



Informacja prasowa

14 września 2020

Wyniki badań: właściciele paneli słonecznych znacznie częściej niż reszta Polaków rozważają zakup samochodu elektrycznego

- w dynamicznym tempie rośnie w Polsce produkcja energii pochodzącej z paneli fotowoltaicznych
- 57% ankietowanych chciałoby zainstalować panele słoneczne w budynku, w którym mieszkają, gdyby mieli taką możliwość
- co druga osoba posiadająca panele słoneczne rozważa zakup auta elektrycznego

Najnowsze badanie przeprowadzone na polskich respondentach przez zespół analityczny InsightOut Lab we współpracy z marką Volkswagen dowodzi, że rozwój rynku fotowoltaicznego może pozytywnie wpłynąć na popularność samochodów elektrycznych w Polsce.

Pod koniec 2019 roku Polska złożyła Komisji Europejskiej tzw. Krajowy plan na rzecz energii i klimatu. Dokument ten wyznaczył cele klimatyczno-energetyczne, które mają zostać osiągnięte do 2030 r. Zakłada on m.in.:

- Od 21% do 23% udziału OZE (odnawialnych źródeł energii) w finalnym zużyciu energii brutto,
- 14% udziału OZE w transporcie,
- roczny wzrost udziału OZE w ciepłownictwie i chłodnictwie o 1,1 pkt. proc. średniorocznie,
- redukcję do 60% udziału węgla w produkcji energii elektrycznej.

Choć według danych Instytutu Energetyki Odnawialnej obecnie największy udział w OZE w Polsce mają instalacje wykorzystujące energię wiatru, to w zdecydowanie najbardziej dynamicznym tempie rośnie produkcja energii pochodzącej z paneli fotowoltaicznych. Zgodnie z wyliczeniami IEO, w latach 2019-2020 fotowoltaika zmobilizowała więcej kapitału na inwestycje niż cała branża energetyki konwencjonalnej. Prognozy instytutu mówią, że moc fotowoltaiki w 2025 roku wyniesie 7,8 GW. Wspomniany wcześniej Krajowy plan na rzecz energii i klimatu zakładał, że Polska osiągnie ten poziom dopiero w 2030 r.

Co drugi badany Polak chciałby korzystać z energii pochodzącej z paneli fotowoltaicznych

Zespół analityczny InsightOut Lab we współpracy z marką Volkswagen sprawdził podejście Polaków do fotowoltaiki. Z badania wynika, że 57% ankietowanych chciałoby zainstalować panele słoneczne w budynku, w którym mieszkają, gdyby mieli taką możliwość (25% - „zdecydowanie tak”; 32% „raczej tak”). 23% badanych zaznaczyło odpowiedź „trudno powiedzieć”.

Najczęstszą motywacją do montażu paneli wśród tych, którzy już dziś je posiadają, była chęć obniżenia rachunków za prąd (65%). Troskę o środowisko zadeklarowało 42% badanych. Dla 31% powodem był też rządowy program dopłat do instalacji fotowoltaicznej (ankietowani mogli zaznaczyć więcej niż jeden powód).

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



Więcej informacji:

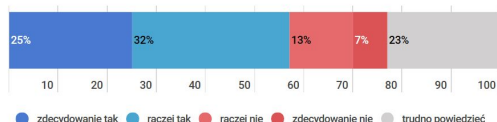
www.vw-press.pl





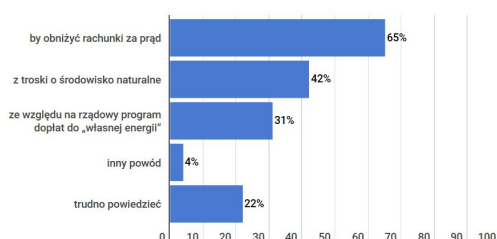
Informacja prasowa

Czy chciałbyś zainstalować panele fotowoltaiczne w budynku, w którym mieszkasz, gdyby była taka możliwość?



Z jakich powodów zdecydowałeś się na instalację paneli fotowoltaicznych w budynku w którym mieszkasz?

Pytanie zadane badanym, którzy posiadają panele fotowoltaiczne. Możliwość zaznaczenia więcej niż jednej odpowiedzi



Badanie przeprowadzone przez InsightOut Lab we współpracy z marką Volkswagen na panelu Ariadna na ogólnopolskiej próbie liczącej N=1040 osób. Kwoty dobrane wg reprezentacji w populacji Polaków w wieku 18 lat i więcej dla płci, wieku i wielkości miejscowości zamieszkania. Termin realizacji: 29 sierpnia-1 września 2020 r. Metoda: CAWI

Share

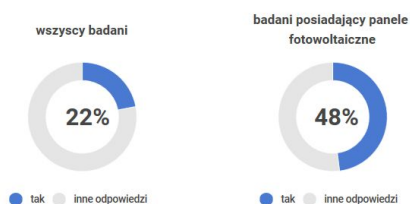
Made with infogram

Własny prąd a samochody elektryczne

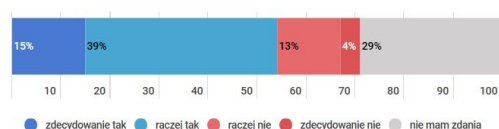
Z raportu InsightOut Lab i Volkswagena opublikowanego w maju wynika, że co drugi badany (52%) chciałby mieć samochód elektryczny. W najnowszej edycji badania zapytano już nie tyle o chęć posiadania, co rozważanie zakupu auta na prąd. Co piąty ankietowany (22%) zadeklarował, że bierze pod uwagę taki zakup. Odsetek tych deklaracji w grupie badanych mieszkających w budynkach wyposażonych w fotowoltaikę jest dwukrotnie wyższy i wynosi 48%. Oznacza to, że co druga osoba posiadająca panele słoneczne rozważa zakup auta elektrycznego.

Można zatem wysnuć wniosek, że rosnąca liczba paneli słonecznych jest czynnikiem pozytywnie wpływającym na postrzeganie aut na prąd, co zresztą potwierdza większość badanych. 54% z nich jest zdania, że popularyzacja paneli fotowoltaicznych może zwiększyć zainteresowanie samochodami elektrycznymi. 17% było przeciwnego zdania, a 29% odpowiedziało, że „trudno powiedzieć”.

Czy bierzesz pod uwagę zakup samochodu elektrycznego?



Czy popularyzacja paneli fotowoltaicznych może zwiększyć zainteresowanie samochodami elektrycznymi?



Badanie przeprowadzone przez InsightOut Lab we współpracy z marką Volkswagen na panelu Ariadna na ogólnopolskiej próbie liczącej N=1040 osób. Kwoty dobrane wg reprezentacji w populacji Polaków w wieku 18 lat i więcej dla płci, wieku i wielkości miejscowości zamieszkania. Termin realizacji: 29 sierpnia-1 września 2020 r. Metoda: CAWI

Share

Made with infogram

Wiedza na temat samochodów elektrycznych a chęć ich posiadania

Dalsza część badania wskazuje na jeszcze jedną zależność – im większa wiedza na temat samochodów elektrycznych, tym większa chęć ich posiadania.

Tylko 30% badanych wie, że samochód elektryczny można ładować z domowego gniazdka. Wśród osób, które zdecydowanie biorą pod uwagę zakup samochodu elektrycznego, odsetek ten wynosi aż 55%.



Informacja prasowa

Wszystkim ankietowanym, bez względu na ich wcześniejsze odpowiedzi, zadano pytanie: *Wyobraź sobie, że samochód elektryczny można ładować ze zwykłego gniazdka, a w budynku, w którym mieszkasz, masz własne panele fotowoltaiczne, które dostarczają prąd do ładowania samochodu elektrycznego. Czy rozważyłbyś zakup samochodu elektrycznego, mając własne panele fotowoltaiczne dające prąd do ładowania takiego samochodu?* 45% ankietowanych odpowiedziało pozytywnie („zdecydowanie tak” – 16%; „raczej tak” – 29%). To odsetek dwukrotnie większy niż przy obecnym stanie wiedzy – dziś 22% ankietowanych rozważa zakup auta na prąd.

Pełna wersja raportu wraz z wizualizacjami znajduje się na stronie insightoutlab.com.

Metodologia badania

Badanie przeprowadzone przez InsightOut Lab we współpracy z marką Volkswagen na panelu Ariadna na ogólnopolskiej próbie liczącej N=1040 osób. Kwoty dobrane wg reprezentacji w populacji Polaków w wieku 18 lat i więcej dla płci, wieku i wielkości miejscowości zamieszkania. Termin realizacji: 29 sierpnia-1 września 2020 r. 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.
