



8 lipca 2020

Wyniki badań: większość Polaków za dopłatami do aut elektrycznych, ale wolą model norweski

- dopłaty do samochodów elektrycznych są najczęściej wskazywaną formą zachęt mogących spopularyzować auta na prąd
- co trzeci respondent jest zdecydowanym zwolennikiem dopłat do aut elektrycznych

Większość ankietowanych Polaków jest zwolennikami programu dopłat do samochodów elektrycznych. Jednak forma wsparcia zaproponowana w programach Zielony Samochód, eVan i Koliber nie jest ich zdaniem najlepsza – wynika z badania przeprowadzonego przez InsightOut Lab we współpracy z marką Volkswagen.



Elektryczny Volkswagen e-up!



Elektryczny Volkswagen e-up!

Dokładnie połowa poddanych badaniu Polaków nie słyszała o programie dopłat do samochodów elektrycznych. Co warto podkreślić, badanie przeprowadzone przez zespół analityczny InsightOut Lab we współpracy z marką Volkswagen zostało przeprowadzone w dniach 26-27 czerwca, a więc wtedy, gdy o programie mówiło się najczęściej (nabór wniosków ruszył 26 czerwca).

Znajomość programu dopłat uzależniona jest od kilku czynników. Częściej słyszeli o nim mężczyźni niż kobiety (58% do 42%). Nie bez znaczenia jest też wiek badanych – wiedza o dopłatach jest znacznie bardziej powszechna wśród starszych badanych. O dopłatach słyszało 40% ankietowanych w wieku od 18 do 24 lat. Wśród badanych w wieku 55 lat i więcej, odsetek ten jest o 17 p.p. większy i wynosi 57%. Grupą najrzadziej deklarującą znajomość programu są uczniowie i studenci – tylko co czwarty (28%) słyszał o dopłatach do samochodów elektrycznych.

Większość za, co piąty nie ma zdania

Pytanie dotyczące zasadności programu dopłat do samochodów elektrycznych (brzmiało: „Czy twoim zdaniem zakup samochodów elektrycznych powinien być wspierany z budżetu państwa?”) zostało zadane wszystkim ankietowanym – nie tylko tym, którzy słyszeli o programie. Dzięki temu uzyskany wynik w pełni reprezentuje opinie respondentów. Co trzeci (32%) jest zdecydowanym zwolennikiem dopłat do aut na prąd. Tylko nieco mniejszą grupę (31%) stanowią ci Polacy, którzy raczej skłaniają się za dopłatami. Daje to skumulowany wynik odpowiedzi pozytywnych na poziomie 63%.

Kontakt

Volkswagen PR

Hubert Niedzielski

Kierownik ds. PR

Tel: +48 690 406 278

hubert.niedzielski@volkswagen.pl

Izabela Czarnecka

Specjalista ds. PR

Tel: +48 690 406 354

izabela.czarnecka@volkswagen.pl





Informacja prasowa

Co nie mniej istotne, drugą największą grupę stanowią niezdecydowani (20%). Na nie jest tylko 17% Polaków, z czego zdecydowani przeciwnicy to 7%, a umiarkowani (raczej nie) – 10%.

Co ważne, to, że większość Polaków jest zwolennikami programu dopłat do samochodów elektrycznych, nie oznacza wcale, że forma wsparcia zaproponowana w programach Zielony Samochód, eVan i Koliber jest ich zdaniem najlepsza.

Polacy zwolennikami modelu norweskiego

Form wspierania zakupu samochodów elektrycznych jest kilka. Norwegia proponuje ulgi podatkowe. Niemcy oferują dopłaty. W Polsce dofinansowanie można uzyskać po uprzednim zakupie samochodu elektrycznego, co oznacza, że wcześniej trzeba zapłacić za auto pełną kwotę, by potem móc ubiegać się o zwrot części poniesionych kosztów. Zdaniem Polaków model proponowany m.in. w Norwegii jest bardziej atrakcyjny.

W pytaniu dotyczącym najskuteczniejszych zachęt do zakupu samochodu elektrycznego badacze zaproponowali sześć wariantów odpowiedzi. Każdy ankietowany wybierał dwie jego zdaniem najbardziej atrakcyjne. Pytanie to miało ukazać, co można zrobić, by zachęcić Polaków do zakupu aut na prąd. Celowo spektrum odpowiedzi było szerokie. Poniżej zaproponowane w badaniu odpowiedzi na pytanie (brzmiące: „Na których z poniższych pomysłów według Ciebie warto oprzeć rządowy program zachęt do zakupu samochodów elektrycznych, żeby skutecznie przekonywał Polaków do zakupu aut na prąd?”) wraz z przypisanymi do nich procentami wskazań:

- Ulgi podatkowe, czyli faktyczne obniżenie ceny pojazdu już przy jego zakupie - 59%;
- Zwrot części poniesionych kosztów zakupu po wcześniejszym zakupie samochodu elektrycznego w normalnej cenie katalogowej - 36%;
- Dołączanie do samochodów ładowarek naściennych, które mogą być montowane w domach klientów - 30%;
- Dołączanie do samochodów kart dających możliwość szybkiego ładowania samochodu elektrycznego po preferencyjnych cenach - 29%;
- Bezpłatne przejazdy autostradami zarządzanymi przez GDDKiA - 23%;
- Finansowanie zakupu paneli fotowoltaicznych dla właścicieli samochodów elektrycznych - 21%.

Co nie powinno dziwić, dopłaty do samochodów elektrycznych są najczęściej wskazywaną formą zachęt mogących spopularyzować auta na prąd. Jednak te w obecnie zaproponowanej formie wskazało tylko 36% ankietowanych, co jest odsetkiem nieznacznie większym niż w przypadku dołączanych do samochodów ładowarek naściennych (30%). Zdecydowanie najwięcej zwolenników (59% wskazań) ma odpowiedź dotycząca ulg podatkowych, które obniżyłyby ceny samochodów elektrycznych (wspomniany model norweski). Warto też zwrócić uwagę na 23% wskazań przy odpowiedzi dotyczącej darmowych przejazdów autostradowych. Choć wedle niesłusznie powielanej, obiegowej opinii samochody elektryczne nie nadają się do długich podróży, według co czwartego badanego bezpłatne przejazdy autostradowe mogłyby wpłynąć na popularyzację aut na prąd.

Więcej informacji na temat wyników badań prowadzonych przez InsightOut Lab we współpracy z marką Volkswagen znaleźć można na stronie internetowej <https://insightoutlab.com/category/elektromobilnosc/>.



Informacja prasowa

Nota metodologiczna

Badanie zostało przeprowadzone przez InsightOut Lab we współpracy z marką Volkswagen na panelu Ariadna na ogólnopolskiej próbie liczącej N=1045 osób. Kwoty zostały dobrane wg reprezentacji w populacji Polaków w wieku 18 lat i więcej dla płci, wieku i wielkości miejscowości zamieszkania. Termin realizacji: 26-27 czerwca 2020. Metoda: CAWI.

O marce Volkswagen:

Marka Volkswagen Samochody Osobowe jest obecna na ponad 150 rynkach na całym świecie, produkując samochody w ponad 50 fabrykach, w 14 krajach. W 2019 roku Volkswagen wyprodukował około 6,28 miliona samochodów, w tym najpopularniejsze modele jak Golf, Tiguan czy Passat. Aktualnie Volkswagen zatrudnia 195.878 pracowników na całym świecie. Marka posiada także ponad 10.000 punktów dealerskich, w których pracuje 86.000 osób. Volkswagen konsekwentnie napędza rozwój motoryzacji. Pojazdy elektryczne, inteligentna mobilność oraz cyfrowa przemiana to główne punkty strategii marki na przyszłość.
