planowana liczba przeszkolonych osób – 669.

### **Międzymiastowe oczekiwanie**

W styczniu na polskim rynku zarejestrowano 6 autobusów międzymiastowych. W analogicznym okresie w 2021 r. mieliśmy tutaj zero rejestracji, natomiast w 2020 r. – aż 12. Równie chwiejna i niestabilna sytuacja panowała w tej kategorii w II połowie ubiegłego roku. W sierpniu mieliśmy 1 rejestrację, we wrześniu – 2, w październiku – 6, w listopadzie – 4 i w grudniu – 0.



## **INFORMACJA PRASOWA**

Warszawa, 25 lutego 2022

Dla porównania - w 2020 r. ten segment także nie „błyszczą” i na koniec roku mieliśmy w tej kategorii zaledwie 28 sztuk. To oznacza, że średnią 2 szt. miesięcznie. W 2021 r. ten wskaźnik oscylował na poziomie 1,6 pojazdu na miesiąc. Teraz mamy równo 1 szt.

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.

Coraz większą popularnością cieszy się w naszym kraju Fundusz Rozwoju Połączeń Autobusowych. Ta rządowa proteza komunikacyjna działa od czterech lat, jednak w zakresie taboru wspiera ona wtórny rynek, gdyż wszystkie umowy zawierane są tylko na rok i 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 pojazdów. Natomiast w segmencie wtórnym jest zupełnie na odwrót. W 2021 r. do Polski sprowadzono 1186 używanych autobusów międzymiastowych, czyli 59 razy więcej niż w analogicznej kategorii na rynku fabrycznie nowych pojazdów. W całym 2020 r. było to 943 szt. Ten wynik mówi sam 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.

### **Turystyczny powrót**

W styczniu w naszym kraju odnotowaliśmy rejestrację 6 szt. nowych autobusów turystycznych, czyli kontynuacja autokarowego odbicia końcówki zeszłego roku. W porównaniu z sytuacją sprzed roku to mocny skok na przód - +5 szt./ +500% r/r do stycznia 2021 r., natomiast przedcovidowy styczeń 2020 (-5szt. / -45%) pokazuje na jak aktualnie niskim poziomie odbywa się autokarowa sprzedaż. Widać jednak postęp – w listopadzie mieliśmy 8 rejestracji, a w grudniu 7. Warto podkreślić, że w 2021 roku segment autokarów już jako jedyny na autobusowym rynku (nie licząc niszowych pojazdów szkolnych) odnotował plus, co najlepiej pokazuje, że ta kategoria bardzo chce wrócić do gry. Natomiast z drugiej strony, kategoria ta mocno podlega wpływom ogólnej sytuacji epidemiologicznej i obawom, że wrócą pasażerskie limity. 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 wyniósł prawie 12 szt. / m-c. Teraz mamy 6 szt., co pokazuje, że jest jeszcze sporo do nadrobienia.



## INFORMACJA PRASOWA

Warszawa, 25 lutego 2022

Na liście rankingowej turystycznych marek liderem po styczniu jest marka Scania (3) i to z imponującym udziałem na poziomie 50%. Natomiast na pewno w kolejnych miesiącach sytuacja ulegnie tutaj dynamicznym zmianom i do głosu dojdzie dotychczasowy lider, czyli marka Mercedes-Benz. Na razie najczęściej kupowanym autokarem w styczniu jest model Scania-Irizar i6 (3).

### **Pierwsze rejestracje NOWYCH autobusów w Polsce styczeń, 2022 rok**

Pozycja	Marka	1.2022		1.2021		Zmiana % r/r
		Ogółem	Udział %	Ogółem	Udział %	
1	SOLARIS	61	57,5%	18	19,4%	238,9%
2	MERCEDES-BENZ	26	24,5%	47	50,5%	-44,7%
3	MAN	11	10,4%	10	10,8%	10,0%
4	SCANIA	3	2,8%	3	3,2%	0,0%
	OTOKAR	3	2,8%		0,0%	
	inni	2	1,9%	15	16,1%	-86,7%
	<b>OGÓŁEM**</b>	<b>106</b>	<b>100%</b>	<b>93</b>	<b>100%</b>	<b>14,0%</b>

sztuki

\*/ 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

### **Lista rankingowa marek**

W styczniu 2022 r. liderem całego rynku nowych autobusów w Polsce została marka Solaris z wynikiem 61 rejestracji (+43 szt. / +238,9% r/r), co dało producentowi z Bolechowa udział w rynku na poziomie 57,5%, co oznacza wynik aż o 38,1 pkt. proc. wyższy niż przed rokiem. Dodajmy, że wielkopolska firma dostarcza na rynek tylko autobusy miejskie (w której to kategorii jest liderem) i tylko pojazdy o masie od 8t DMC. W tym ujęciu – czyli bez kategorii MINI (poniżej 8 t DMC) – wielkopolski producent ma absolutny prymat w Polsce z udziałem aż 81,3%. W tym gabarytowym rankingu zdecydowanie wyprzedza markę MAN (5 szt. i 6,7% udział) oraz Scania (2 szt. i 5% udziału).

Na drugiej pozycji po styczniu znalazł się dotychczasowy lider – marka Mercedes-Benz (26), która zanotowała zdecydowanie niższą sprzedaż niż przed rokiem (-21 szt. / -44,7% r/r), co też przełożyło się na spadek udziału w rynku (-26 pkt proc.) Zdecydowanie najkorzystniejsza sytuacja dla niemieckiego producenta panuje w kategorii MINI (poniżej 8 ton DMC), gdzie zarejestrowano 25 pojazdów z trójramienną gwiazdą i to przede wszystkim ten segment pozwoliły marce uzyskać 24,5% udziału w całym autobusowym rynku w Polsce.



## **INFORMACJA PRASOWA**

Warszawa, 25 lutego 2022

Trzecią pozycję na polskim rynku dość niespodziewanie zajął MAN, który awansował w rankingu dzięki dywersyfikacji dostaw w dwóch kategoriach: MINI i miejskiej. Tak szeroka oferta przyniosła marce 11 rejestracji, czyli 1 szt. więcej niż przed rokiem (+10% r/r) i lekki spadek udziału w rynku o 0,4 pkt proc do poziomu 10,4%.

### **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 2021 r. zanotowaliśmy sprzedaż 73 pojazdów „made in Poland”, co daje bardzo wysoki 68% udział w całym rynku. To efekt wysokiej sprzedaży autobusów miejskich i świetnych wyników Solarisa 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 i 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.

---

**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 ■ EKOCEL ■ Eurotrailer ■ Electric Vehicles Poland ■ Fiat Auto 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 ■ KFB Acoustics ■ KIA Motors Polska ■ KTM C&EE ■ Liberty Corporation ■ LOTOS Oil ■ MAN Trucks ■ MAN Trucks&Bus Polska ■ Mazda Motor Logistics Europe ■ Mercedes-Benz Polska ■ Mercedes-Benz Trucks ■ MMC Car Poland ■ Moto Wektor ■ Motorland ■ MRauto ■ Nexteer Automotive ■ Nissan SC&EE ■ Polonia Cup ■ Probike ■ Renault Polska ■ Renault Trucks Polska ■ Robert Bosch ■ Scania Polska ■ Scooter ■ Ssangyong Motors Polska ■ Subaru Import Polska ■ Suzuki Motor Poland ■ Terberg Matec Polska ■ Toyota Motor Poland ■ Toyota Motor Manufacturing Poland ■ The European Van Company ■ Valeo Autosystemy ■ V-Cruiser ■ Volkswagen Group Polska ■ Volkswagen Poznań ■ Volvo Car Poland ■ Volvo Polska ■ Wielton ■ Yamaha Motor Polska ■ ZIPP ■