



INFORMACJA PRASOWA

Pierwsze rejestracje nowych autobusów

STYCZEŃ – MARZEC 2022 roku

Analizy PZPM i JMK na podstawie danych Centralnej Ewidencji Pojazdów

W I kwartale 2022 r. w naszym kraju zarejestrowano 324 szt. fabrycznie nowych autobusów, czyli o 16 szt. więcej niż przed rokiem (+5,2%).

Tak dobry wynik to efekt dynamicznego wzrostu liczby rejestracji w marcu (136 szt.), gdyż jeszcze w okresie styczeń-luty rynek plasował na niskim poziomie 188 szt. To daje nadzieję na wyraźne odbicie się od pandemicznego, kryzysowego poziomu, który przez dwa lata drenował rynek autobusów w Polsce.

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. / -39,6% 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, ale marzec kieruje rynek na właściwe tory. I to daje nadzieję.

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 i problemy z importem m.in. stali w związku z wojną na Ukrainie. 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 - marzec, 2022 rok według segmentów

Segment		Nadwozie	1 - 3.2022		1 - 3.2021		Zmiana % r/r
			Ogółem	Udział %	Ogółem	Udział %	
	BUS<=3,5T	MINI			1	0,55%	-100,0%
	BUS>3,5T		109	100,0%	182	99,5%	-40,1%
DMC<8T	OGÓŁEM		109	100,0% 33,6%	183	100,0% 59,4%	-40,4%
DMC>=8T	BUS>3,5T	MIEJSKI	196	91,2%	97	77,6%	102,1%
		MIĘDZYMIASTOWY	9	4,2%	2	1,6%	350,0%
		SZKOLNY	1		1	0,8%	-100,0%
		TURYSTYCZNY	9	4,2%	25	20,0%	-64,0%
		INNY	1	0,5%			
	OGÓŁEM		215	100,0% 66,4%	125	100,0% 40,6%	72,0%
	OGÓŁEM		324	100%	308	100%	5,2%

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



Autobusowy marzec

Prezentujemy najnowsze analizy PZPM i JMK przygotowane na podstawie danych z Centralnej Ewidencji Pojazdów. Marzec 2022 przyniósł autobusowemu rynkowi wysoki poziom sprzedaży na poziomie 136 szt. (+36 szt. / +36% r/r), co po marazmie w pierwszych dwóch miesiącach roku, jest ważnym odbiciem i sygnałem do odrabiania strat.

Dobrze też to wygląda na tle marcowych wyników uzyskiwanych w poprzednich latach: 100 szt. w 2021 r.; 119 szt. w 2021 r. i 186 szt. w 2019 r.

Bez jednak hurra optymizmu. Jak na razie wzrost widać w jednej tylko kategorii – wśród autobusów miejskich, które wypracowały w marcu świetny wynik 84 szt. (+39 szt. / +86,7 % r/r) a stanowiły 62% ogólnej miesięcznej liczby rejestracji. Pozostałe kategorie były tylko tłem, i tak:

autobusy MINI to spadek rejestracji do poziomu 47 szt. (-6 szt. / -11,3% r/r)

autobusy miejskie to wzrost rejestracji do poziomu 84szt. (+39 szt. / +86,7% r/r)

autobusy międzymiastowe 2 szt. tyle samo co rok temu

autobusy turystyczne to 2 sztuki , w marcu ub.r. ich nie było

autobusy szkolne bez żadnej rejestracji i w tym, i w zeszłym roku.

Od początku roku

Marzec pokazał, że cały czas na autobusowym rynku mamy trend dwóch prędkości – autobusy miejskie „ciągną” sprzedaż w górę, natomiast minibusy pchają ją w dół. To odwrotna sytuacja niż wcześniej, kiedy segment MINI był strategicznym filarem rynku i nawet 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.

Taka struktura sprzedaży ma swoje odbicie w skumulowanych wynikach za I kwartał 2022 r. W podziale na poszczególne segmenty przedstawiają się następująco:

najwięcej rejestracji zanotowaliśmy wśród autobusów miejskich 196 rejestracje (+99 szt. / +102,1% r/r) i to one są teraz liderem autobusowego rynku w Polsce;

największy procentowy spadek odnotowaliśmy wśród autobusów turystycznych z poziomem 9 szt. (-16 szt. / -64,0% r/r), co potwierdza informacje, że COVID największe spustoszenie spowodował właśnie w tej kategorii;

największy ilościowy spadek w I kwartale zanotowały minibusy, które spadły do poziomu 109 szt. (-74 szt. / -40,4% r/r)

z kolei autobusów międzymiastowych było 4,5 razy więcej niż o tej porze rok temu (9 szt.wobec 2 szt w 2021r) a szkolnych (0) podczas gdy rok wcześniej była 1 szt.

Podsumowując – wyniki z I kwartału pokazują, co aktualnie napędza autobusowy rynek. Ponownie jego kołem zamachowym są autobusy miejskie, a segment MINI wycofał się z „pierwszej linii frontu”. Autokary są cały czas w głębokiej defensywie i to w szczycie przygotowań do sezonu wakacyjnego 2022. Podobnie segment pojazdów międzymiastowych cały czas jest skutecznie blokowany przez rynek wtórny. Razem daje to bardzo niski poziom sprzedaży i niewygórowane ambicje.

Cel na ten rok jest cały czas aktualny: przełamać barierę spadku i pokonać sprzedażowy wynik z 2021 r., czyli 1362 szt.



MINI spadek

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), natomiast w marcu spadek ten wyhamował do wyniku 47 rejestracji (-6 szt. / -11,3% r/r). Razem dało to skumulowany wynik 109 szt., co oznacza głęboki spadek zarówno w porównaniu z pandemicznym okresem 2021 r. (-74 szt. / -40,4% r/r), jak i analogicznymi, „normalnymi” okresami 2020 r. (-120 szt.), jak i 2019 r. (-130 szt.).

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 I kwartale 2022 r. to zaledwie 36 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-marzec br. najwięcej minibusów zarejestrowano na Mazowszu – głównie w powiecie grodziskim (44) oraz na Pomorzu – w powiecie wejherowskim (4).

Od lat zdecydowanym liderem w tej kategorii jest marka Mercedes-Benz, która po I kwartale br. osiągnęła rezultat 73 minibusów (czyli o 41 szt. mniej niż przed rokiem) i 67% udział w tym segmencie. 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-marzec zarejestrował na podwoziach różnych marek 71 minibusów (90 szt. w zeszłym roku), co dało mu aż 65,1% udział w segmencie MNI i 21,9% 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 Polsce minibusem po I kwartale był Mercedes-Benz Sprinter (73 szt.), w tym z zabudową Mercusa (40).

Miejska siła

Autobusy miejskie dynamicznie rozpoczęły rok. W styczniu zanotowaliśmy 63 rejestracje (+30 szt. / +90,9% r/r), w lutym 49 (+30 szt. / +157,9% r/r), a w marcu 84 rejestracje (+39 szt. / +86,7% r/r). Razem dało to skumulowany wynik 196 szt., co oznacza znaczny wzrost z pandemicznymi okresami 2021 r. (+99 szt.) i 2020 r. (+71 szt.), Natomiast w porównaniu do 2019 r. mamy spadek ale niewielki (-54 szt.). To oznacza powrót tego segmentu do dobrej formy i strategicznej roli na autobusowym rynku w Polsce.

Dla porównania - w całym 2020 r. zarejestrowano 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 – po I kwartale mamy wynik 65 szt. / m-c. 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 – miejskim liderem po marcu jest cały czas Solaris z wynikiem 95 autobusów, co przełożyło się na 48,5% udział w tym segmencie.

Od stycznia do marca br. najczęściej kupowanym w Polsce autobusem miejskim w był Solaris Urbino 12 Hybrid (32).

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 I kwartale 2022 r. w Polsce zarejestrowano 132 autobusów z napędem alternatywnym (wyłącznie w kategorii miejskiej udziałem 67,3%), a struktura napędowa tej kategorii wyglądała następująco:

63 szt. z klasycznym napędem diesla (udział 32,3%);

65 szt. z napędem elektrycznym (udział 33,3%).

35 szt. z napędem gazowym (udział 17,9%);

32 szt. z napędem hybrydowym (udział 16,4%);

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 wyglądała 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 lutym 2022 na pierwszym planie mamy Łódź, która odebrała partię hybrydowych autobusów marki Solaris. Z kolei w 2021 r. na pierwszym miejscu znalazła się Warszawa (90 szt. autobusów CNG), a kolejne miejsca zajęły wówczas Kraków i Jaworzno, 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 (153).

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. 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

W styczniu na polskim rynku zarejestrowano 6 szt. autobusów międzymiastowych; w lutym jeden, a w marcu 2 szt. To razem dziewięć egzemplarzy, czyli mamy kontynuację rynkowej mizerności w tym segmencie. Z racji tego, że w analogicznym okresie 2021 r. mieliśmy 2 szt. czyli jest ich 4,5 razy więcej.

Dla porównania - w 2020 r. ten segment także nie „błyszczał” i na koniec roku mieliśmy w tej kategorii zaledwie 28 sztuk. To oznacza średnią roczną na poziomie 2,3 szt. miesięcznie. W 2021 r. ten wskaźnik oscylował na poziomie 1,7 pojazdu na miesiąc. Teraz mamy 3 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.

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.



Na liście rankingowej po marcu międzymiastowymi liderami byli MAN (5) i Volvo (2).

Turystyczny dołek

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. Ważne jest natomiast, że rynek idzie do przodu – może małymi krokami, ale idzie.

Jeszcze w ubiegłym roku rynek w tej części był częściowo podtrzymany ze względu na konieczność wyprzedaży-rejestracji w ustalonym przepisami terminie tzw. końcowej partii produkcji związanej z wcześniejszą zmianą przepisów homologacyjnych dla tego typu pojazdów. Teraz nie ma takiej potrzeby i nie ma też popytu na nowe autokarowe konstrukcje. Utrzymująca się pandemia hamuje skutecznie ten popyt. Także jeżeli nawet polscy przewoźnicy czynią taborowe przygotowanie do sezonu 2022 to nie widzimy tego w statystykach.

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 prawie 12 szt. / m-c. Teraz – po I kwartale mamy 9 szt. i średnią na poziomie 3 szt., co pokazuje, jak wiele jest jeszcze do nadrobienia.

Na liście rankingowej turystycznych marek po marcu mamy dwóch liderów – te miejsce zajmują ex aequo marki Scania (3) i Iveco (3). 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 w Polsce autokarem jest model Scania-Irizar i6 (3).

Pierwsze rejestracje NOWYCH autobusów w Polsce styczeń-marzec, 2022 rok

Pozycja	Marka	1 - 3.2022		1 - 3.2021		Zmiana % r/r
		Ogółem	Udział %	Ogółem	Udział %	
1	SOLARIS	95	29,3%	46	14,9%	106,5%
2	MERCEDES-BENZ*	92	28,4%	123	39,9%	-25,2%
3	MAN	79	24,4%	17	5,5%	364,7%
4	VOLVO	28	8,6%	0	0,0%	
5	IVECO	10	3,1%	29	9,4%	-65,5%
	inni	20	6,2%	93	30,2%	-78,5%
	OGÓLEM	324	100%	308	100%	5,2%

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

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

Lista rankingowa marek

W okresie od początku 2022 r. liderem całego rynku nowych autobusów w Polsce została marka Solaris z wynikiem 95 rejestracji (+49 szt. / +106,5% r/r), co dało producentowi z Bolechowa udział w rynku na poziomie 29,3%. Dodajmy, że wielkopolska firma dostarcza na rynek tylko autobusy miejskie (w której to



kategori 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 44,2%. W tym gabarytowym rankingu zdecydowanie wyprzedza markę MAN (52 szt. i 24,2% udziału) oraz Volvo (28 szt. i 13% udziału).

Na drugiej pozycji po lutym jest dotychczasowy lider – marka Mercedes-Benz (51), która zanotowała zdecydowanie niższą sprzedaż niż przed rokiem (-31 szt. / -25,2% r/r), co też przełożyło się na spadek udziału w rynku (-11,5 pkt proc.) Zdecydowanie najkorzystniejsza sytuacja dla niemieckiego producenta panuje w kategorii MINI (poniżej 8 ton DMC), gdzie zarejestrowano 73 pojazdów z trójramienną gwiazdą i to przede wszystkim ten segment (z udziałem 67,0%) pozwoliły marce uzyskać 28,4% udziału w całym autobusowym rynku w Polsce.

Trzecią pozycję na polskim rynku dość niespodziewanie zajął MAN, który awansował w rankingu dzięki dywersyfikacji dostaw w różnych kategoriach wagowych oraz miejskiemu impetowi na Śląsku. Tak szeroka oferta przyniosła marce 79 rejestracji, czyli aż 62 szt. więcej niż przed rokiem (+364,7% r/r) i imponujący wzrost udziału w rynku o 18,9 pkt proc do poziomu 24,4%. To 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 I kwartale 2022 r. zanotowaliśmy sprzedaż 206 pojazdów „made in Poland”, co daje bardzo wysoki 63,6% udział w całym rynku. To efekt wysokiej sprzedaży autobusów miejskich i świetnych wyników Solarisa i MAN 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 ■ 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 ■