OTOMOTO

FAKTOR „E” 2026

IMPULSY ELEKTROMOBILNOŚCI WŚRÓD KIEROWCÓW W EUROPIE I W POLSCE

RAPORT OTOMOTO PRZYGOTOWANY PRZEZ MINDS & ROSES



SPIS TREŚCI

KLUCZOWE WNIOSKI I DANE Z RAPORTU 3
1. STAN ROZWOJU ELEKTROMOBILNOŚCI W EUROPIE 5
2. ŚCIEŻKA ZAKUPOWA EUROPEJSKICH KIEROWCÓW 7
3. POSTAWY WOBEC ELEKTROMOBILNOŚCI 12
4. RYNEK WTÓRNY NOWEJ MOBILNOŚCI 18
5. CHIŃSKI FENOMEN OCZAMI KIEROWCÓW 22
REKOMENDACJE 27

O BADANIU I METODOLOGII 28
ZAŁĄCZNIK – KARTY KRAJÓW 29
1. Polska 30
2. Anglia 32
3. Niemcy 34
4. Francja 36
5. Hiszpania 38
6. Portugalia 40
7. Rumunia 42
8. Litwa 44
9. Węgry 46
10. Czechy 48

KLUCZOWE WNIOSKI I DANE Z RAPORTU 2026:

54% kierowców w Europie chciałoby w przyszłości mieć samochód elektryczny

47% polskich kierowców deklaruje brak możliwości ładowania samochodu elektrycznego w miejscu, gdzie najczęściej parkują (średnia europejska - 40%)

57% kierowców w Europie zna właściciela samochodu elektrycznego (w Polsce 44%)

29% kierowców w Europie postrzega niższe koszty użytkowania jako atut pojazdów elektrycznych (wzrost z 22% w 2025 r.)

47% kierowców w Europie deklaruje, że do zakupu używanego auta elektrycznego mogłaby ich przekonać gwarancja na baterię

39% polskich kierowców uważa, że bogate wyposażenie chińskich aut elektrycznych w standardzie mogłoby skłonić ich do takiego zakupu (średnia europejska – 26%)

AUT ELEKTRYCZNYCH PRZYBYWA SZYBCIEJ NIŻ FANÓW ELEKTROMOBILNOŚCI

Badanie „Faktor E" 2026 pokazuje, że rozwój rynku samochodów elektrycznych nie wszędzie idzie w parze ze wzrostem deklarowanej chęci ich posiadania. W Polsce odsetek kierowców, którzy chcieliby w przyszłości mieć samochód elektryczny, wynosi 35% i pozostaje na poziomie z 2025 r.

Polski rynek jednak rośnie: na koniec lipca 2026 r. po drogach jeździło 157 tys. samochodów elektrycznych (z czego 145 tys. stanowiły samochody osobowe). Nie można więc powiedzieć: „Polacy nie chcą EV". Bardziej trafne jest stwierdzenie: „polski konsument stopniowo przekonuje się do EV, ale nie ma jeszcze wystarczająco dużo powodów, by uznać je za bezpieczny i przewidywalny wybór". **Największe bariery dotyczą kosztu zakupu, zasięgu samochodu na jednym ładowaniu oraz braku doświadczeń i punktów odniesienia.**

Istotny potencjał wiąże się z ładowaniem w domu. 54% respondentów w Polsce mieszka w domu jednorodzinnym lub w zabudowie o podobnym charakterze, ale aż 47% deklaruje brak możliwości ładowania w miejscu parkowania. **21% badanych w Polsce deklaruje posiadanie instalacji fotowoltaicznej. Ładowanie z wykorzystaniem własnej instalacji może ograniczyć eksploatacji pojazdu.**

RYNEK UŻYWANYCH AUT ELEKTRYCZNYCH – WCIĄŻ NIEWYKORZYSTANA SZANSA

Największą niewykorzystaną szansę stanowi rynek wtórny. Tylko 27% Polaków deklaruje gotowość zakupu używanego pojazdu elektrycznego, mimo że 70% badanych kupiło obecny samochód właśnie jako używany. Jednocześnie 52% uznaje zaufaną certyfikację stanu baterii za bardzo ważną. **To wskazuje na konkretną lukę rynkową: potrzebę standaryzacji informacji o stanie baterii, historii serwisowej i gwarancji.**

Widoczne są więc następujące trzy priorytety: zmniejszenie ryzyka postrzeganego przez nabywcę (szczególnie w obszarze baterii i serwisu), ułatwienie oceny realnego kosztu i użyteczności EV w codziennym życiu oraz zbudowanie rynku wtórnego jako wiarygodnego, przejrzystego segmentu rynku.

SZYBKO PRZYBYWA AUT MAREK CHIŃSKICH MIMO DEKLARATYWNEJ NIEUFNOŚCI KIEROWCÓW

Chińskie marki wchodzą na rynek szybciej, niż zyskują na wiarygodności. Udział chińskich pojazdów na polskim rynku aut nowych wyniósł w lipcu aż 15,5%[1]. Jednocześnie tylko 28% respondentów rozważa zakup chińskiego EV, a aż 37% odrzuca taką opcję. W najbliższych latach okaże się, na ile ta grupa – niemal 4 na 10 Polaków – będzie niechętna wobec konkretnych, korzystnych cenowo ofert. Innymi słowy – czy chińskie marki napotkają trwałą barierę nieufności, czy też przezwyciężą początkową nieufność.

Przewaga cenowa i wyposażenie chińskich samochodów przyciągają uwagę, natomiast jakość, niezawodność i serwis budzą obawy.

[1] Dane SAMAR https://www.samar.pl/rynek-w-liczbach/rejestracje-nowych-samochodow-osobowych-i-dostawczych-2026-2026 (dostęp: 26.08.2026)

1. STAN ROZWOJU ELEKTROMOBILNOŚCI W EUROPIE

Liczba rejestracji nowych samochodów osobowych w UE wzrosła o 5,7% na koniec pierwszego półrocza 2026 r.[2] Udział samochodów w pełni elektrycznych (BEV) w rejestracjach osiągnął 21%, wobec 16% rok wcześniej – co oznacza ponad 1,2 mln nowych rejestracji BEV w pierwszych sześciu miesiącach. Hybrydy pozostają najpopularniejszym wyborem europejskich kierowców z udziałem 47%, a łączny udział benzyny i diesla spadł do 30% z 38% rok wcześniej. Za wzrostem rejestracji BEV stoją przede wszystkim trzy największe rynki UE: Silny wzrost rejestracji BEV odnotowano we Francji, Niemczech i Danii, które łącznie odpowiadają za 64% wszystkich rejestracji BEV w Unii.

POLSKA: PRZYHAMOWANIE PO ZAKOŃCZENIU PROGRAMU DOPŁAT

Na koniec lipca 2026 r. po polskich drogach jeździło 301 tys. samochodów osobowych z napędem elektrycznym, z czego 145 tys. stanowiły samochody bateryjne (BEV), a 156 tys. pojazdy hybrydowe plug-in (PHEV). Łączna liczba zarejestrowanych osobowych i użytkowych aut elektrycznych wyniosła 157 tys. szt. W pierwszym półroczu liczba osobowych i użytkowych BEV zwiększyła się o 23 tys. szt., czyli o 22% więcej niż w analogicznym okresie 2025 r.

Wzrost liczby zarejestrowanych BEV o 22% r/r w I półroczu wygląda dynamicznie, ale przy znacznie mniejszej flocie niż w Niemczech czy Francji, dystans do największych rynków pozostaje duży, a sama dynamika procentowanie nie oznacza jego szybkiego zmniejszania. To tłumaczy, dlaczego mimo obiektywnej poprawy infrastruktury i rosnącej floty, postawy polskich kierowców, uchwycone w badaniu, pozostają w stagnacji.

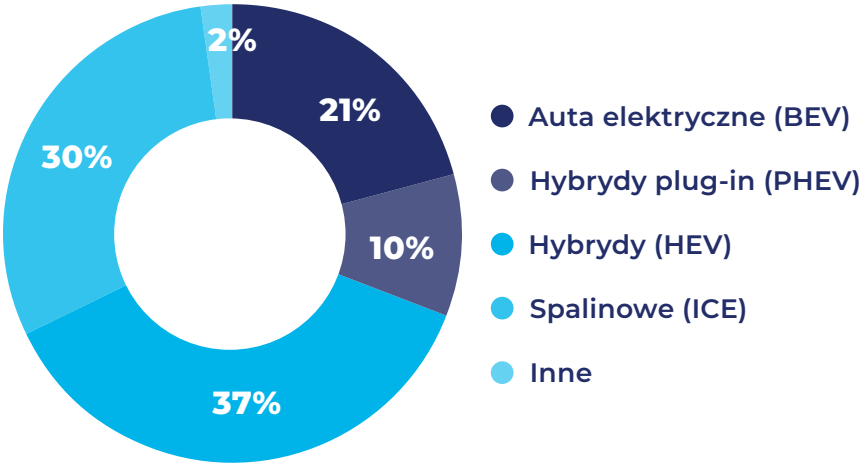
Po wyczerpaniu budżetu programu „NaszE-auto" bieżąca sprzedaż nowych BEV wyraźnie reaguje na brak dopłat. W czerwcu rejestracje osobowych BEV spadły o 19% r/r. Jednocześnie rozwija się infrastruktura ładowania. Na koniec czerwca 2026 r. w Polsce funkcjonowało 13 201 ogólnodostępnych punktów ładowania, z czego 49% stanowiły szybkie punkty DC.

HYBRYDY: RZECZYWISTY LIDER TRANSFORMACJI NAPĘDÓW

Skupienie się wyłącznie na BEV przesłania nieco obraz rewolucji, która dzieje się na europejskich drogach. W strukturze rejestracji UE w I półroczu 2026 r. to nie samochody w pełni elektryczne, lecz hybrydy (HEV+PHEV) są największym segmentem rejestracji (37% HEV i 10% PHEV), wyraźnie przed autami bateryjnymi (21%) i spalinowymi (30%). **Innymi słowy: w 2026 roku europejski kierowca kupujący nowy samochód wybiera hybrydę ponad dwa razy częściej niż auto w pełni elektryczne.**

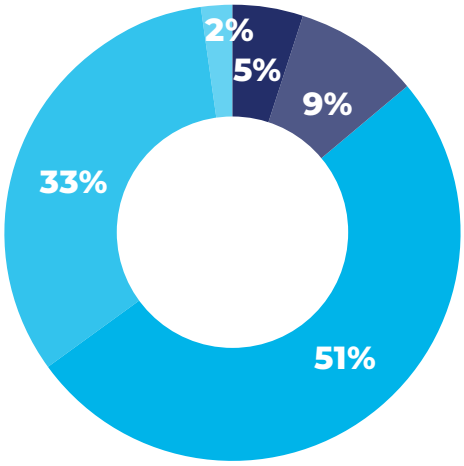
[2] Dane ACEA https://www.acea.auto/pc-registrations/new-car-registrations-5-7-in-h1-2026-battery-electric-20-7-market-share/ (dostęp: 26.08.2026).

Wykres 1. **Struktura rejestracji nowych samochodów osobowych w UE wg typu napędu, styczeń–czerwiec 2026**



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ACEA[3].

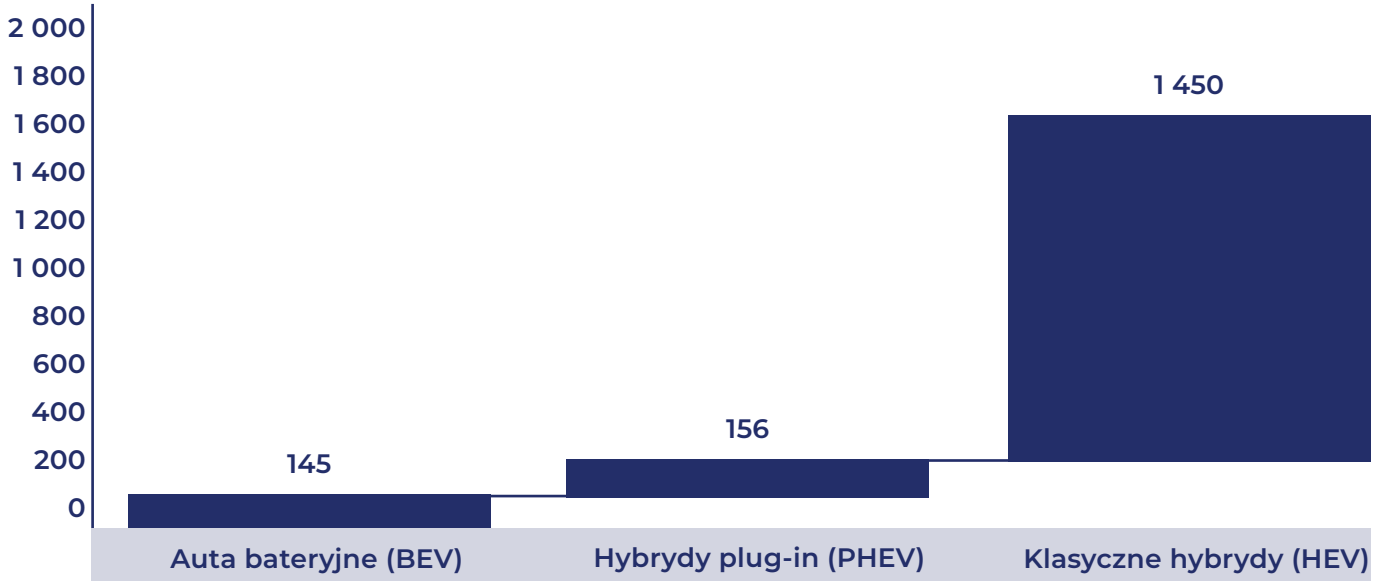
Wykres 2. **Struktura rejestracji nowych samochodów osobowych w Polsce wg typu napędu, styczeń–czerwiec 2026**



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ACEA[4].

Co ciekawe, Polska nie odstaje od Europy jeśli chodzi o popularność aut hybrydowych. Na koniec lipca 2026 r. po polskich drogach jeździło już 1,45 mln klasycznych hybryd (HEV) – flota, która w I półroczu urosła o 11% r/r, czyli w tempie zbliżonym do wzrostu floty BEV. Ponieważ wśród aut z wtyczką to hybrydy plug-in (PHEV), a nie napęd w pełni elektryczny, prowadzą w rejestracjach, można śmiało postawić tezę, że napęd hybrydowy (HEV+PHEV) rozwija się obecnie najbardziej dynamicznie na rynku. **Polski kierowca, zanim zdecyduje się na pełną elektryfikację, najpierw wybiera napęd hybrydowy.**

Wykres 3. **Struktura floty w Polsce w tys. (lipiec 2026).**



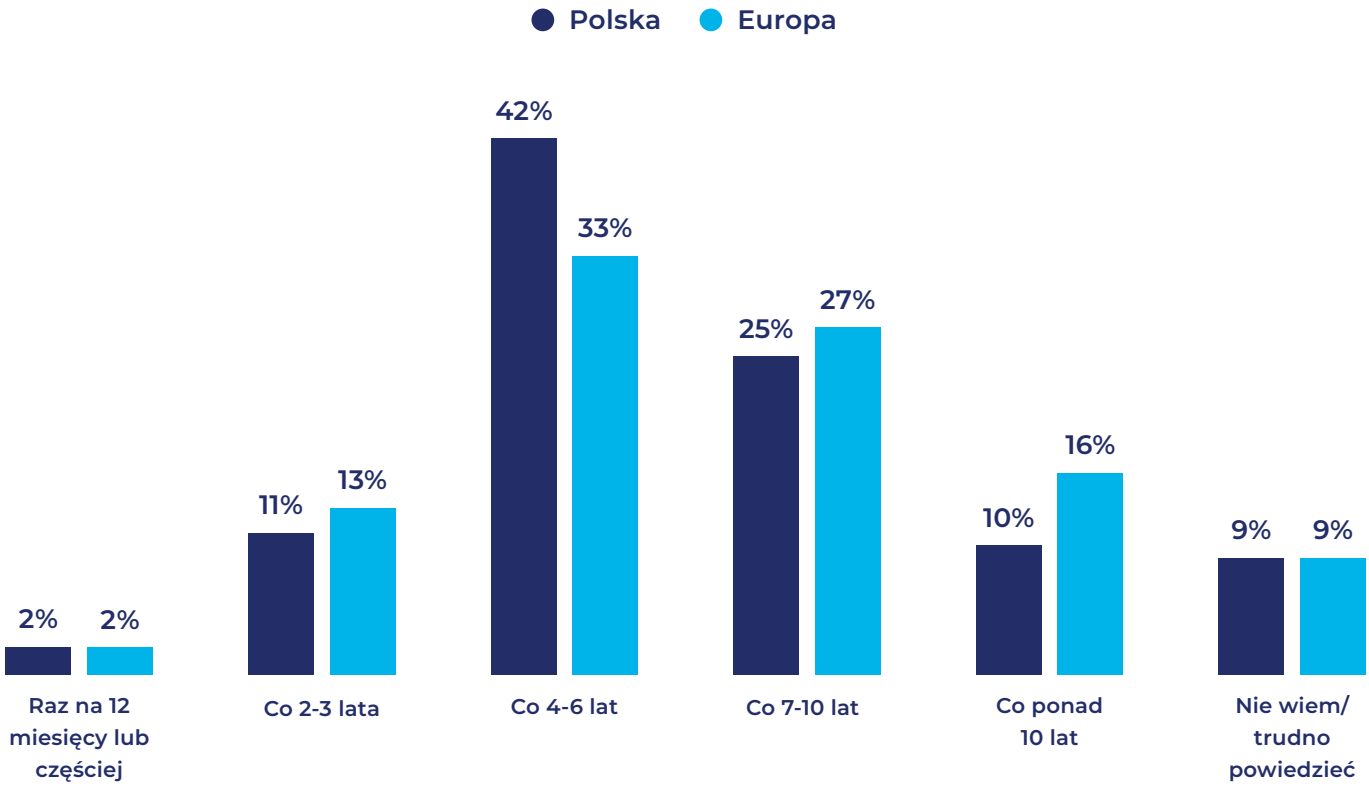
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Samar[5].

[3] Jw.
[4] Jw.
[5] Dane: Samar. https://www.samar.pl/rynek-w-liczbach/park-samochodow-elektrycznych-2026-2026?news_id=1276118 (dostęp: 26.08.2026)

2. ŚCIEŻKA ZAKUPOWA EUROPEJSKICH KIEROWCÓW

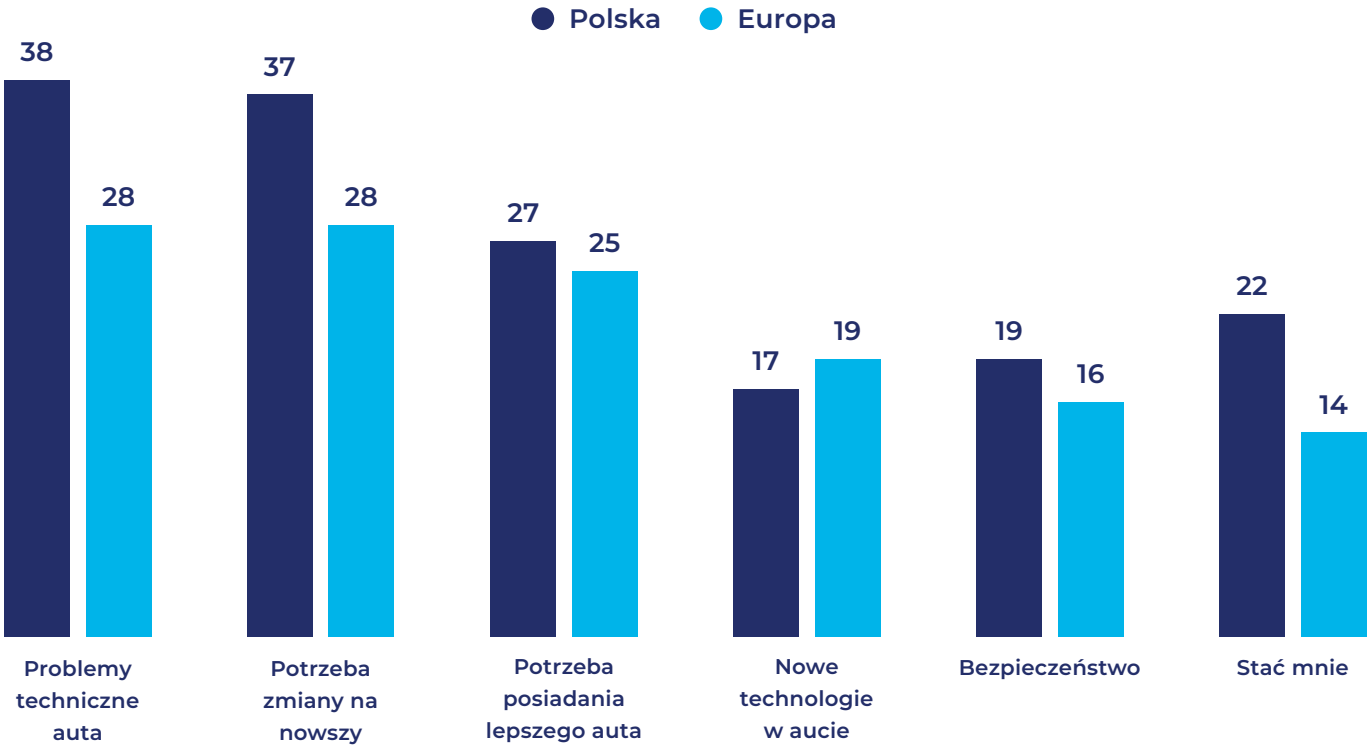
Najczęstszy cykl wymiany samochodu to 4–6 lat – dotyczy to 1/3 europejskich kierowców. Kolejne 27% wymienia samochód co 7-10 lat. Korzystanie z tego samego pojazdu ponad 10 lat deklaruje 16% europejskich kierowców (i tylko 10% polskich). Nie odnotowano wyraźnych zmian względem poprzedniego roku. Dwie dominujące motywacje zmiany samochodu to **problemy techniczne dotychczasowego samochodu i potrzeba zmiany na nowszy model.**

Wykres 4. **Deklarowana częstotliwość wymiany samochodów przez europejskich kierowców, 2026 r.**



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania OTOMOTO zrealizowanego przez Minds & Roses.

Wykres 5. **Motywacje do zmiany samochodu, 2026 [%]**



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania OTOMOTO zrealizowanego przez Minds & Roses.

Tabela 1. **Motywacje wymiany samochodu w poszczególnych krajach**

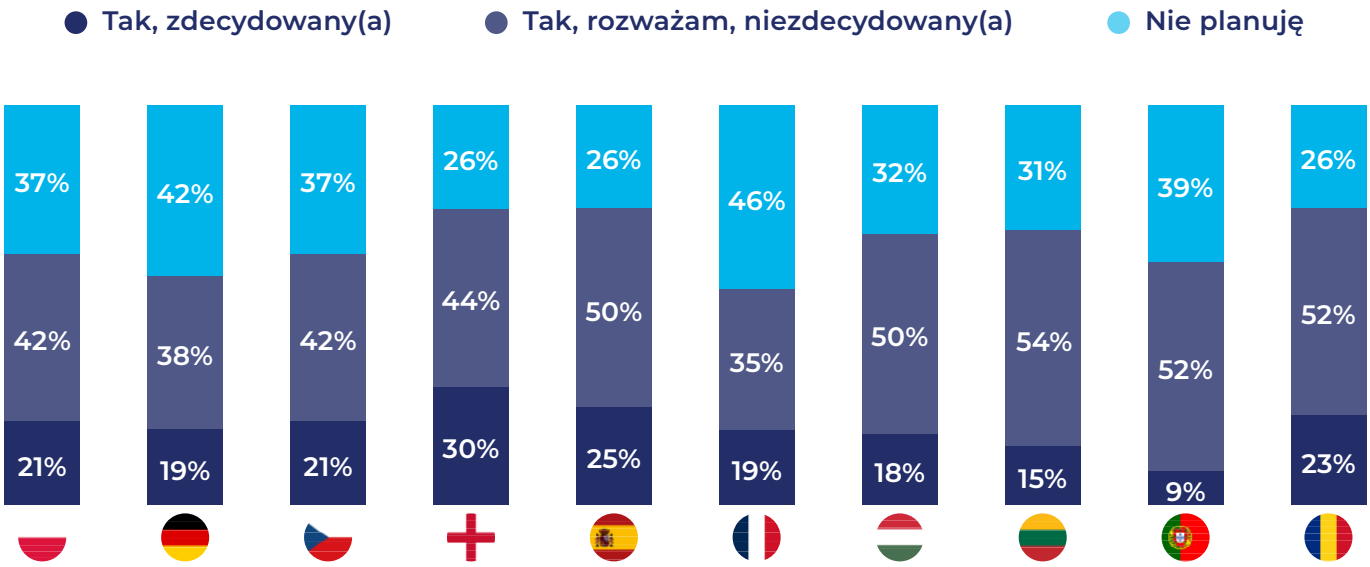
KRAJ	MOTYWACJA NR 1	MOTYWACJA NR 2	MOTYWACJA NR 3
PL	Problemy techniczne	Potrzeba zmiany	Potrzeba posiadania lepszego auta
DE	Problemy techniczne	Potrzeba zmiany	Nowe technologie
CZ	Problemy techniczne	Potrzeba zmiany	Potrzeba posiadania lepszego auta
EN	Potrzeba posiadania lepszego auta	Potrzeba zmiany	Nowe technologie
ES	Potrzeba zmiany	Problemy techniczne	Nowe technologie
FR	Problemy techniczne	Potrzeba zmiany	Nowe technologie
HU	Potrzeba posiadania lepszego auta	Problemy techniczne	Potrzeba zmiany
LT	Potrzeba posiadania lepszego auta	Potrzeba zmiany	Problemy techniczne
PT	Potrzeba zmiany	Problemy techniczne	Potrzeba posiadania lepszego auta
RO	Potrzeba zmiany	Potrzeba posiadania lepszego auta	Nowe technologie

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania OTOMOTO zrealizowanego przez Minds & Roses.

Problemy techniczne starego pojazdu są w Polsce najsilniejszym motywatorem w całej grupie badanych krajów (38%, przed Niemcami i Czechami (po 36%).

Jednocześnie odsetek osób zdecydowanych na zakup kolejnego samochodu w **Polsce jest zbliżony do średniej europejskiej, choć wyraźnie niższy niż w Anglii czy Rumunii.**

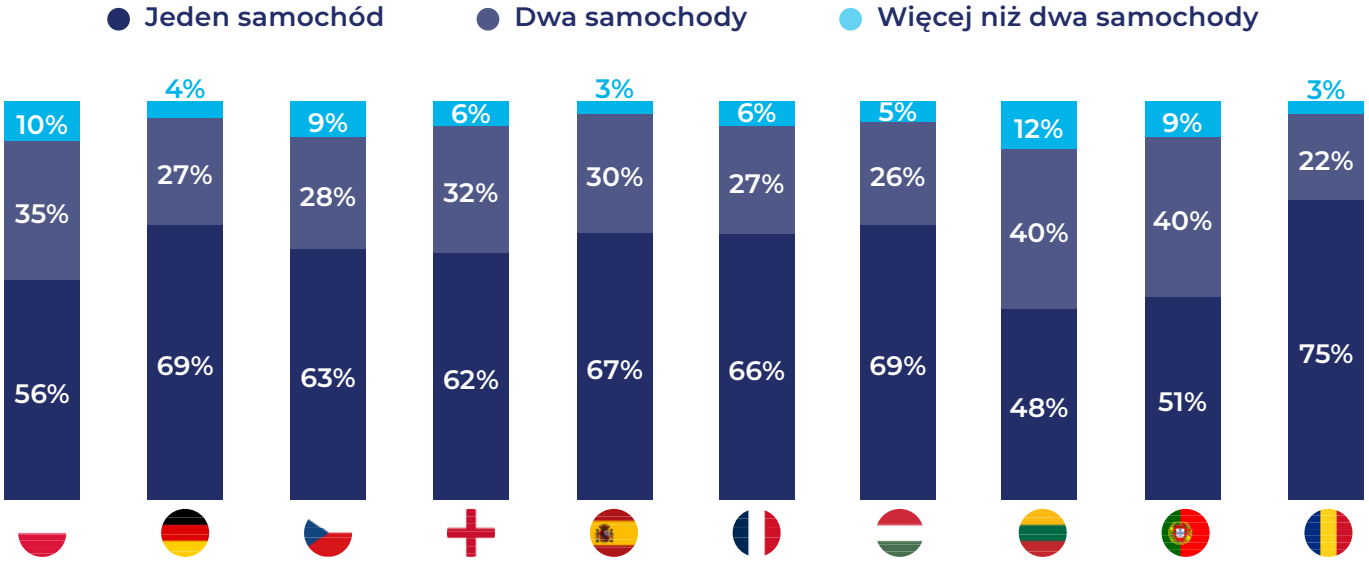
Wykres 6. **Deklarowana skłonność do zakupu kolejnego auta w ciągu najbliższych 12 miesięcy.**



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania OTOMOTO zrealizowanego przez Minds & Roses.

Polskie, litewskie i portugalskie gospodarstwa domowe wyróżniają się na tle Europy wysokim odsetkiem gospodarstw posiadających dwóch lub więcej samochodów.

Wykres 7. **Liczba samochodów w gospodarstwach domowych respondentów, 2026 r.**



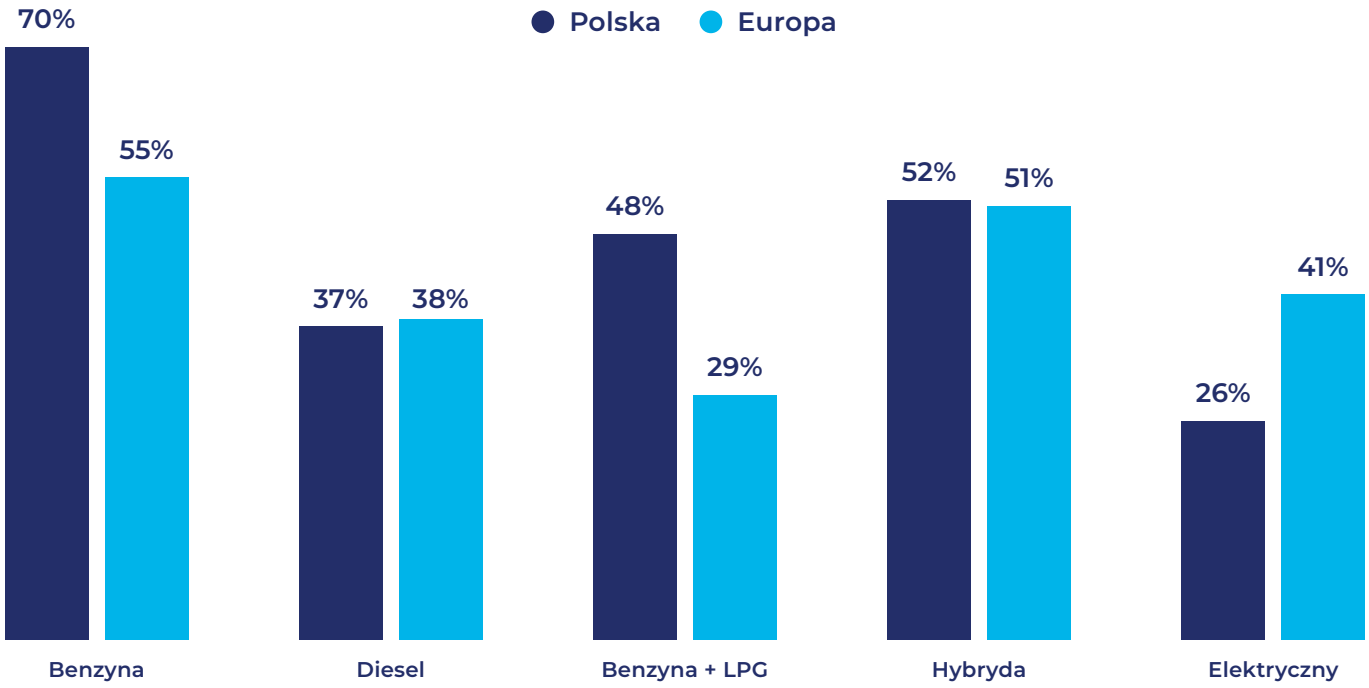
Sumy udziałów mogą wynosić od 99% do 101% z powodu zaokrągleń

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania OTOMOTO zrealizowanego przez Minds & Roses.

Polska (70%) i Litwa (81%) przodują, jeśli chodzi o odsetek osób korzystających z pojazdów używanych. Na drugim biegunie są Hiszpania, Anglia i Niemcy.

W Polsce (odpowiednio: 22%, 40% i 46%) dominują napędy benzynowe (56%), z istotnym udziałem diesla (28%) i wysokim na tle badanej próby udziałem aut z instalacją LPG (11% – zdecydowanie najwyższy wynik). Ta specyfika potwierdza **silną wrażliwość kosztową polskiego kierowcy: LPG jako tańsze rozwiązanie wobec rosnących kosztów paliwa jest fenomenem właściwie nieobecnym w pozostałych badanych krajach.**

Wykres 8. **Otwartość wśród kierowców na różne rodzaje napędu samochodowego, 2026**



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania OTOMOTO zrealizowanego przez Minds & Roses.

Tabela 2. **Otwartość na różne rodzaje napędu samochodowego w poszczególnych krajach**

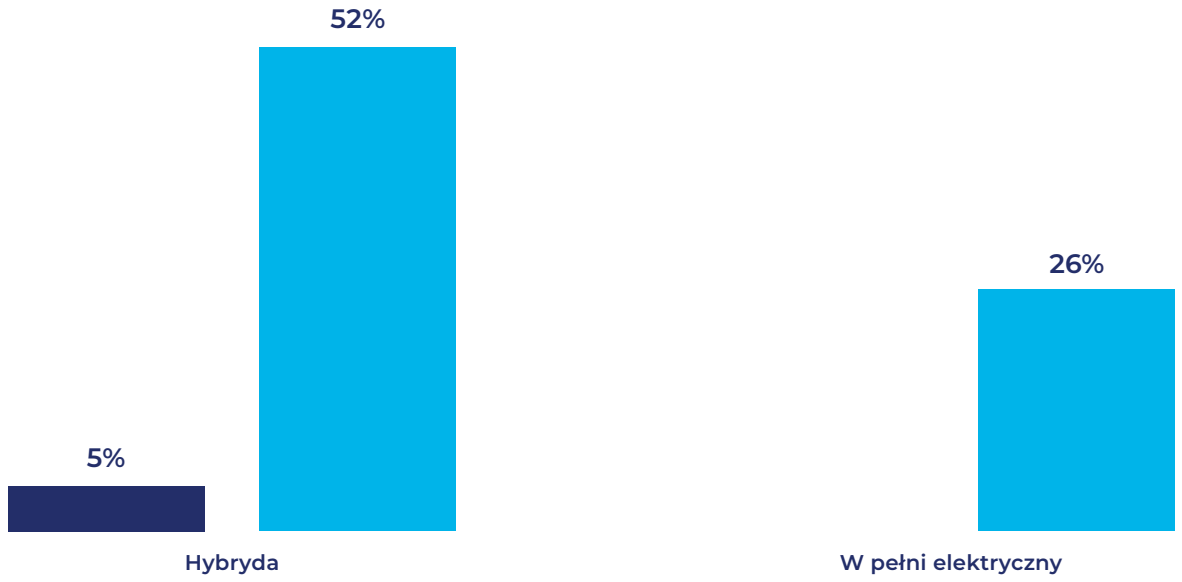
KRAJ	NAPĘD NR 1	NAPĘD NR 2	NAPĘD NR 3
PL	Benzyna	Hybryda	Benzyna+LPG
DE	Benzyna	Hybryda	Elektryczny
CZ	Benzyna	Diesel	Hybryda
EN	Elektryczny	Benzyna	Hybryda
ES	Hybryda	Elektryczny	Benzyna
FR	Hybryda	Elektryczny	Benzyna
HU	Benzyna	Elektryczny	Hybryda
LT	Hybryda	Benzyna	Diesel
PT	Hybryda	Elektryczny	Diesel
RO	Benzyna	Hybryda	Diesel

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania OTOMOTO zrealizowanego przez Minds & Roses.

Wśród Polaków planujących lub rozważających kolejny zakup, otwartość na napęd w pełni elektryczny jest najniższa w całej badanej grupie.

Klasyczna hybryda cieszy się w Polsce relatywnie dużą otwartością na zakup hybrydy (52% – wynik zbliżony do średniej europejskiej). Dla polskiego konsumenta hybryda jest dziś naturalnym, mniej ryzykownym „krokiem pośrednim" w stronę elektryfikacji.

Wykres 9: **Odsetek respondentów w Polsce posiadających i preferujących wybór pojazdów hybrydowych i elektrycznych [%]**



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania OTOMOTO zrealizowanego przez Minds & Roses.

„ELEKTRYKA NIE NAŁADUJĘ" – ALE CZY NA PEWNO?

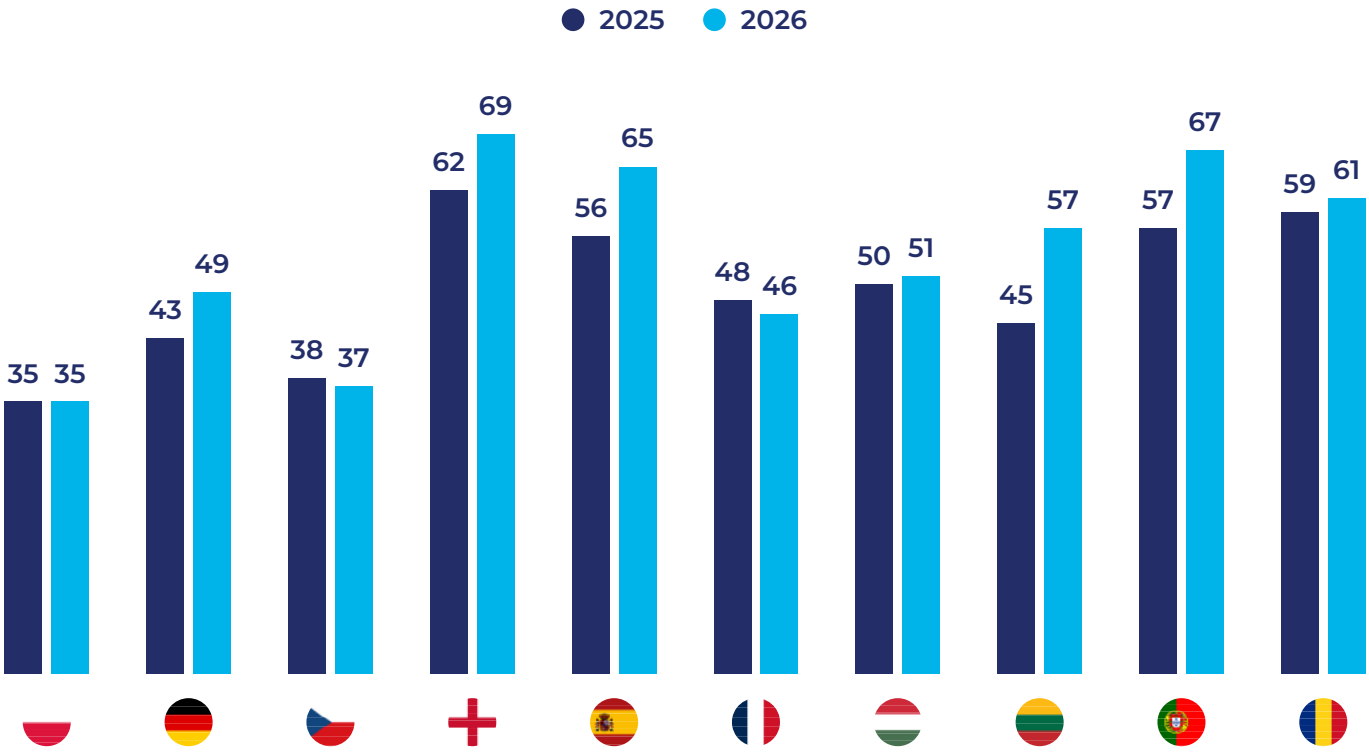
Polska charakteryzuje się dużym odsetkiem mieszkańców terenów wiejskich (40% przy np. 19% w Hiszpanii). 54% badanych Polaków mieszka w domu jednorodzinnym lub zabudowie bliźniaczej/szeregowej. Jest to wynik dosyć wysoki, ustępujący jedynie Anglii (80%), Węgrom (69%) i Francji (63%). Teoretycznie oznacza to szeroki dostęp do prywatnych punktów ładowania.

Rzeczywistość rozmija się jednak z tym potencjałem, **ponieważ aż 47% polskich respondentów deklaruje brak możliwości ładowania samochodu elektrycznego w miejscu, w którym najczęściej parkuje**. To najwyższy odsetek w całej próbie, mimo relatywnie wysokiego udziału domów jednorodzinnych. Ten paradoks – wysoki potencjał infrastrukturalny przy niskiej deklarowanej dostępności ładowania – nie pozwala rozstrzygnąć, czy problem wynika z fizycznego braku możliwości instalacji, kosztu, formalności czy braku wiedzy. Sama skala rozbieżności wskazuje jednak na istotną lukę między potencjałem ładowania domowego a jego faktyczną dostępnością.

3. POSTAWY WOBEC ELEKTROMOBILNOŚCI

Z roku na rok rośnie odsetek kierowców z europejskich krajów zainteresowanych elektromobilnością. Największe zainteresowanie posiadaniem samochodu elektrycznego jest w Anglii oraz na Półwyspie Iberyjskim. Najmniejsze – w Polsce i w Czechach.

Wykres 10. **Odpowiedzi twierdzące na pytanie „Chciałbym mieć EV w przyszłości", 2025–2026 [%]**

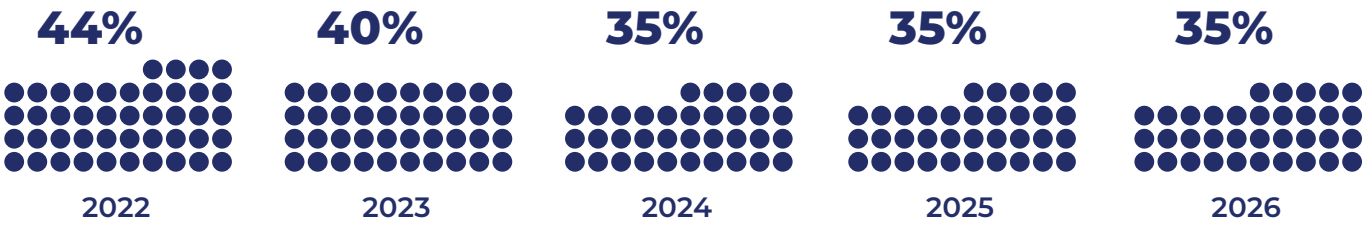


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania OTOMOTO zrealizowanego przez Minds & Roses.

W porównaniu z 2025 r. zauważyliśmy nieznaczny spadek chęci posiadania EV w Czechach i Francji oraz utrzymujące się wciąż na niskim poziomie zainteresowanie w Polsce. Co ciekawe, kiedyś zainteresowanie to było nieco wyższe. W badaniu przeprowadzonym w 2022 r. wynosiło 44%, a w 2023 r. 40%.

Dla kontekstu, warto przypomnieć o dwóch czynnikach, które mogły mieć wpływ na spadek zainteresowania EV między 2022 a 2024 rokiem. W 2022 r. trwał kryzys w dostawach samochodów spalinowych, co sprawiało, że EV mogły wydawać się dobrą alternatywą dla trudno dostępnych spalinowych pojazdów. W tym samym roku miało też miejsce głośne głosowanie w Parlamencie Europejskim dot. zakazu sprzedaży nowych aut spalinowych od 2035 r. To wydarzenie negatywnie wpłynęło na nastawienie polskich kierowców do pojazdów elektrycznych. Z nowoczesnej alternatywy zaczęły być one postrzegane przez część osób jako forma przymusu ze strony Brukseli.

Wykres 11. **Czy chciał(a)by Pan(i) w przyszłości mieć samochód elektryczny? Polska [%]**

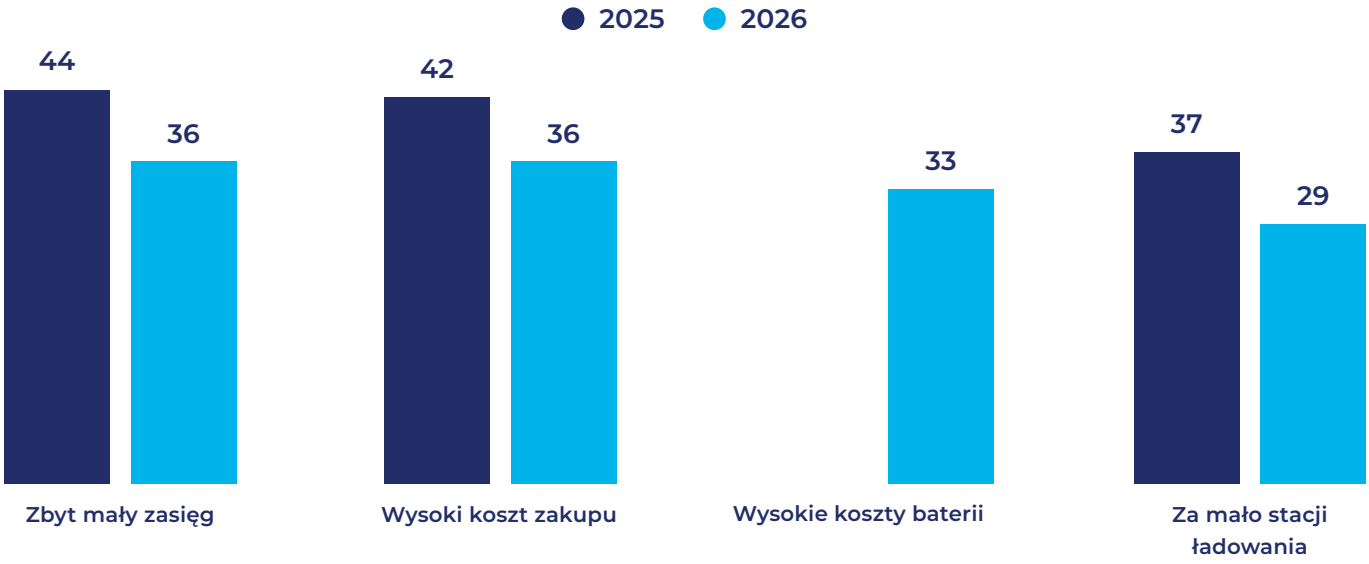


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania OTOMOTO zrealizowanego przez Minds & Roses.

CORAZ MNIEJ OBAW, UREALNIENIE POSTRZEGANIA KORZYŚCI

W 2025 roku wśród europejskich kierowców dominowały obawy o zasięg aut elektrycznych, koszt ich zakupu oraz dostęp do infrastruktury ładowania. W tym roku postanowiliśmy dodać nowe pytanie dot. kosztów baterii. Okazało się, że czynnik ten niepokoi 1/3 europejskich kierowców. Rzadziej wskazywano natomiast pozostałe prezentowane obawy". Zadowolenia tu nie zmierzono.

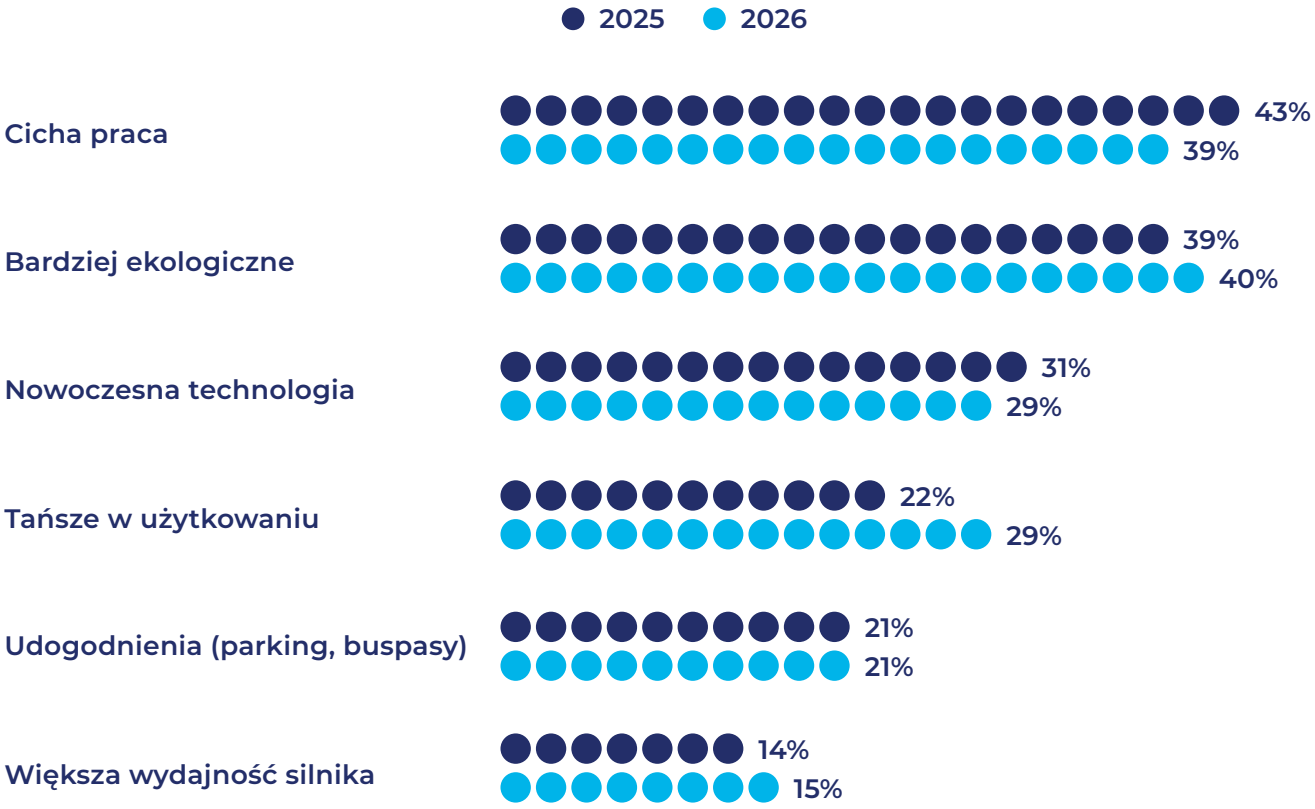
Wykres 12. **Obawy europejskich kierowców dot. pojazdów elektrycznych w 2025 i 2026 roku [%]**



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania OTOMOTO zrealizowanego przez Minds & Roses.

Wielu europejskich kierowców docenia zalety pojazdów elektrycznych – przede wszystkim **ekologiczność, cichą pracę silnika oraz nowoczesność technologii**. W samej Polsce ekologiczność znajduje się dopiero na trzecim miejscu – po cichej pracy i nowoczesności. W Portugalii i Anglii widzimy szczególnie duże znaczenie przekonania o nowoczesności technologii. W Hiszpanii natomiast na drugim miejscu znalazła się kwestia kosztów użytkowania.

Wykres 13. **Postrzegane zalety pojazdów elektrycznych według europejskich kierowców w 2025 i 2026 roku [%]**



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania OTOMOTO zrealizowanego przez Minds & Roses.

Tabela 3. **Porównanie postrzeganych zalet pojazdów elektrycznych między krajami**

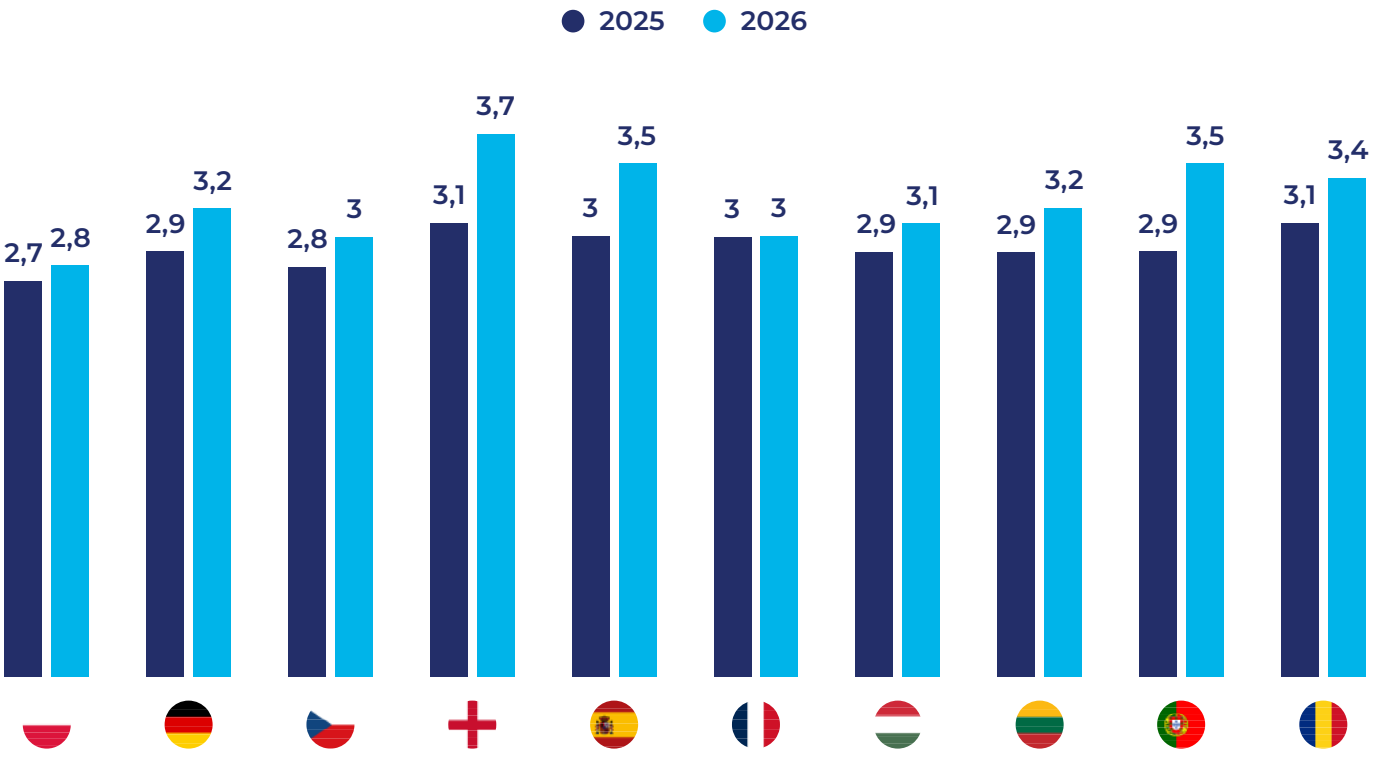
KRAJ	ZALETA NR 1	ZALETA NR 2	ZALETA NR 3
PL	Cicha praca	Ekologiczność	Nowoczesna technologia
DE	Ekologiczność	Cicha praca	Nowoczesna technologia
CZ	Cicha praca	Ekologiczność	Tańsze w użytkowaniu
EN	Ekologiczność	Nowoczesna technologia	Tańsze w użytkowaniu
ES	Ekologiczność	Tańsze w użytkowaniu	Cicha praca
FR	Cicha praca	Ekologiczność	Tańsze w użytkowaniu
HU	Cicha praca	Ekologiczność	Tańsze w użytkowaniu
LT	Cicha praca	Ekologiczność	Udogodnienia
PT	Ekologiczność	Nowoczesna technologia	Cicha praca
RO	Ekologiczność	Cicha praca	Nowoczesna technologia

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania OTOMOTO zrealizowanego przez Minds & Roses.

W porównaniu z 2025 r. wzrósł odsetek badanych wskazujących niższe koszty użytkowania jako zaletę samochodów elektrycznych: z 22% do 29%. Cichą pracę wskazano rzadziej — 39% wobec 43%. W 2026 r. najwyższy wynik na przedstawionym wykresie uzyskała ekologiczność (40%), nieznacznie przed cichą pracą.

Polscy kierowcy oceniają swoje zainteresowanie elektromobilnością jako umiarkowane elektromobilnością. ¼ polskich kierowców deklaruje zainteresowanie elektromobilnością, a 38% ocenia jego poziom w skali od 1 do 5. Średni poziom zainteresowania polskich kierowców to 2,8/5. Dla pozostałych krajów średnie oceny wahały się w okolicach3-3,7 punktów a więc wyżej niż w roku ubiegłym. Widzimy jak upowszechnia się tematyka elektromobilności w Europie.

Wykres 14. **Średni poziom zainteresowania elektromobilnością – według ocen własnych respondentów (skala 1-5)**

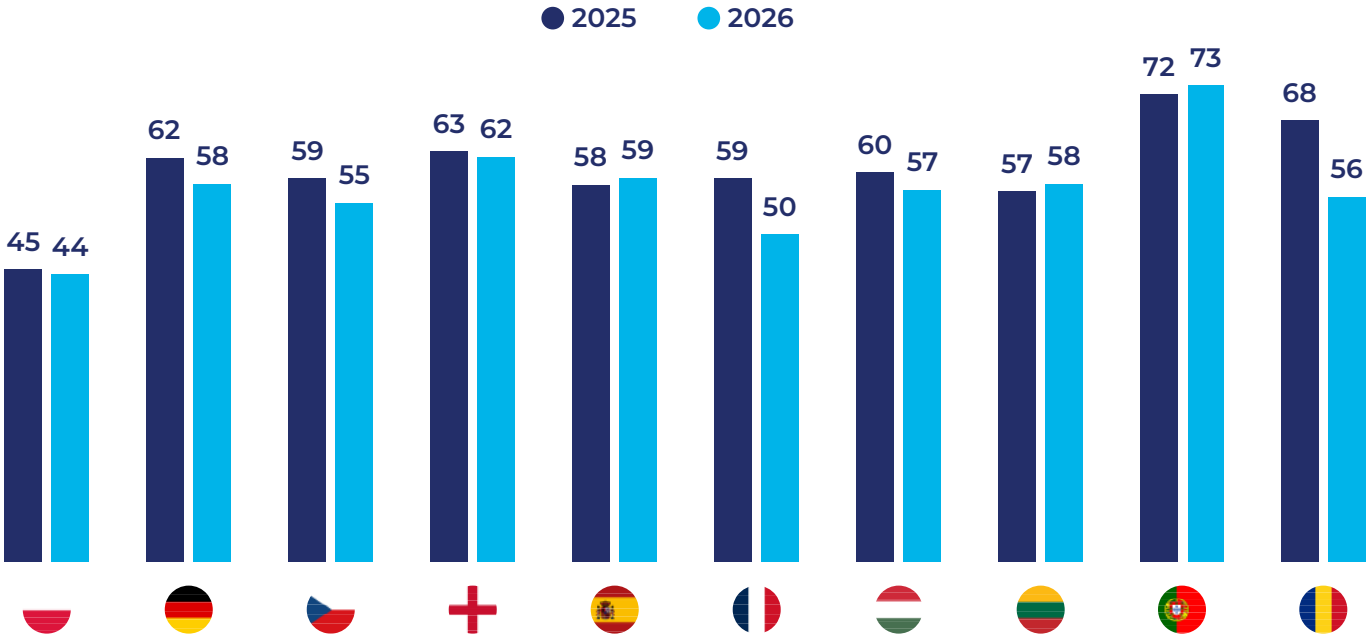


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania OTOMOTO zrealizowanego przez Minds & Roses.

ELEKTROMOBILNI WŚRÓD NAS

W Polsce 44% badanych kierowców deklaruje bezpośrednią znajomość użytkownika samochodu elektrycznego, wobec 45% rok wcześniej. Wzrostowi floty EV nie towarzyszył więc wzrost tego odsetka w badanej próbie. Kontakt z użytkownikami może ułatwiać poznanie codziennych doświadczeń związanych z jazdą i ładowaniem oraz ograniczać niepewność przed zakupem.

Wykres 15. **Odsetek kierowców deklarujących znajomość osoby posiadającej samochód elektryczny [%]**

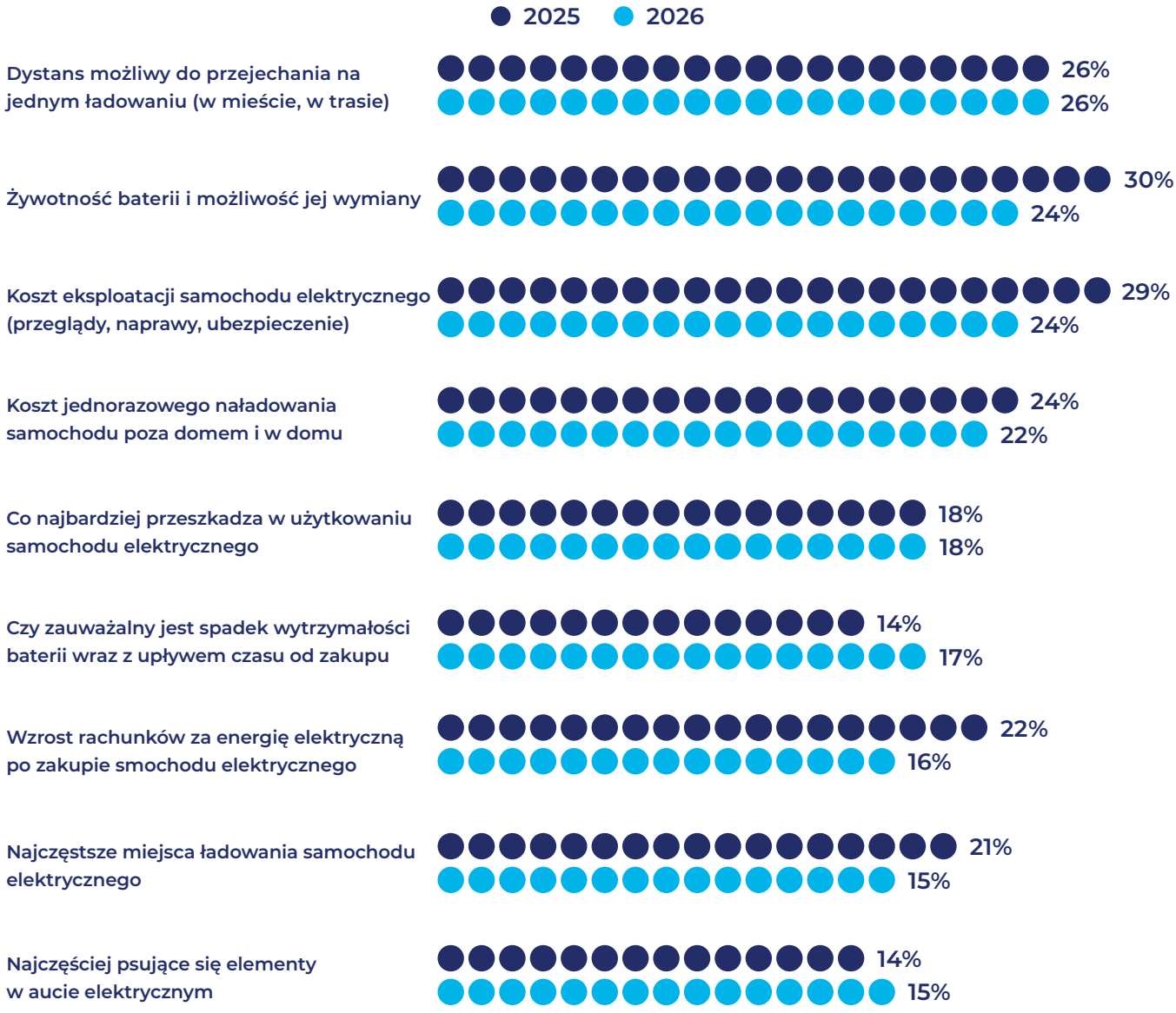


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania OTOMOTO zrealizowanego przez Minds & Roses.

Brak „efektu kuli śnieżnej" – czyli rosnącej wraz z flotą liczby znajomych użytkowników EV, którzy dzielą się swoim doświadczeniem – jest istotną barierą psychologiczną. W krajach, gdzie ekspozycja społeczna jest wysoka, konsumenci mają dostęp do zweryfikowanych, nieformalnych źródeł informacji, czego polskiemu rynkowi brakuje. Liczba zarejestrowanych aut bateryjnych w Polsce wzrosła w I półroczu o 22%, ale przy tak niskiej bazie prawdopodobieństwo spotkania sąsiada z EV pozostaje niewielkie.

A gdybyśmy spotkali taką osobę, to o co byśmy ją zapytali?

Wykres 16. **Czego chciał(a)by się Pan/Pani dowiedzieć o samochodzie elektrycznym bezpośrednio od jego użytkownika? [Kierowcy z 10 europejskich krajów]**



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania OTOMOTO zrealizowanego przez Minds & Roses.

Pytania najczęściej wskazywane przez kierowców do użytkowników EV dotyczą zasięgu na jednym ładowaniu na jednym ładowaniu, długości życia baterii oraz kosztów eksploatacji pojazdu – aspektów stanowiących o jakości korzystania z samochodu na co dzień.

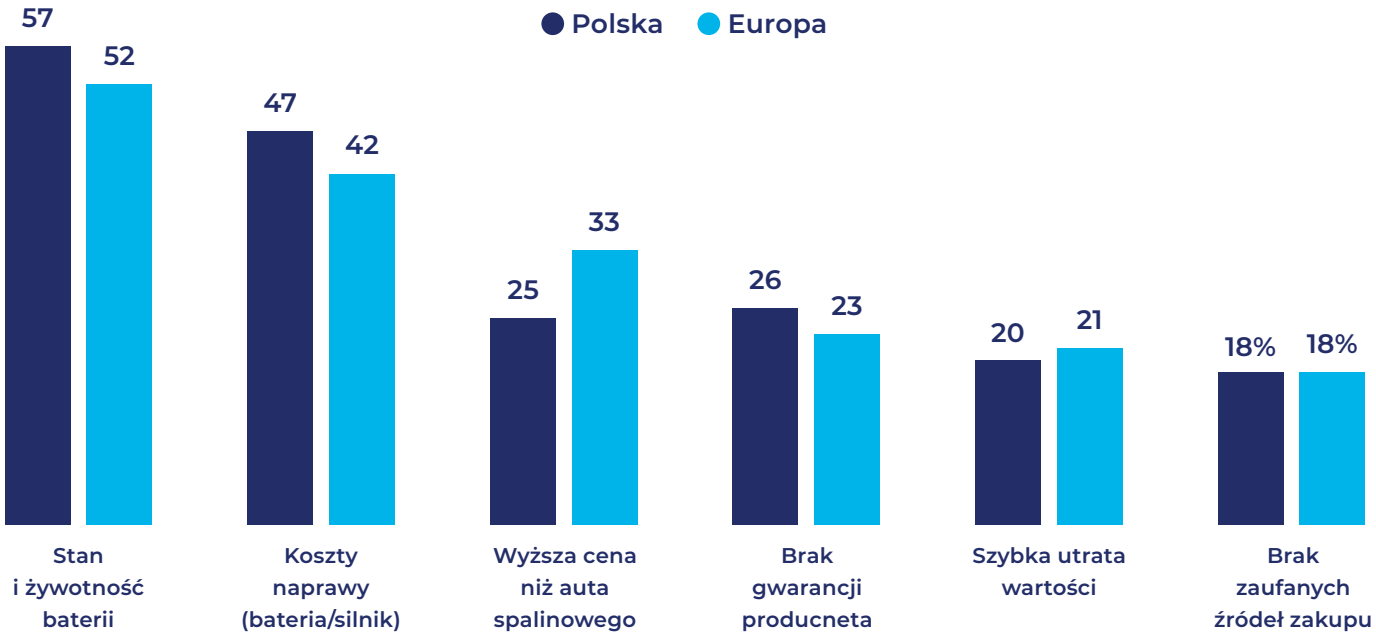
Historie użytkowników samochodów elektrycznych mogą być skuteczniejszym narzędziem niż najlepsze nawet kampanie marketingowe, szczególnie wśród kierowców, którzy nie znają osobiście nikogo posiadającego taki pojazd. Polska wciąż czeka więc na ten moment przełomu – kiedy samochody elektryczne zaczną się upowszechniać na tyle szybko, że zaistnieją w powszechnej świadomości społecznej wraz ze wszystkimi swoimi wadami i zaletami.

Działania promujące elektromobilność oparte wyłącznie na dotarciu z informacją (np. kampanie reklamowe) będą miały ograniczoną skuteczność, dopóki nie zostaną uzupełnione o bezpośrednie doświadczenie korzystania z EV. Wydarzenia lokalne, jazdy testowe w miejscach codziennych zakupów, programy poleceń sąsiedzkich – to przykłady takich działań.

4. RYNEK WTÓRNY NOWEJ MOBILNOŚCI

Obawa o stan baterii oraz koszty jej napraw to główne bariery zakupu używanego EV w Europie. Dopiero na trzecim miejscu jest wysoka cena takiego pojazdu.

Wykres 17. **Bariery zakupu używanego pojazdu elektrycznego [%]**

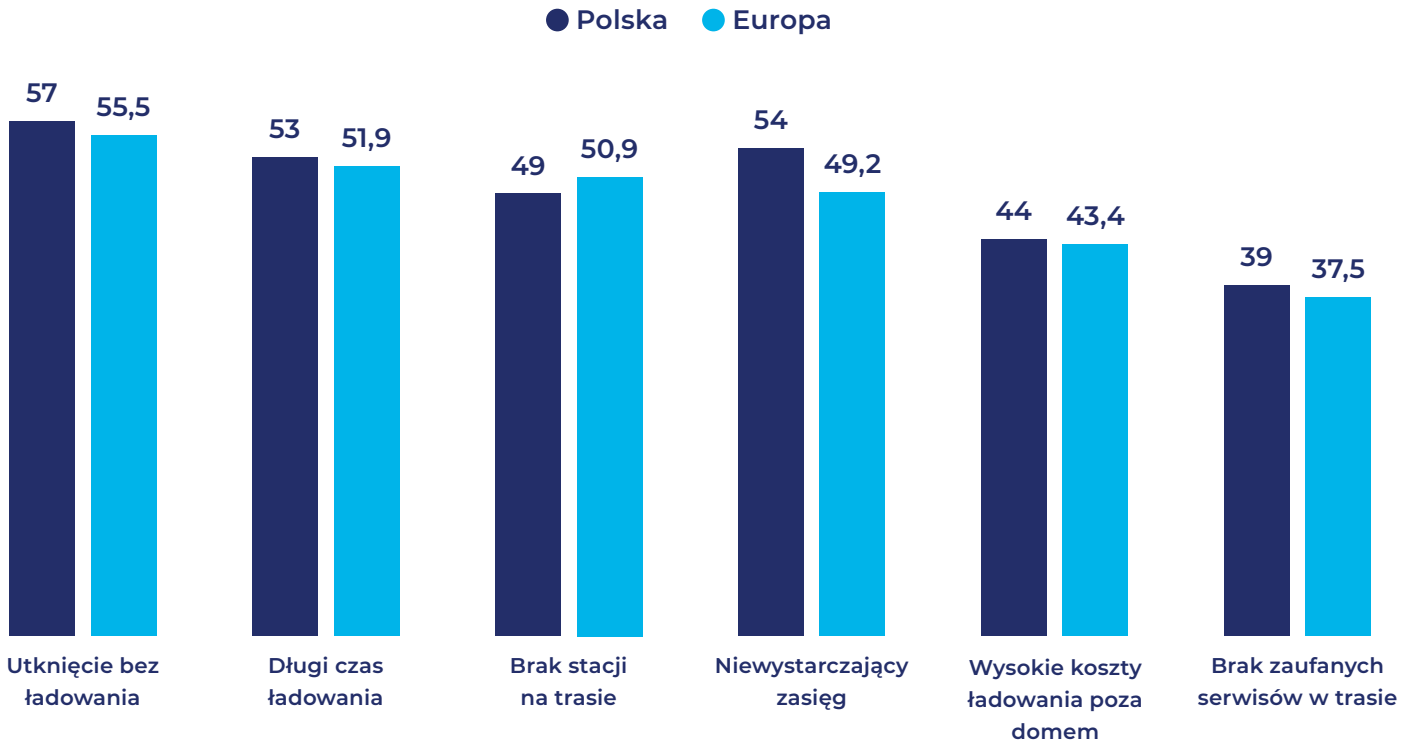


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania OTOMOTO zrealizowanego przez Minds & Roses.

We wszystkich przebadanych przez nas krajach dominującą barierą zakupu używanego EV jest obawa o stan i żywotność baterii – w Polsce jednak obawa ta jest nieco większa. Jednocześnie w Polsce mniejszą barierą dla kierowców jest cena. Polska wyróżnia się także relatywnie wysokim odsetkiem wskazań na brak gwarancji producenta. **Widać więc, że zaufanie do trwałości i wsparcia posprzedażowego jest kluczowym warunkiem rozwoju segmentu używanych EV.**

Tylko 26% polskich kierowców uważa technologię baterii za wystarczająco rozwiniętą i bezpieczną. W Anglii, gdzie więcej pojazdów elektrycznych porusza się po drogach, takiej odpowiedzi udzielił dwukrotnie większy odsetek badanych – aż 52% kierowców.

Wykres 18. **Obawy związane z użytkowaniem samochodu elektrycznego, 2026 [%]**

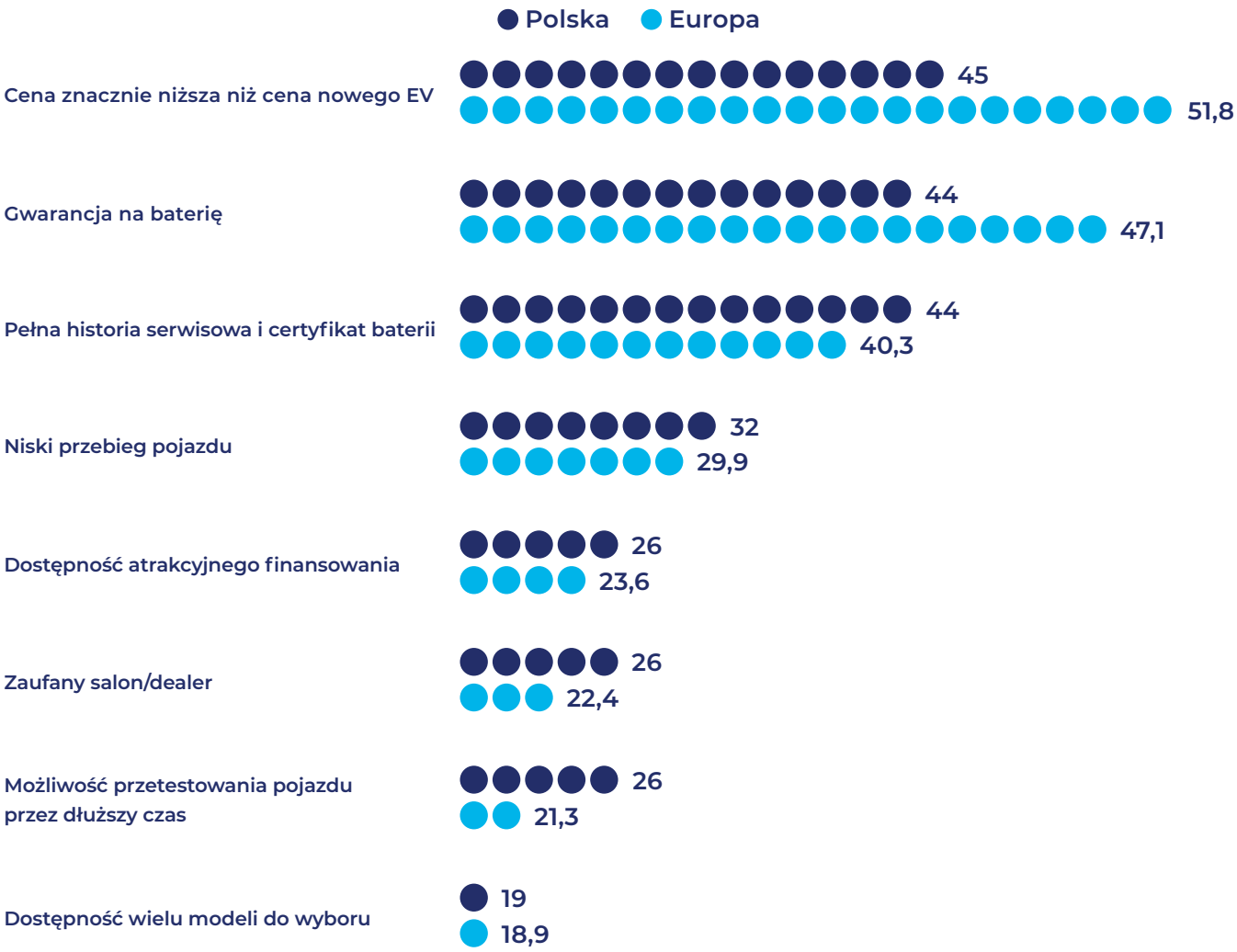


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania OTOMOTO zrealizowanego przez Minds & Roses.

Poziom obaw w Polsce jest podobny do średniej z 10 badanych przez nas krajów Europy. Nie jest to więc lokalna specyfika, a wyraz niepewności kierowców związanej z nowym rodzajem napędu. Rozwiązaniem może być wprowadzenie certyfikacji baterii.

63% europejskich kierowców uznaje wiarygodną, niezależną ocenę stanu baterii stanu baterii przy zakupie używanego EV za bardzo ważną (najwięcej – 70% na Węgrzech, najmniej – 52% w Polsce). Rozwiązania budujące transparentność (paszport baterii, niezależne badanie stanu ogniw, rozszerzone gwarancje) mają duży potencjał redukcji bariery zakupowej.

Wykres 19. **Argumenty przekonujące kierowców do zakupu używanego EV, 2026 [%]**



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania OTOMOTO zrealizowanego przez Minds & Roses.

Tabela 4. **Argumenty przekonujące kierowców do zakupu używanego EV w różnych krajach**

KRAJ	ARGUMENT NR 1	ARGUMENT NR 2	ARGUMENT NR 3
PL	Niska cena	Gwarancja na baterię	Certyfikat baterii
DE	Niska cena	Gwarancja na baterię	Certyfikat baterii
CZ	Niska cena	Gwarancja na baterię	Certyfikat baterii
EN	Gwarancja na baterię	Niska cena	Certyfikat baterii
ES	Gwarancja na baterię	Niska cena	Certyfikat baterii
FR	Niska cena	Gwarancja na baterię	Niski przebieg pojazdu
HU	Niska cena	Gwarancja na baterię	Certyfikat baterii
LT	Niska cena	Gwarancja na baterię	Certyfikat baterii
PT	Niska cena	Gwarancja na baterię	Certyfikat baterii
RO	Niska cena	Gwarancja na baterię	Certyfikat baterii

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania OTOMOTO zrealizowanego przez Minds & Roses.

Tylko w Anglii i Hiszpanii gwarancje na baterie zajęły pierwsze miejsce jako główny argument, który mógłby przekonać do zakupu używanego pojazdu elektrycznego. Na pozostałych rynkach była to niska cena. To potwierdza wniosek, że żadna kampania wizerunkowa nie zastąpi konkurencyjnej oferty cenowej, a dopłaty i ulgi pozostają najskuteczniejszym pojedynczym narzędziem upowszechniania samochodów elektrycznych.

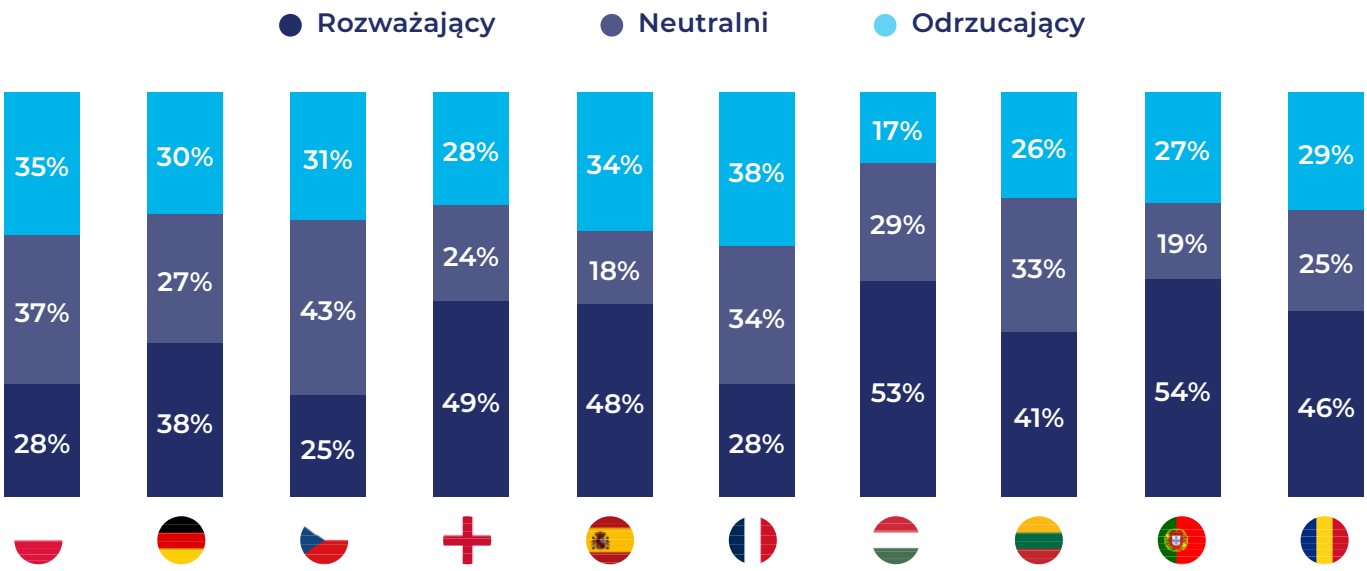
W Polsce cena, choć istotna, była wskazywana przez podobny odsetek kierowców jak gwarancja i certyfikat baterii. Polski nabywca używanego EV jest gotów zapłacić nieco więcej, jeśli w zamian otrzyma solidne zapewnienie co do stanu baterii.

Polski kierowca, bardziej skory do zakupu auta używanego (niż kierowca niemiecki, angielski czy francuski), jest jednocześnie nieco bardziej nieufny wobec rynku wtórnego. Być może to właśnie konkretne doświadczenia z zakupem auta spalinowego od nieuczciwego sprzedawcy (własne lub osób z najbliższego otoczenia) powodują, że Polacy oczekują pewności zakupu sprawdzonej, certyfikowanej baterii. **To podkreśla, jak duża jest rola pewnych i zaufanych pośredników na polskim rynku aut używanych.**

5. CHIŃSKI FENOMEN OCZAMI KIEROWCÓW

Chińska motoryzacja zdobywa szturmem europejskie rynki. Udział chińskich marek w rejestracjach nowych aut w Europie osiągnął w kwietniu 2026 r. rekordowe 9,8% (wzrost o 114% r/r), a w czerwcu 2026 r. padł kolejny rekord. Liderami są MG, BYD, OMODA, JAECOO i Chery, które łącznie odpowiadają za większość chińskiej sprzedaży w regionie. Chińscy producenci umocnili się też w segmencie PHEV, zdobywając w I połowie 2026 r. 28,3% europejskiego rynku tego typu napędu.

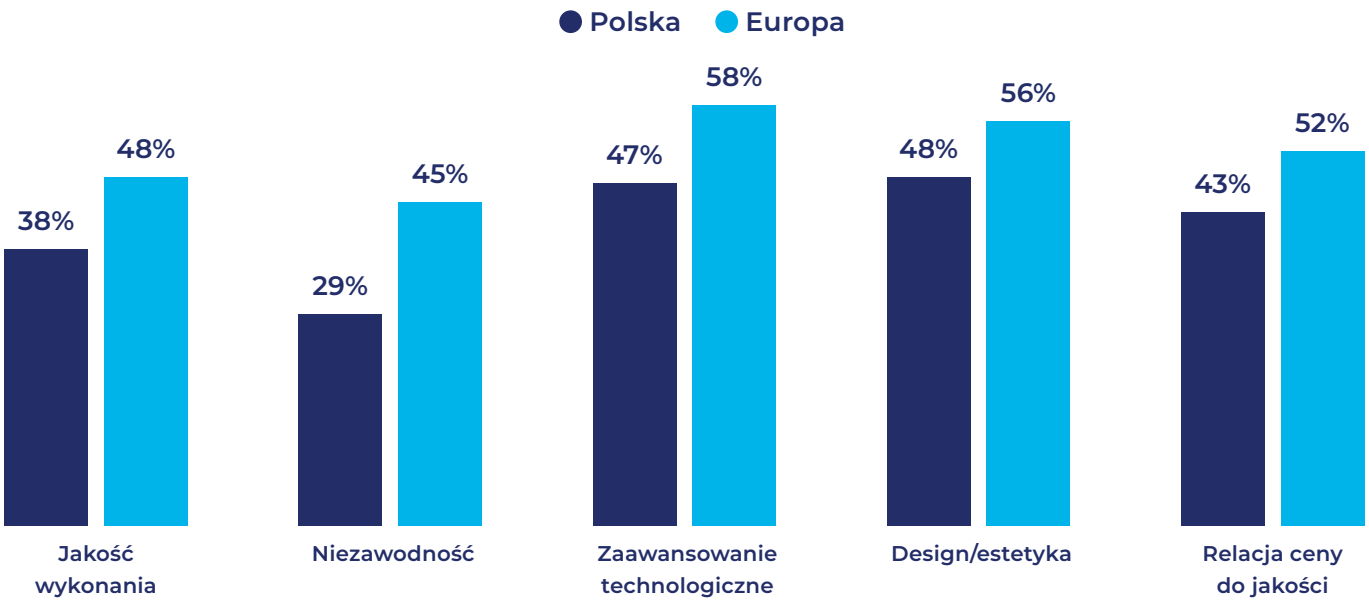
Wykres 20. **Odsetek osób, które rozważałyby zakup elektrycznego samochodu osobowego od chińskiego producenta, 2026 [%]**



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania OTOMOTO zrealizowanego przez Minds & Roses.

Kiedy zapytaliśmy europejskich kierowców o to, co sądzą o chińskich samochodach, wyniki dały nieco inny obraz od danych rynkowych. Tylko w dwóch zbadanych krajach ponad połowa kierowców zadeklarowała otwartość na chińskie samochody (Węgry i Portugalia). Polska, Czechy i Francja znalazły się wśród najtwardszych sceptyków pojazdów z Kraju Środka. Czesi i Francuzi przywiązani są do swoich krajowych marek (odpowiednio: Skoda oraz Renault, Peugeot, Citroen). Polacy wysoko cenią sobie marki niemieckie (Audi, VW) oraz japońskie (Toyota).

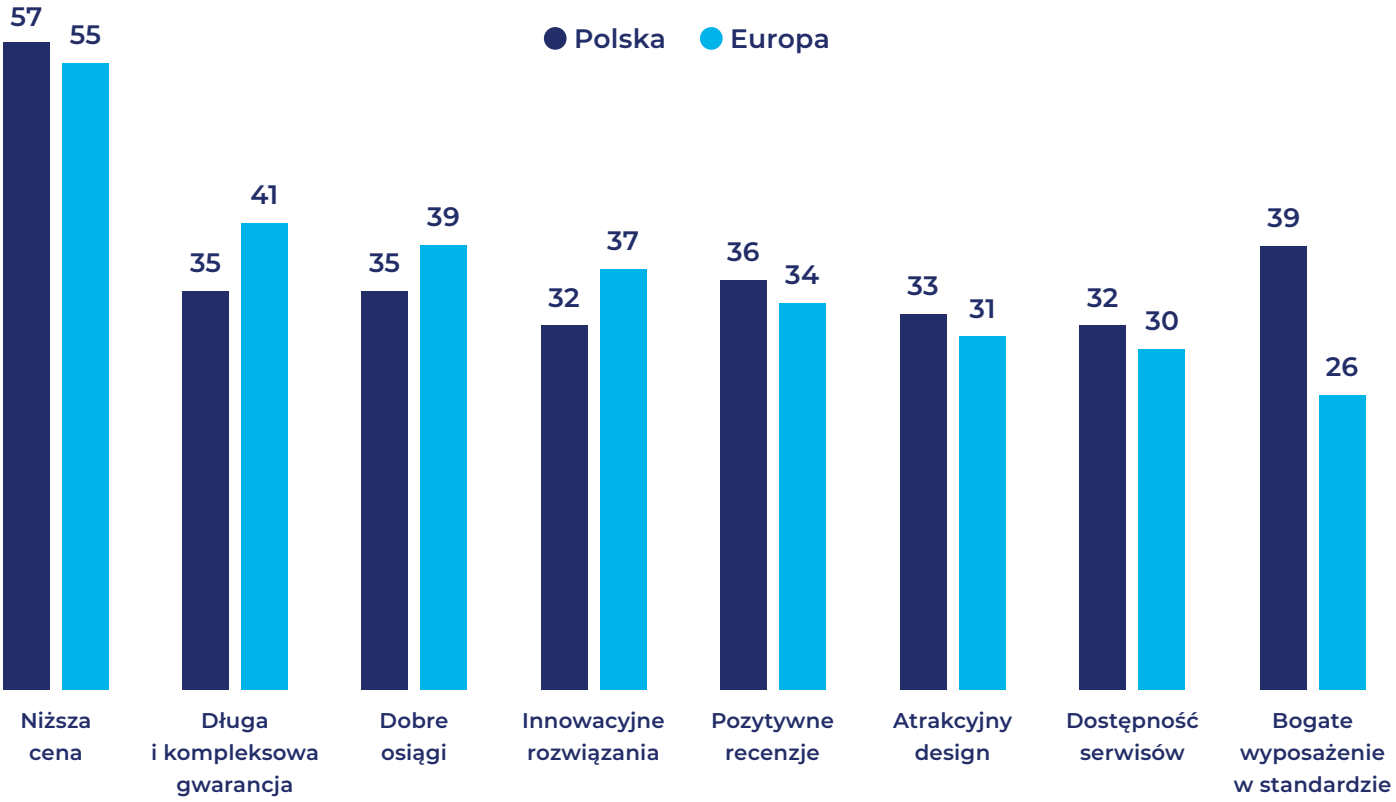
Wykres 21. **Postrzeganie elektrycznych samochodów osobowych chińskich marek, 2026 [%]**



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania OTOMOTO zrealizowanego przez Minds & Roses.

Polscy kierowcy oceniają chińskie samochody gorzej niż kierowcy z innych przebadanych przez nas europejskich krajów. Względnie wysoko oceniane w Polsce są zaawansowanie technologiczne oraz estetyka pojazdów. Dopiero na trzecim miejscu znajduje się relacja ceny do jakości, co może nieco zaskakiwać, biorąc pod uwagę niskie ceny oferowane przez chińskich producentów.

Wykres 22. **Czynniki, które mogą skłonić do zakupu elektrycznego samochodu chińskiej marki, 2026 [%]**



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania OTOMOTO zrealizowanego przez Minds & Roses.

Nie będzie dużym zaskoczeniem, że podstawową motywacją do zakupu chińskich „elektryków" jest cena. Ponad połowa kierowców w Europie wskazywała ten czynnik jako mogący przekonać ich do zakupu pojazdu z Państwa Środka. Był to też czynnik numer jeden na wszystkich 10 zbadanych przez nas rynkach. W skali całej Europy na drugim miejscu znalazła się długa i kompleksowa gwarancja, a na trzecim – dobre osiągi samochodu.

Tabela 5. **Porównanie czynników, które sprawiają, że kierowcy rozważają zakup elektrycznego samochodu chińskiej marki.**

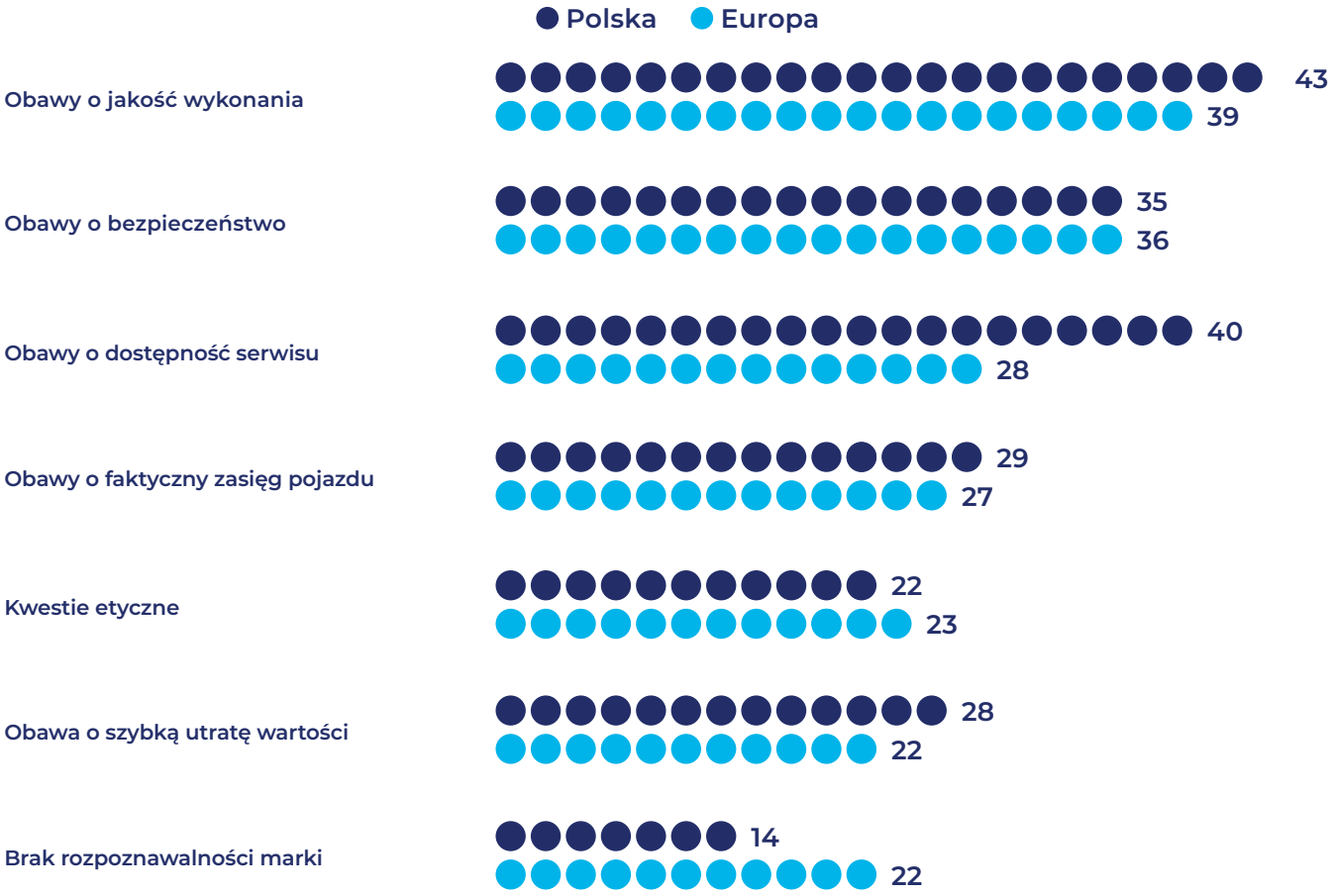
KRAJ	MOTYWACJA NR 1	MOTYWACJA NR 2	MOTYWACJA NR 3
PL	Niska cena	Bogate wyposażenie w standardzie	Pozytywne recenzje ekspertów
DE	Niska cena	Dobre osiągi	Długa i kompleksowa gwarancja
CZ	Niska cena	Długa i kompleksowa gwarancja	Dostępność serwisów
EN	Niższa cena	Dobre osiągi	Pozytywne recenzje ekspertów
ES	Niższa cena	Innowacyjne rozwiązania	Długa i kompleksowa gwarancja
FR	Niska cena	Długa i kompleksowa gwarancja	Dobre osiągi
HU	Niska cena	Dobre osiągi	Długa i kompleksowa gwarancja
LT	Niska cena	Długa i kompleksowa gwarancja	Dobre osiągi
PT	Niska cena	Długa i kompleksowa gwarancja	Innowacyjne rozwiązania
RO	Niska cena	Długa i kompleksowa gwarancja	Innowacyjne rozwiązania

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania OTOMOTO zrealizowanego przez Minds & Roses.

Polscy kierowcy, w porównaniu z kierowcami z innych badanych krajów z innych krajów, wyżej cenią bogate wyposażenie aut w standardzie. O ile w przypadku używanych samochodów elektrycznych polscy kierowcy oczekują kompleksowej gwarancji na baterię, o tyle w przypadku chińskich pojazdów z rynku pierwotnego szczególną uwagę przyciąga bogate wyposażenie standardowe, wyróżniające te auta na tle konkurencyjnych modeli budżetowych.

Na nowoczesne technologie i innowacyjne rozwiązania częściej zwracali uwagę kierowcy z Hiszpanii, Portugalii i Rumunii. Do dobrych osiągów przywiązani są natomiast Niemcy, Anglicy i Węgrzy.

Wykres 23. **Czynniki, które zniechęcają do zakupu elektrycznego samochodu chińskiej marki, 2026 [%]**



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania OTOMOTO zrealizowanego przez Minds & Roses.

Europejskich kierowców zapytaliśmy też o czynniki, które zniechęcają do zakupu chińskiego pojazdu. Dominują zastrzeżenia do jakości wykonania samochodów oraz ich bezpieczeństwa. W Polsce kierowcy przykładają też dużą wagę do dostępności serwisu oraz części zamiennych. Ma to związek z bardzo dobrze rozwiniętą w Polsce siecią niezależnych warsztatów samochodowych, do których kierowcy są przyzwyczajeni. Kwestie związane z serwisem spychają wśród polskich kierowców na drugi plan obawy o bezpieczeństwo chińskich samochodów elektrycznych.

Tabela 6. **Porównanie obaw, które zniechęcają do zakupu elektrycznego samochodu chińskiej marki.**

KRAJ	BARIERA NR 1	BARIERA NR 2	BARIERA NR 3
PL	Jakość wykonania	Dostępność serwisu	Bezpieczeństwo
DE	Jakość wykonania	Bezpieczeństwo	Kwestie etyczne
CZ	Jakość wykonania	Bezpieczeństwo	Dostępność serwisu
EN	Bezpieczeństwo	Jakość wykonania	Rozpoznawalność marki
ES	Jakość wykonania	Bezpieczeństwo	Dostępność serwisu
FR	Jakość wykonania	Bezpieczeństwo	Faktyczny zasięg pojazdu
HU	Jakość wykonania	Bezpieczeństwo	Faktyczny zasięg pojazdu
LT	Jakość wykonania	Bezpieczeństwo	Dostępność serwisu
PT	Jakość wykonania	Bezpieczeństwo	Faktyczny zasięg pojazdu
RO	Jakość wykonania	Bezpieczeństwo	Faktyczny zasięg pojazdu

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania OTOMOTO zrealizowanego przez Minds & Roses.

Zastrzeżenia etyczne znalazły się na trzecim miejscu spośród obaw kierowców z Niemiec. W skali całej Europy była to dopiero piąta obawa – po niepokoju o faktyczny zasięg oraz o dostępność części zamiennych.

Spontaniczna znajomość chińskich producentów EV pozostaje niska we wszystkich badanych krajach – od 11% (Litwa) do 31% (Portugalia) respondentów potrafi wskazać konkretną markę bez podpowiedzi. To typowy etap rozwoju nowych marek, pomiędzy fazą wprowadzenia a fazą wzrostu: konsumenci dostrzegają obecność chińskich producentów, ale nie potrafią jeszcze przypisać nazw do produktów. Polska wyróżnia się na tle innych rynków – jedynie 16% respondentów zna konkretne marki, a 40% deklaruje całkowity brak znajomości chińskich producentów EV (razem z Anglią najwyższy wynik w badaniu), 44% słyszało o nich jedynie ogólnie.

REKOMENDACJE

JAK PRZYSPIESZYĆ ELEKTROMOBILNOŚĆ W POLSCE?

1. UTRZYMAĆ WSPARCIE FINANSOWE

Rekordowy rok 2025 na polskim rynku BEV był w dużej mierze efektem programu dopłat „NaszEauto", którego budżet został wyczerpany na początku 2026 roku. W 2026 r. obserwujemy wyraźne wyhamowanie dotychczasowej dynamiki rejestracji. Polski rynek elektromobilności jest wciąż zbyt mały i zbyt kruchy, żeby konkurować z rynkiem pojazdów hybrydowych oraz spalinowych. Przewidywalność wsparcia ma dla decyzji zakupowej większe znaczenie niż jego chwilowa wysokość, stąd potrzebne jest zaplanowanie tego rodzaju mechanizmu na długi czas.

2. POSTAWIĆ NA ŁADOWANIE W DOMACH JEDNORODZINNYCH

54% Polaków mieszka w domu jednorodzinnym lub zabudowie bliźniaczej, ale tylko 35% uważa, że ma możliwość naładowania pojazdu w miejscu parkowania. Potrzebne są uproszczone procedury przyłączeniowe do domowych stacji ładowania (wallboxów) oraz działania informacyjne, wspierające osoby rozważające taką inwestycję.

3. WYPRACOWAĆ STANDARD CERTYFIKACJI STANU BATERII

Wypracować przejrzysty standard oceny stanu baterii. Ocena baterii, dokumentacja serwisowa i gwarancja należą do istotnych elementów budowania zaufania do używanych EV. Warto rozwijać wspólny standard raportowania stanu baterii, zrozumiały dla nabywców i oparty na porównywalnych metodach pomiaru. To rekomendacja autorów wynikająca ze znaczenia obaw o baterię; nie oznacza, że certyfikacja jest najczęściej wskazywanym argumentem zakupowym w każdym kraju.

4. ROZBUDOWAĆ INFRASTRUKTURĘ ŁADOWANIA POZA PIĘCIOMA NAJWIĘKSZYMI MIASTAMI

Warszawa, Gdańsk, Poznań, Kraków i Wrocław koncentrują największą liczbę punktów ładowania w Polsce, podczas gdy istotna część Polaków mieszka poza dużymi ośrodkami. Potrzebne są mechanizmy inwestycyjne (ulgi, dopłaty do budowy punktów DC) celowo premiujące lokalizacje poza aglomeracjami — przy obecnym tempie rozbudowy sieci (Ponad 13 tys. punktów ogólnodostępnych w połowie 2026 r.) koncentracja na kilku miastach pogłębia, a nie zmniejsza, odczuwane przez resztę kraju opóźnienie.

5. WŁĄCZYĆ ELEKTROMOBILNOŚĆ DO SYSTEMOWEJ EDUKACJI, NIE TYLKO KAMPANII MARKETINGOWYCH

Polska ma najniższą w Europie samoocenę wiedzy o elektromobilności i najniższy odsetek osób wiedzących, gdzie w ich okolicy można naładować EV, to deficyt wiedzy strukturalnej, nie tylko produktowej. Postulujemy włączenie podstawowych zagadnień elektromobilności (zasady ładowania, koszty eksploatacji, żywotność baterii) do programów szkół nauki jazdy i kształcenia zawodowego w branży motoryzacyjnej, jako uzupełnienie – nie substytut – działań komunikacyjnych producentów.

6. ROZWIJAĆ RYNEK FLOTOWY I LEASINGOWY JAKO SILNIK PRZYSZŁEJ PODAŻY UŻYWANYCH EV

Decyzje flotowe podejmowane są zazwyczaj na podstawie całkowitego kosztu posiadania, co sprawia, że segment B2B jest znacznie łatwiejszy do przekonania niż konsument indywidualny. Postulujemy ulgi podatkowe i uproszczone rozliczenia dla firm elektryfikujących floty. Takie działania nie tylko zwiększają dzisiejszą sprzedaż, ale też budują podaż używanych EV w perspektywie 3–5 lat – co pozwoli rozwinąć także ten rynek.

O BADANIU I METODOLOGII

Badanie zrealizowano metodą CAWI na panelu internetowym, na reprezentatywnej grupie kierowców w wieku 18+, prowadzących samochód co najmniej kilka razy w miesiącu, z kontrolowaną strukturą próby pod względem wieku, płci, wykształcenia i miejsca zamieszkania. Łączna wielkość próby wyniosła n=5300, w tym n=800 w Polsce oraz n=500 w każdym z pozostałych dziewięciu krajów: Niemczech, Czechach, Anglii (obszar Zjednoczonego Królestwa bez Szkocji, Walii oraz Irlandii Północnej), Hiszpanii, Francji, na Węgrzech i Litwie oraz w Portugalii i Rumunii. Narzędzie badawcze zostało przygotowane przez **Minds & Roses** we współpracy z **OTOMOTO**.

Wybór Anglii zamiast całej Wielkiej Brytanii wynika przede wszystkim z jej znaczenia demograficznego i gospodarczego. Anglia skupia ponad 84% ludności UK, a także największe ośrodki miejskie oraz rozwiniętą infrastrukturę ładowania samochodów elektrycznych.

Edycja 2026 jest drugą falą badania, w której część pytań powtórzono w niezmienionej formie względem edycji 2025, co pozwala na bezpośrednie porównanie dynamiki postaw rok do roku. W raporcie porównania 2025 i 2026 przedstawiono wyłącznie tam, gdzie pytania i skale były tożsame w obu falach; w pozostałych przypadkach prezentowane są wyniki wyłącznie z fali 2026. W niektórych przypadkach wyniki są porównywane z wcześniejszymi badaniami **Minds & Roses** na rynku polskim dot. elektromobilności.

ZAŁĄCZNIK – KARTY KRAJÓW



1. POLSKA

Chęć posiadania EV: 2025 **35%** (0 p.p.) 2026 **35%**

Sprzedaż EV H1 2026:

16 479 szt.
(+15,6% r/r)

Udział BEV H1 2026:

5,3%

Dotacja do zakupu: NIE. *Program NaszEauto zakończył działanie 30 kwietnia 2026 r., po przyjęciu ponad 42 tys. wniosków, a jego następca na razie nie został zapowiedziany.*

Polscy konsumenci wykazują skrajny sceptycyzm: tylko 27% Polaków rozważyłoby zakup używanego EV (najmniej w Europie), 18% nie widzi żadnych zalet samochodów elektrycznych (najwięcej w Europie), a aż 23% twierdzi, że żaden czynnik nie przekonałby ich do przesiadki na EV.

Wolumen całego polskiego rynku nowych aut jest znacznie mniejszy niż rynek niemiecki (2,86 mln) czy nawet Hiszpanii (1,15 mln), więc każdy procent udziału EV znaczy w liczbach bezwzględnych o wiele mniej niż na zachodzie kontynentu. Rynek rośnie, ale z niskiej bazy, co widać w każdej kolejnej statystyce.

W 2025 roku 35% Polaków deklarowało chęć posiadania samochodu elektrycznego w przyszłości. W 2026 roku dokładnie tyle samo, a przecież w tym samym czasie na polskich drogach przybyło kilkanaście tysięcy nowych elektryków. Rynek w Polsce rośnie, ale zainteresowanie konsumentów stoi w miejscu. Nie da się więc powiedzieć, że Polacy nie chcą EV. Bliżej prawdy jest to, że polski kierowca wciąż nie ma dość powodów, by uznać taki zakup za bezpieczny i przewidywalny. Rok wcześniej te powody wypadały jeszcze gorzej: tylko 28% było gotowych zmienić obecne auto na EV przy średniej europejskiej 40%, a zaledwie 23% oceniało swoją wiedzę jako wystarczającą, by w ogóle ocenić temat.

Skąd bierze się ta niepewność? 43% Polaków zgadza się, że kupno auta elektrycznego dotyczy głównie zamożnych, a tylko 26% uważa technologię baterii za wystarczająco dojrzałą i bezpieczną – to najniższy wynik w całej badanej Europie (dla porównania w Anglii uważa tak 52% kierowców). To tłumaczy, dlaczego Polacy oceniają rozwój elektromobilności we własnym kraju gorzej niż respondenci gdziekolwiek indziej w Europie: zaledwie 16% uważa, że ceny i koszty eksploatacji EV są u nas korzystniejsze niż w innych krajach, najniżej w badaniu. Dochodzi do tego bariera, która jeszcze rok temu nie była tak widoczna, czyli koszt wymiany baterii (37% wskazań w 2026 r., podczas gdy w 2025 r. dominowały klasyczne obawy o zasięg i stacje ładowania, dziś spadły do 35%).

Najciekawszy wynik kryje się na rynku wtórnym. Polacy kupują używane auta chętniej niż niemal cała reszta Europy (więcej kupuje się tylko na Litwie). To około 70% wszystkich transakcji. Gdy jednak w grę wchodzi używany samochód elektryczny, ten sam kierowca nagle robi się ostrożny. Taki zakup rozważa zaledwie 27% Polaków, najmniej ze wszystkich badanych krajów.

Polacy nie mają problemu z kupowaniem używanych samochodów. Problem zaczyna się dopiero przy baterii. Przy silniku spalinowym kierowca ma na czym się oprzeć, może zweryfikować historię serwisową, przebieg, przegląd. Przy baterii wciąż nie ma nic równie prostego i wiarygodnego. I dopóki taki standard oceny nie powstanie, obawy o kondycję baterii pozostaną jedną z głównych barier hamujących rynek używanych elektryków.

Przy okazji chińskich elektryków wychodzi na jaw coś jeszcze bardziej specyficznego dla Polski. Jesteśmy jednocześnie liderem obaw o brak serwisu i części zamiennych (40%, najwyżej w Europie) i liderem w docenianiu bogatego wyposażenia seryjnego (39%, też najwyżej). Polski kupujący chińskiego EV chce więc dostać dużo za niewielkie pieniądze, pod warunkiem że będzie miał gdzie go naprawić w razie awarii.

Infrastruktura tymczasem rośnie niezależnie od nastrojów. Na koniec czerwca 2026 r. w Polsce działało już 13 201 ogólnodostępnych punktów ładowania, z czego 49% to szybkie ładowarki DC, a po polskich drogach jeździło 292 tys. aut z wtyczką: 142 tys. BEV i 150 tys. hybryd plug-in. Mimo to tylko 20% Polaków ocenia dostępność stacji ładowania w swojej okolicy jako dobrą, w Anglii aż 53%. Nic dziwnego, że 57% Polaków obawia się utknięcia w trasie bez możliwości naładowania, jeden z wyższych wyników w całej badanej Europie.

Argument „taniej dzięki dopłacie” właśnie się skończył. Program NaszEauto zakończył działanie 30 kwietnia 2026 r., po przyjęciu ponad 42 tys. wniosków, a jego następca na razie nie został zapowiedziany. Zostaje więc argument zaufania. Niezależna certyfikacja stanu baterii i gwarancja wartości odsprzedaży to dziś najsłabiej wykorzystana karta przetargowa na polskim rynku.

2. ANGLIA +

Chęć posiadania EV: 2025 **62%** → (+7 p.p.) → 2026 **69%**

Sprzedaż EV H1 2026:

284 579 szt.
(+26,6% r/r)

Udział BEV H1 2026:

25%

Dotacja do zakupu: TAK. *Electric Car Grant, do 3750 funtów, odliczane automatycznie w cenie salonowej, kwota zależy od kraju produkcji modelu.*

Anglia jest liderem otwartości na EV: chęć posiadania samochodu elektrycznego w przyszłości deklaruje aż 69% Anglików (najwyższy wynik bezwzględny w badaniu), a 54% uważa, że już dziś byłoby ich stać na taki zakup (najwyższy wynik w Europie).

Rynek w Wielkiej Brytanii przebił 2 mln rejestracji po raz pierwszy od 2019 roku, a BEV w 2025 roku odpowiadały za 23,4% całości, tuż poniżej rządowego celu ZEV Mandate. Wzrostowi deklarowanej chęci posiadania EV towarzyszy wzrost rejestracji.

W naszym badaniu trudno znaleźć rynek bardziej pewny siebie niż brytyjski. Już w 2025 r. Anglicy prowadzili niemal wszędzie: 62% chęci posiadania EV przy średniej 48%, 54% gotowości do zmiany obecnego auta przy średniej 40% i 40% samooceny wiedzy przy średniej 31%. Najwyższe wyniki w każdej z trzech głównych kategorii. Rok później ta przewaga nie zmalała, tylko urosła. Chęć posiadania EV sięgnęła 69%, najwyższy wynik bezwzględny w całym badaniu, a sprzedaż w pierwszej połowie 2026 r. (284 579 aut, wzrost o 26,6% rok do roku, udział BEV 25%) idzie dokładnie w tym samym kierunku, co deklaracje. To akurat rzadkość w tym zestawieniu.

Anglia jest też jedynym rynkiem, który prowadzi we wszystkich dziewięciu obszarach oceny

rozwoju elektromobilności w kraju mierzonych w badaniu. 51% Anglików uważa, że elektromobilność rozwija się u nich szybciej niż gdziekolwiek w Europie, a 52% ufa już dojrzałości technologii baterii, oba wyniki najwyższe w zestawieniu. Obawa o zasięg jest wskazywana rzadziej niż na innych badanych rynkach (24% wskazań jako wada, najniżej w Europie), a koszt zakupu, choć wciąż wymieniany najczęściej (35%), budzi tu mniejszy niepokój niż w innych krajach. Zalety układają się też inaczej niż w Polsce: ekologiczność (43%) wyraźnie wyprzedza cichą pracę silnika (26%, najniższy wynik w Europie), co wskazuje na rynek, który dawno przeszedł etap doceniania podstawowych cech użytkowych.

To wreszcie jedyny rynek z tak wyraźną akceptacją rynku wtórnego EV: 59% otwartości na zakup używanego pojazdu i 53% przekonania, że jest on równie dobry jak nowy. Dokładne przeciwieństwo sytuacji polskiej. Ta sama pewność siebie przekłada się na relację z chińskimi producentami. To właśnie w Anglii najsilniej liczą się osiągi i dynamika jazdy (49%, najwyżej w Europie) oraz niezależne recenzje i testy (46%, też najwyżej). Angielscy nabywcy nie boją się chińskich aut, tylko chcą je najpierw zobaczyć w rzetelnym teście.

Anglicy biją również rekordy samego zainteresowania tematem. 64% deklaruje wysokie zainteresowanie elektromobilnością, najwyższy wynik w Europie, ze średnią oceną 3,7 na 5. Tylko 24% wskazuje zbyt mały zasięg jako wadę EV, najniższy odsetek w badaniu, a 53% ocenia dostępność publicznych stacji ładowania w swojej okolicy jako dobrą, dwa razy więcej niż w Polsce.

Electric Car Grant, do 3750 funtów, automatycznie odliczane w cenie, dofinansowany dodatkowo 1,3 mld funtów jesienią 2025, różnicuje kwotę według produkcji pojazdu. Dla marek to konkretny argument sprzedażowy, o ile jasno tłumaczą klientowi, do którego progu kwalifikuje się dany model.

3. NIEMCY

Chęć posiadania EV: 2025 **43%** (+6 p.p.) 2026 **49%**

Sprzedaż EV H1 2026:

368 006 szt.
(+48,0% r/r)

Udział BEV H1 2026:

24,8%

Dotacja do zakupu: TAK. *Umweltbonus wrócił 19 maja 2026 r. po dwuletniej przerwie, do 6000 euro, dla gospodarstw domowych o dochodach do 80-90 tys. euro.*

Niemieccy kierowcy wyróżniają się obawami etycznymi: aż 30% z nich wskazuje obawy geopolityczne i etyczne dotyczące kraju pochodzenia jako główną barierę przed zakupem chińskiego EV

Nawet niewielkie wahnięcie udziału BEV przekłada się tu na dziesiątki tysięcy aut, bo wolumen jest niemal 1,5 raza wyższy niż w Wielkiej Brytanii i prawie pięć razy wyższy niż w Polsce. Skala robi swoje, nawet gdy dopłaty przychodzą z opóźnieniem.

Niemiecki rynek rozwijał się także przed uruchomieniem naboru. Rósł, zanim jeszcze zaczął działać rządowy bodziec. 368 006 sprzedanych EV w pierwszej połowie 2026 r., wzrost o 48% rok do roku, udział BEV 24,8%, z 17,7% rok wcześniej. A BAFA otworzyło nabór wniosków do nowego Umweltbonusu dopiero 19 maja. Deklaracje idą tym samym torem, tylko wolniej. W 2025 r. Niemcy wypadały skromniej niż dziś (43% chęci posiadania EV, średnia 48%), za to już wtedy 45% było gotowych zmienić obecne auto, przy średniej 40%, jeden z niewielu krajów powyżej średniej w tej kategorii. W 2026 r. chęć posiadania EV wzrosła do 49%. Solidnie, choć bez entuzjazmu widocznego w danych sprzedażowych.

Bariery pozostają typowe dla rynku dojrzałego, ale wciąż niepewnego siebie. Obawa o zasięg

(40%, najwyższy wynik w badaniu) i koszt zakupu (38%) dominują nad kosztami baterii (26%, jeden z niższych wyników w Europie), dokładnie odwrotnie niż w Polsce, gdzie to bateria jest dziś barierą numer jeden. Ciekawe, że mimo tej dojrzałości rynku, Niemcy wciąż wierzą w mit ekologicznej szkodliwości baterii. Aż 54% zgadza się ze stwierdzeniem, że baterie w EV są mało ekologiczne, jeden z wyższych wyników w badaniu. Sama sprzedaż nie rozwiewa więc automatycznie mitów. Komunikacja producentów powinna bezpośrednio odpowiadać na te obawy, niezależnie od tego, jak dobrze idzie sprzedaż.

Niemcy cenią cichą pracę silnika (42%) niemal tak mocno jak ekologiczność (38%), a otwartość rynku wtórnego (38%) plasuje się dokładnie w środku europejskiej stawki. Do chińskich producentów podchodzą z typową dla rynku przejściowego ostrożnością (38% otwartości) i są tu zresztą liderem obaw geopolitycznych. 30% wskazuje kraj pochodzenia jako powód do niepokoju, najwyżej w całym badaniu. Pytanie o pochodzenie samochodu w Niemczech ma wyższe znaczenie niż gdziekolwiek indziej.

Ciekawostka na marginesie: mimo najwyższej w Europie obawy o zbyt mały zasięg (40%), Niemcy mają jednocześnie jeden z najniższych wyników obawy przed utknięciem w trasie bez możliwości naładowania, 48%. Niemiecki kierowca boi się więc bardziej samej liczby kilometrów niż realnej dostępności ładowarek. Wolumenem sprzedaży H1 2026 Niemcy wyprzedzają dziś nawet Anglię: 368 006 aut wobec 284 579, największy pojedynczy rynek EV wśród 10 badanych krajów.

Powrót Umweltbonusu po dwuletniej przerwie (wstrzymanego w grudniu 2023 r.) celuje w gospodarstwa o niższych i średnich dochodach, do 6000 euro, próg 80 do 90 tys. euro, a nie w cały rynek masowy jak poprzednio. Flota BEV przekroczyła w styczniu 2026 r. próg 2,03 mln aut. Rynek nie czekał biernie na dopłaty, po prostu przyspieszy jeszcze bardziej, gdy środki faktycznie zaczną trafiać do kupujących.

4. FRANCJA

Chęć posiadania EV: 2025 **48%** (-2 p.p.) 2026 **46%**

Sprzedaż EV H1 2026:

241 562 szt.
(+62,9% r/r)

Udział BEV H1 2026:

28,2%

Dotacja do zakupu: TAK. *Bonus écologique do 7700 euro, plus osobny leasing social od około 95 euro miesięcznie (trzecia edycja od lipca 2026 r.), oba uwzględniające kryteria dochodowe i niepodlegające łączeniu.*

We Francji silna jest marka lokalna oraz obawy cenowe: 20% Francuzów jeździ Renault (najwięcej w Europie), a 44% wskazuje wysoką cenę używanych EV w porównaniu do aut spalinowych jako kluczową barierę zakupu (najwyższy wynik ex aequo z Niemcami i Anglią).

Rynek nowych aut we Francji w 2025 roku spadł o 5%. To jedyny wyraźny minus wśród dużych rynków zachodnioeuropejskich w tym zestawieniu, tym bardziej rzuca się w oczy, że w samych EV Francja rosła w pierwszej połowie 2026 r. szybciej niż Niemcy czy Anglia. Kurczący się rynek i rosnący segment elektryków to dziś dwie różne historie tego samego kraju.

Francja jest w tym badaniu najbardziej wewnętrznie sprzecznym rynkiem. Im dłużej wpatrywać się w te dane, tym trudniej znaleźć logiczne wytłumaczenie, dlaczego kupują tam mimo wzrostu rejestracji deklarowana chęć posiadania EV jest niższa. W pierwszej połowie 2026 r. sprzedano 241 562 EV, wzrost o 62,9% rok do roku, najszybsze tempo spośród wielkiej trójki (Niemcy, Anglia, Francja), a udział BEV skoczył z 17,6 do 28,2%. Rok wcześniej Francja jako jedyna z tej trójki traciła udział rynkowy, -6,4% w pierwszej połowie 2025 r. Deklaracje idą jednak w przeciwną stronę. W 2025 r. Francja była rynkiem dokładnie przeciętnym, 48% chęci posiadania EV, równo ze średnią europejską, a w 2026 r. chęć posiadania EV spadła do 46%, i to mimo rekordowej sprzedaży. Zainte-

resowanie tematyką zanotowało przy tym najsilniejszy spadek w całej Europie, z 53 do 43%.

Kto właściwie kupuje te wszystkie francuskie elektryki, skoro deklaracje idą w dół? Odpowiedź leży chyba w strukturze systemu wsparcia, nie w głowach kupujących. Bonus écologique, do 7700 euro, dochodowy, i osobny leasing social, od 6500 do 9500 euro, raty od około 95 euro miesięcznie, trzecia edycja od lipca 2026 r., działają równolegle, choć się nie łączą. Dopłata za montaż europejski w ramach bonusu to jawny instrument polityki przemysłowej. Francuskie wsparcie służy dziś równie mocno lokalnemu przemysłowi motoryzacyjnemu, co samemu konsumentowi, który wcale nie musi być przekonany, żeby kupić. Kupuje, bo się opłaca, nie dlatego, że wierzy.

O wierze trudno tu w ogóle mówić. Francuzi najsilniej w całej Europie zgadzają się, że baterie EV są mało ekologiczne (59%, najwyższy wynik) i najczęściej przyznają, że brakuje im wiedzy, by ocenić, czy cena EV jest w ogóle uczciwa (49%, też najwyżej). Sprzedaje się więc produkt, którego kupujący do końca nie rozumie i któremu chwilami nie ufa. Francuzi najsilniej ze wszystkich obawiają się też niewystarczającego zasięgu (44%) i wysokiego kosztu zakupu (44%), oba wyniki najwyższe w Europie. Odsetek niewidzących żadnej zalety EV (17%) jest drugim najwyższym w badaniu, zaraz po Polsce (18%). Jest tu jednak ciekawy wyjątek: stacje ładowania jako wada wskazuje we Francji zaledwie 21% respondentów, najniższy wynik w badaniu. To jedyny element całej układanki, którego Francuzi się nie boją.

Program ADVENIR kieruje wsparcie głównie do parkingów zbiorowych i firm, rzadziej do pojedynczych domów jednorodzinnych, co pasuje do obrazu rynku napędzanego bardziej kalkulacją finansową i ofertą leasingową niż osobistym przekonaniem: tylko 43% Francuzów deklaruje wysokie zainteresowanie samym tematem elektromobilności.

Ta sama niezdecydowana ostrożność przenosi się na chińskie EV. Otwartość wynosi tam tylko 28%, ale aż 38% respondentów zajmuje postawę neutralną, najwyższy odsetek neutralnych w całym badaniu. Francuz nie odrzuca chińskiego auta z góry, po prostu jeszcze się nie zdecydował, a producenci z Chin dostają w tym kraju więcej czasu na przekonanie klienta niż gdziekolwiek indziej w Europie. Warto też zauważyć, że dostępność serwisu jako argument za zakupem chińskiego EV waży we Francji najmniej ze wszystkich badanych rynków (21%), nie dlatego, że temat jest nieważny, tylko dlatego, że częściej wskazywane są inne obawy, dotyczące zasięgu, ceny i wpływu baterii na środowisko.

5. HISZPANIA

Chęć posiadania EV: 2025 **56%** (+9 p.p.) 2026 **65%**

Sprzedaż EV H1 2026:

63 201 szt.
(+36,7% r/r)

Udział BEV H1 2026:

9,8%

Dotacja do zakupu: TAK. *Plan Auto+ zastąpił Plan MOVES III od stycznia 2026 r., do 5000 euro, wypłacane od razu w salonie, bez czekania na zwrot.*

51% Hiszpanów uważa, że już dziś stać ich na EV, drugi wynik po Anglii. Dodatkowo 65% Hiszpanów ocenia design i estetykę chińskich EV pozytywnie (najwyższy wynik w badaniu)

Rynek nowych aut w 2025 roku w Hiszpanii wzrósł o 12,9%. Dzięki temu kraj awansował na pozycję jednego z głównych motorów napędowych elektromobilności w Europie, z dynamiką wzrostu wyprzedzającą wiele znacznie większych, ale już ustabilizowanych rynków. Elektromobilność rośnie tu więc na fali ogólnego ożywienia, nie wbrew niemu.

Hiszpania rośnie w tempie zbliżonym do średniej europejskiej, ale z bardzo niskiej bazy. 63 201 sprzedanych EV w pierwszej połowie 2026 r., wzrost o 36,7% rok do roku, udział BEV zale-

dwie 9,8%. Piąty co do wielkości rynek samochodowy Europy wciąż wyraźnie odstaje od Portugalii czy Francji pod względem elektryfikacji. Deklaracje wyprzedzają jednak sprzedaż o dobrych kilka długości. W 2025 r. Hiszpanie deklarowali entuzjazm powyżej średniej, 56% chęci posiadania EV, 41% gotowości do zmiany auta, 35% wiedzy, a w 2026 r. chęć posiadania EV skoczyła aż do 65%, jeden z większych wzrostów w całym badaniu.

Ta wiara ma tu twarde podstawy finansowe, nie jest wyłącznie deklaratywna. 51% Hiszpa-

nów zgadza się wprost, że już dziś byłoby ich stać na zakup EV, drugi najwyższy wynik po Anglii. To rzadkie połączenie w tym badaniu, kraj, w którym i deklarowane możliwości finansowe współwystępują z zainteresowaniem EV. Tłumaczy to też, dlaczego argument ekonomiczny działa tu najsilniej w całej grupie. 40% respondentów uważa EV za tańsze w użytkowaniu niż auto spalinowe, zdecydowanie najwyższy wynik w Europie, a 33% zaakceptowałoby dopłatę do 10% do ceny EV, kolejne 17% nawet powyżej 10%. Obok Anglii to jedyny rynek, gdzie cena przestaje być barierą bezwzględną.

Realnym problemem pozostaje za to infrastruktura w trasie, nie w mieście. 59% obawia się braku stacji ładowania poza aglomeracją, najwyższy wynik w badaniu, a 50% wskazuje długi czas ładowania. Rozjazd między nastawieniem a utrzymującymi się brakami infrastruktury poza dużymi miastami wygląda więc na główną przeszkodę do usunięcia, nie na kwestię przekonań.

Zniknięcie dopłaty do ładowarek nie ostudziło entuzjazmu zakupowego. 62% Hiszpanów chętnie pozna oferty aut elektrycznych dopasowane do swoich możliwości finansowych, jeden z wyższych wyników w Europie, a 45% ocenia dostępność publicznych stacji ładowania w swojej okolicy jako dobrą, więcej niż w większości badanych krajów.

Otwartość na chińskie EV jest wysoka, 48%, wspierana najwyższymi w Europie ocenami niezawodności (56%) i technologii (67%). Komunikacja może koncentrować się na konkretnych cechach oferty, bez dodatkowej pracy nad zaufaniem podstawowym. Zastąpienie trzyletniego Planu MOVES III nowym Planem Auto+ od stycznia 2026 r., do 5000 euro, formalnie zatwierdzonym dopiero pod koniec lipca, to zmiana systemowa. Dopłata trafia teraz bezpośrednio do salonu, bez wielomiesięcznego oczekiwania kupującego na zwrot środków.

6. PORTUGALIA

Chęć posiadania EV: 2025 **57%** (+10 p.p.) 2026 **67%**

Sprzedaż EV H1 2026:

34 706 szt.
(+38,7% r/r)

Udział BEV H1 2026:

25,3%

Dotacja do zakupu: TAK. *Fundo Ambiental, 4000 euro na nowe BEV, wymaga złomowania auta starszego niż 10 lat, budżet wyczerpuje się w ciągu godzin od otwarcia naboru.*

Portugalia ma najwyższy wskaźnik bezpośredniego kontaktu z EV: aż 73% Portugalczyków zna osobiście kogoś, kto posiada lub jeździ EV, a 54% rozważyłoby zakup chińskiego EV (najwyższa otwartość w badaniu).

Wolumen sprzedaży EV w Portugalii jest niewielki w skali kontynentu, ale właśnie na tym rynku elektryki mają dziś jeden z najwyższych udziałów w Europie. Niski wolumen bezwzględny w połączeniu z wysokim udziałem procentowym to sygnał dojrzałości, nie przypadku.

Gdyby ułożyć badane kraje według stopnia akceptacji elektromobilności na drodze do pełnej akceptacji EV, Portugalia znalazłaby się w czołówce razem z Anglią. To jedyny rynek w całej Europie, w którym 93% respondentów zna kogoś, kto jeździ EV, bezpośrednio lub pośrednio, wynik bez konkurencji w badaniu. 65% Portugalczyków zgadza się, że EV są już w ich kraju powszechne, najwyższy wynik w Europie, 63% uważa je za bardziej ekologiczne od spalinowych. Na tle badanych rynków Portugalia i Francja wyróżniają się wysokim udziałem BEV. 34 706 sprzedanych EV w pierwszej połowie 2026 r., wzrost o 38,7% rok do roku, udział BEV 25,3%, wyżej niż w Niemczech.

W 2025 r. Portugalia była już wyraźnie powyżej średniej. 57% chęci posiadania EV, 47% gotowości do zmiany auta, jeden z najwyższych

wyników w Europie, i rekordowe 92% przekonanych odpowiednimi argumentami, drugi wynik w badaniu, zaraz po Rumunii. Rok później chęć posiadania EV wzrosła do 67%. Trudno o bardziej jednoznaczny obraz rynku, który dawno przeszedł etap podstawowych wątpliwości.

Wysokiej otwartości towarzyszą jednak obawy o baterię. Portugalczycy najsilniej ze wszystkich boją się szybkiego spadku pojemności baterii w czasie, 75%, najwyższy wynik w całym badaniu, i najczęściej wskazują koszt jej wymiany jako główną wadę EV, 39%, też najwyższy wynik. A jednocześnie koszt zakupu samego auta martwi ich najmniej ze wszystkich badanych, 22%, najniższy wynik w Europie. Portugalczyk przestał się więc bać, czy w ogóle stać go na EV, i zaczął się bać czegoś znacznie bardziej konkretnego: jak będzie zmieniać się stan i wartość baterii. Entuzjazm i sceptycyzm wcale się więc nie wykluczają. Dotyczą po prostu różnych etapów tej samej decyzji.

Ten sam wzorzec, entuzjazm razem ze szczegółową czujnością, widać w podejściu do chińskich producentów. Portugalia jest liderem otwartości na chińskie EV w całej Europie, 54%, przy najniższych obawach o dostępność serwisu. Jednocześnie to właśnie tutaj brak rozpoznawalności marki wskazuje 27% badanych, jako argument przeciw zakupowi. Jest to drugi wynik w Europie po Hiszpanii. Ciekawe, że akurat bogate wyposażenie seryjne, które tak bardzo liczy się w Polsce, w Portugalii jest wskazywane rzadziej niż na pozostałych badanych rynkach, najniższy wynik w badaniu. Portugalski kupujący chińskiego auta chce ceny, 65% wskazań, najwyższy wynik w Europie, i rozpoznawalnej marki, niekoniecznie dodatków w standardzie.

Portugalczycy najlepiej też, zaraz po Anglii, oceniają dostępność publicznych stacji ładowania w swojej okolicy: 51% uznaje ją za dobrą, a 49% chwali dostosowanie infrastruktury w okolicy do potrzeb kierowców EV, najwyższy wynik w tej kategorii obok Anglii.

Fundusz Środowiskowy, Fundo Ambiental, 4000 euro na nowe BEV, wymaga złomowania auta starszego niż 10 lat, wyczerpuje przydzielony budżet w ciągu godzin od otwarcia naboru. To nie jest efekt skromnej puli środków, tylko realny sygnał niezaspokojonego popytu na rynku, który i tak już wie, czego chce. Dla marek wchodzących do Portugalii oznacza to, że praca u podstaw jest już wykonana. Teraz liczą się szczegóły: gwarancja na baterię, jasna polityka serwisowa, rozpoznawalność marki.

7. RUMUNIA

Chęć posiadania EV: 2025 **59%** (+2 p.p.) 2026 **61%**

Sprzedaż EV H1 2026:

5 522 szt.
(+72,5% r/r)

Udział BEV H1 2026:

8,5%

Dotacja do zakupu: TAK, *ale mocno ograniczona. Rabla Plus przepołowiony w 2026 r., z 37 000 do 18 500 lei (ok. 3500 euro), a auta produkowane w Chinach wykluczono z dopłaty.*

W Rumunii dominuje lęk przed brakiem prądu: aż 62% kierowców obawia się utknięcia w trasie bez możliwości naładowania EV (najwyższy lęk w badaniu).

Rumunia jest w tym badaniu najlepszym argumentem przeciwko tezie, że gotowość do elektromobilności to wyłącznie funkcja zamożności kraju. 61% Rumunów deklaruje chęć posiadania EV w przyszłości, więcej niż w Niemczech, Francji czy Czechach, drugi najwyższy wynik bezwzględny w całym badaniu, zaraz po Anglii. A mowa przecież o rynku, gdzie dochody są wyraźnie niższe niż w Europie Zachodniej. W 2025 r. Rumunia miała już jeden z najwyższych wyników w Europie. 59% chęci posiadania EV, 44% gotowości do zmiany auta i rekordowe 93% przekonanych odpowiednimi argumentami, najwyższy wynik w całym badaniu, nawet przed Portugalią.

Sprzedaż idzie w tym samym kierunku, i to szybciej niż niemal wszędzie indziej. 5522 sprzedane EV w pierwszej połowie 2026 r., wzrost o 72,5% rok do roku, najszybsze tempo w całym zestawieniu. Co ciekawsze, ten wzrost nastąpił, mimo że krajowy program dopłat Rabla Plus faktycznie nie działał przez większą część tego okresu. Nowa edycja ruszyła dopiero 20 lipca 2026 r. Rumuni kupowali więc EV szybciej niż reszta Europy, zanim jeszcze dostali jakąkol-

wiek zachętę finansową. Udział BEV w rejestracjach sięgnął 8,5%.

Skąd ten entuzjazm, skoro dochody są niższe niż na zachodzie kontynentu? Częściowo tłumaczy to wysoka kontakt z użytkownikami EV, 84% zna kogoś, kto jeździ EV, i silny efekt aspiracyjny. Chyba najciekawszym tropem jest jednak podejście do samej technologii. To właśnie w Rumunii nowoczesna technologia jako zaleta EV wskazywana jest najczęściej w całej Europie, 36%, a samoocena własnej wiedzy o elektromobilności, 38%, jest trzecia pod względem wysokości w badaniu, zaraz po Anglii i Francji. Rumuni nie tylko chcą EV. Deklarują, że rozumieją, o co w tym chodzi, bardziej niż niejeden zamożniejszy sąsiad.

Rumunia jest przy tym liderem oczekiwań niższej ceny. 37% respondentów uważa, że EV musi być tańszy niż auto spalinowe, najwyższy wynik w badaniu, a kolejne 19% oczekuje ceny co najwyżej równej. Rodzima Dacia, obecna w niejednym rumuńskim gospodarstwie, tylko wzmacnia to przywiązanie do budżetowych, sprawdzonych rozwiązań. Widać je też w tym, że ekologiczność, 44%, drugi wynik po Portugalii, wyprzedza tu cichą pracę silnika, 35%, jako główna zaleta EV. To nietypowe jak na region Europy Środkowo-Wschodniej, gdzie zwykle wygrywają argumenty praktyczne.

Rumunia ma też jeden z najwyższych w Europie wyników obawy przed utknięciem w trasie bez możliwości naładowania, 62%, najwięcej ze wszystkich badanych krajów, mimo najszybciej rosnącej sprzedaży EV w regionie. Dobrze pokazuje to, że w Rumunii popyt wyprzedza dziś infrastrukturę, nie odwrotnie.

Otwartość na chińskie EV jest wysoka, 46%, a Rumuni cenią w nich zwłaszcza cenę, 60%, drugi wynik po Portugalii, i długą gwarancję, 44%, najwyższy wynik w Europie. Rozsądne priorytety dla kupującego, który i tak lubi nowinki technologiczne, 43% wskazań, drugi wynik po Hiszpanii. Tyle że akurat w Rumunii ta droga została częściowo zamknięta administracyjnie. Przepołowienie dopłaty Rabla Plus w 2026 r., z 37 000 do 18 500 lei, około 3500 euro, to najbardziej drastyczne cięcie wsparcia spośród wszystkich badanych krajów, a wykluczenie aut produkowanych w Chinach z dopłaty, przy dopuszczeniu modeli produkowanych w Maroku, czyni z programu wprost instrument polityki przemysłowej, nie tylko środowiskowej.

8. LITWA

Chęć posiadania EV: 2025 **45%** (+12 p.p.) 2026 **57%**

Sprzedaż EV H1 2026:

1 852 szt.
(+53,7% r/r)

Udział BEV H1 2026:

7,7%

Dotacja do zakupu: TAK. *Program APVA, 5000 euro za nowy BEV, 2500 euro za używany, wypłata zwrotna w ciągu 60 dni.*

Dla 35% Litwinów niższe koszty eksploatacji są kluczowym czynnikiem, który mógłby ich skłonić do przesiadki na samochód elektryczny.

Litwa to najmniejszy rynek motoryzacyjny z całej badanej dziesiątki, ale odnotowała najwyższe tempo wzrostu całego rynku samochodowego wśród badanych krajów. To dowód, że po latach słabszego popytu Litwini wracają do salonów, a elektryki korzystają na tym odbiciu podwójnie.

Żaden kraj w tym badaniu nie poprawił nastawienia rok do roku tak mocno jak Litwa. W 2025 r. kraj ten wypadał poniżej średniej niemal wszędzie. 45% chęci posiadania EV, przy średniej 48%, 40% gotowości do zmiany auta, dokładnie na średniej, i 26% wiedzy, przy średniej 31%. Rok później chęć posiadania EV skoczyła do 57%, a zainteresowanie tematyką wzrosło o 13 punktów procentowych, najwięcej w całym badaniu, więcej niż gdziekolwiek indziej w Europie. Twarde dane idą w tym samym kierunku, choć z niższej bazy. 1852 sprzedane EV w pierwszej połowie 2026 r., wzrost o 53,7% rok do roku, udział BEV 7,7%.

Litwa ma przy tym najwyższy w Europie odsetek zakupu aut używanych w ogóle, 81%, co naturalnie przekłada się na wysoką akceptację

rynku wtórnego EV, 47% otwartości. Dobre podstawy popytowe dla strategii opartej na dostępnych cenowo, używanych elektrykach. Po stronie zalet wyróżnia ją też najwyższy w Europie odsetek wskazań na udogodnienia typu darmowy parking czy buspasy, 32%, praktyczny, namacalny argument, silniejszy niż gdziekolwiek indziej w badaniu.

Mimo tej dynamiki Litwa wyróżnia się jednak najwyższą w Europie obawą o jakość wykonania i niezawodność chińskich EV, 52%. Otwartość na markę chińską, 41%, jest tu więc warunkowa, nie bezwarunkowa. Ma to prosty powód. Litwini najsłabiej w całej Europie znają konkretne chińskie marki, zaledwie 11% potrafi je wymienić, najniższy wynik w badaniu, i najsilniej obawiają się kwestii bezpieczeństwa, 45%, najwyższy odsetek w badaniu. Trudno ufać czemuś, czego się właściwie nie zna, a to tłumaczy lepiej niż sama cena, dlaczego chińscy producenci mają tu jeszcze sporo pracy do wykonania.

Litwa ma przy tym najwyższy w Europie odsetek respondentów wskazujących brak możliwości ładowania w domu lub na posesji jako główną przeszkodę dla mieszkańców poza dużym miastem, 40%. To istotna bariera na rynku, który jednocześnie najszybciej ze wszystkich poprawił nastawienie do EV rok do roku.

Program APVA, 5000 euro za nowy BEV, 2500 euro za używany, wypłata zwrotna w ciągu 60 dni, ponad 10 tysięcy dofinansowanych zakupów do kwietnia 2026 r., pokazuje, że nawet niewielki rynek może sprawnie obsłużyć realny wolumen wniosków, jeśli tylko system jest prosty i przewidywalny.

9. WĘGRY

Chęć posiadania EV: 2025 **50%** → (+1 p.p.) → 2026 **51%**

Sprzedaż EV H1 2026:

7 497 szt.
(+43,7% r/r)

Udział BEV H1 2026:

10,0%

Dotacja do zakupu: NIE *dla klientów indywidualnych. Państwo wspiera stronę podażową, fabryki baterii i pojazdów, nie kupujących.*

Węgrzy najbardziej obawiają się o stan techniczny baterii: aż 60% z nich boi się o żywotność baterii w używanym EV

Węgry mają skromny wolumen sprzedaży w skali Europy, ale jeden z najbardziej dynamicznych przyrostów udziału BEV w całym regionie Europy Środkowo-Wschodniej.

Węgry pokazują w pierwszej połowie 2026 r. jeden z najsilniejszych wzrostów w regionie. 7497 sprzedanych EV, wzrost o 43,7% rok do roku, udział BEV sięgnął dwucyfrowego poziomu, 10,0%, wobec 7,9% rok wcześniej. To jedyny kraj Europy Środkowo-Wschodniej w tym zestawieniu, który osiągnął ten próg. Deklaracje konsumenckie są bardziej stonowane. W 2025 r. Węgry były rynkiem stabilnym, bez skrajności, 50% chęci posiadania EV, 38% gotowości do zmiany auta, 30% wiedzy, a w 2026 r. chęć posiadania EV wzrosła nieznacznie do 51%, druga najwyższa wartość bezwzględna w regionie po Rumunii, ale bez dużego skoku.

Węgierscy respondenci cenią przede wszystkim namacalne, użytkowe korzyści elektromobilności. Cicha praca silnika, 50%, najwyższy wynik w Europie, wyraźnie wyprzedza tu ekologiczność, 42%, i argumenty wizerunko-

we. Charakterystyczne jest też wysokie zapotrzebowanie na formalne dowody jakości. 70% uznaje niezależną certyfikację stanu baterii przy zakupie używanego EV za bardzo ważną, najwyższy wynik w całym badaniu. To rynek, który ufa dokumentom bardziej niż deklaracjom sprzedawcy.

Węgry są drugim najbardziej otwartym rynkiem na chińskie EV w Europie, 53%, i notują najwyższą ocenę jakości ich wykonania, 65%. Nieprzypadkowo, bo w pierwszej połowie 2026 r. to właśnie BYD wyprzedził Teslę jako najpopularniejszą markę EV na Węgrzech, a fabryka BYD w Segedynie rusza z produkcją w IV kwartale 2026 r. Jest tu jednak pewien zgrzyt. Mimo najwyższej w Europie oceny jakości wykonania, Węgrzy wcale nie są pod wrażeniem nowoczesności technologii chińskich aut, zaledwie 29% wskazań, najniższy wynik w badaniu. Węgierski konsument wierzy więc, że BYD potrafi dobrze złożyć samochód, rzadziej natomiast wskazuje przewagę technologiczną.

To pasuje do całej węgierskiej strategii: państwo stawia na podaż, nie na popyt. Węgrzy mają też jeden z najwyższych w Europie wyników obawy o wysokie koszty wymiany baterii w razie awarii, 44%, i najwyższy odsetek respondentów spodziewających się szybkiego spadku pojemności baterii wraz z użytkowaniem, 35%.

Brak dopłaty dla klientów indywidualnych nie oznacza braku strategii. Węgry postawiły na stronę podażową, inwestując miliardy w lokalną produkcję baterii i pojazdów. To rynek, który wolał zbudować fabrykę, zanim jeszcze rozdał pierwszy rabat.

10. CZECHY

Chęć posiadania EV: 2025 **38%** (-1 p.p.) 2026 **37%**

Sprzedaż EV H1 2026:

8 630 szt.
(+24,9% r/r)

Udział BEV H1 2026:

6,6%

Dotacja do zakupu: NIE. *Wsparcie idzie wyłącznie do firm, przez przyspieszoną amortyzację i niższe opodatkowanie aut służbowych BEV.*

Czechy wykazują silny konserwatyzm rynkowy: marka Skoda dominuje tam z rekordowym udziałem 40%, a aż 43% Czechów zdecydowanie lub raczej nie rozważyłoby zakupu chińskiego EV.

Czechy rosną dziś stabilnie, choć bez rozgłosu. 8630 sprzedanych EV w pierwszej połowie 2026 r., wzrost o 24,9% rok do roku, udział BEV wciąż niski, 6,6%, z 5,6%. Tempo blisko średniej europejskiej, osiągnięte bez jakiejkolwiek bezpośredniej zachęty zakupowej dla klientów indywidualnych. Deklaracje pozostają równie stonowane. W 2025 r. Czechy notowały jedne z najniższych wyników w Europie, 38% chęci posiadania EV, 32% gotowości do zmiany auta, 27% wiedzy, a w 2026 r. chęć posiadania EV nawet lekko spadła, do 37%, jeden z dwóch krajów w badaniu, obok Francji, z niższym odsetkiem deklaracji niż rok wcześniej.

Profil zbliżony do polskiego, ale z inaczej rozłożonym ciężarem obaw. Głównym problemem jest tu wysoki koszt zakupu EV, 43%, jeden z najwyższych wyników w Europie. Silniej niż w Polsce akcentowany jest argument cenowy, słabiej za to obawy o baterię, 30% wobec polskich 37%. Silne przywiązanie do rodzimej Škody widać zresztą w samej preferencji napędu. 73% wskazań na benzynę, najwyższy wynik w całej Europie. Czeski konserwatyzm zakupowy nie ogranicza się bynajmniej do elektryków.

Czechy notują najwyższy łączny odsetek odpowiedzi negatywnych w stosunku do chińskich EV, 43% negatywnych deklaracji, ale ciekawe jest to, czego akurat się nie boją. Szybka utrata wartości chińskiego EV na rynku wtórnym martwi tam zaledwie 13% respondentów, najniższy wynik w badaniu, dla porównania w Polsce to 28%. Za to obawa o brak serwisu i części zamiennych jest w Czechach drugą najwyższą w Europie, 38%, zaraz po Polsce. Czeski sceptycyzm wobec chińskich marek jest więc bardzo praktyczny, nie wizerunkowy. Liczy się warsztat za rogiem, nie to, co sąsiedzi pomyślą o marce.

Czesi mają też najwyższą w całej Europie obawę o samo bezpieczeństwo baterii, ryzyko pożaru czy uszkodzenia: 36% wskazań. To rzadki przypadek, w którym czeski sceptycyzm nie dotyczy pieniędzy, tylko samej technologii.

Podobnie jak Polska, Czechy nie oferują dziś żadnej zachęty zakupowej dla klientów indywidualnych. Wsparcie idzie wyłącznie do firm, przez przyspieszoną amortyzację i niższe opodatkowanie aut służbowych BEV. W Czechach nigdy nie funkcjonował duży program konsumencki na wzór polskiego NaszEauto, więc obecny stan to kontynuacja długoletniej polityki, a nie jej nagłe wygaszenie w środku cyklu.

OTOMOTO

