

06.10.2021

**Tytuł: Cyfryzacja moto branży i niska podaż aut – spotkanie sieci dealerskich w Ogrodzieńcu**

**27 września 2021r. w Ogrodzieńcu odbyła się konferencja „Jak zmieni się świat automotive w najbliższym czasie?” zorganizowana przez Idea Getin Leasing, Autokatalog.pl oraz Instytut Badań Rynku Motoryzacyjnego SAMAR. W wydarzeniu wzięli udział przedstawiciele sieci dealerskich z całej Polski. Spotkaniu towarzyszył przegląd raportów i trendów motoryzacyjnych oraz wymiana doświadczeń uczestników w kilku panelach tematycznych.**

Wnioski z prowadzonych rozmów wskazywały na to, że sprzedaż samochodów w salonach zmieni się bezpowrotnie. Niezbędna będzie zmiana perspektywy sprzedaży, otwarcie się na nowe kanały internetowe i wdrożenie dynamicznych strategii cyfryzacji w sieciach dealerskich.

*„Pandemia obnażyła słabość dzisiejszej formuły sprzedaży. Internet będzie odgrywał coraz większą rolę i nie unikniemy przejścia do sieci, chociaż ten proces nie będzie taki szybki, jak się niektórym wydaje. Część prognoz podaje, że do roku 2035 udział w rynku sprzedaży samochodów przez Internet będzie wynosił 35%”* – mówi Wojciech Drzewiecki, prezes IBRM SAMAR oraz twórca największej w Polsce porównywarki samochodów osobowych Autokatalog.pl.

Rok 2020 to nagłe załamanie rynku motoryzacyjnego. W stosunku do roku 2019 zarejestrowano prawie 138 tys. mniej samochodów do 3,5 t. IBRM SAMAR prognozuje, że w bieżącym roku wzrośnie o 9% sprzedaż nowych aut w tej kategorii, natomiast już w całym 2022 r. nastąpi ponowny spadek rok do roku aż o 5%.

*„Na przestrzeni ostatnich 4 lat możemy zauważyć, że udział osób fizycznych w zakupie nowych aut regularnie spada, zwiększa się natomiast liczba leasingów i zakupów flotowych – twierdzi Robert Bendlewski, dyrektor departamentu pojazdów Idea Getin Leasing S.A.*

Systematycznie zmniejsza się liczba dostępnych na rynku pojazdów. Według ocen IHS Markit w pierwszym półroczu 2021 z powodu braku podzespołów wyprodukowano na świecie o 2,59 miliona mniej aut niż zakładano. Na skutek tej tendencji zmienia się również czas użytkowania pojazdów. Dane Centralnej Ewidencji Pojazdów i Kierowców wskazują, że wydłuża się w Polsce okres użytkowania samochodów osobowych. Dla pojazdów tzw. służbowych, leasingów i car fleet management to wzrost o średnio 4 miesiące. Nowe pojazdy nie są dostępne, zatem konsumenci i firmy nie sprzedają tych obecnie użytkowanych.

*„Czynniki, które będą miały wpływ na okres użytkowania pojazdów używanych w najbliższych miesiącach to z pewnością kolejna fala pandemii, problem z dostępnością aut w salonach, zmiany przepisów w leasingu na skutek Polskiego Ładu, konsekwencje rosnącej inflacji czy obawy przed elektromobilnością”* – tłumaczy Robert Bendlewski.

Na temat trendów i potencjalnych scenariuszy w branży sprzedaży samochodów opowiadał Adam Przeździek, trendwatcher oraz CEO agencji badawczo-konsultingowej FutureOf X, a także autor bloga Mediafeed.pl: *„Do niedawna klient, aby nabyć samochód musiał przyjść do salonu. Dzisiaj ta komfortowa dla dealerów sytuacja diametralnie się zmienia. Jeszcze 10-15 lat temu internet był źródłem informacji, a dziś to miejsce transakcji. Nawyki e-commerce i oczekiwania konsumenckie wkraczają do branży motoryzacyjnej. Mimo tego, reakcję branży na potrzebę zmian, związaną również z kryzysem klimatycznym oraz trendem new mobility, jak i próbę dostosowywania się do nowych realiów czy oczekiwań, można postrzegać jako powolną.”*

*„Sygnały rynkowe pokazują, że producenci samochodów będą próbowali reorganizować sieci dealerskie, aby mieć większy wpływ na ceny aut dostarczanych użytkownikom końcowym. Kluczową rolę będą tu odgrywały internetowe kanały sprzedaży. Dealerzy będą musieli przyspieszyć transformację cyfrową i poprzez nowoczesne narzędzia obsługi klienta wzmocnić swoją markę, aby nie zostać wyeliminowanym z gry” – ostrzega Wojciech Drzewiecki.*

Jak podaje raport McKinsey „Digitalization in automotive retail 2021” 60% potencjalnych nabywców samochodów poniżej 45 roku życia preferuje jego zakup online. Istotną informacją jest również deklaracja aż 45% badanych w wieku poniżej 60 lat, że rozważyłoby zakup pojazdu online.

Adam Przeździek konkluduje: *„Offline wciąż jest ważny. Jednak online będzie stawał się kluczowy, z coraz większym wpływem na kształtowanie decyzji zakupowych.”*

Samo środowisko dealerskie podkreśliło konieczność transformacji i doceniło tego typu spotkanie branżowe, na którym można było wymienić się doświadczeniami i niezbędną wiedzą, potrzebną do lepszego podejmowania decyzji, szczególnie w obliczu nadchodzących zmian. *„Strategia cyfryzacji jest niezwykle istotna. To dzięki niej, a także zmianom technologicznym i wdrożonym narzędziom, jak np. wirtualna obsługa klienta, które zaczęliśmy wprowadzać jeszcze przed pandemią, udało nam się nie tylko nie zwolnić nikogo z powodu kryzysu wywołanego zakażeniami Covid 19, ale zwiększyć poziom zatrudnienia i przychodów.”* – mówi Piotr Wnękowski, wiceprezes zarządu Krotoski Sp. z o.o. Sp. K., dealer Audi, Porsche, Skoda i Volkswagen.

Konferencja w Ogrodzieńcu była pierwszym z cyklu planowanych spotkań z przedstawicielami sieci dealerskich z całej Polski, poświęconych obecnej sytuacji rynku motoryzacyjnego, a także jego przyszłości.

---

**Instytut Badań Rynku Motoryzacyjnego SAMAR** działa na rynku od 20 lat. Jego działalność obejmuje gromadzenie, analizowanie i udostępnianie poprzez serwis internetowy [www.samar.pl](http://www.samar.pl) lub w postaci opracowań porównawczych, ogólnie dostępnych danych dotyczących rynku motoryzacyjnego w Polsce.

**Auto Katalog SAMAR** to narzędzie, które wspomaga zakup samochodu; niezbędne dla każdego sprzedawcy; niezastąpione dla każdego klienta. To pierwsza, nie tylko na polskim rynku, aplikacja umożliwiająca wyszukiwanie samochodów według kryterium finansowania zakupu, nie tylko w grupie aut dostępnych od ręki, których lista prezentowana jest w katalogu, ale także wśród wszystkich aut prezentowanych w oficjalnej ofercie poszczególnych marek. Zawiera najdokładniejszą bazę danych technicznych samochodów osobowych i dostawczych sprzedawanych na polskim rynku przez autoryzowanych dealerów. Swym zasięgiem obejmuje ponad 50 marek, ponad 800 modeli, kilkaset tysięcy szczegółowych zdjęć w najwyższej jakości, których lista codziennie się zwiększa.

**Idea Getin Leasing S.A.** jest jedną z chętniej wybieranych spółek finansujących inwestycje firm w pojazdy oraz maszyny i urządzenia. Oferuje przedsiębiorcom kompleksowy pakiet usług finansowych: leasing, pożyczkę, kredyt, ubezpieczenia oraz produkty dodatkowe. W 2020 r. Grupa Idea Getin Leasing (IGL) sfinansowała inwestycje przedsiębiorców na kwotę ponad 3,9 mld zł, osiągając 5,7% udział w całym rynku i potwierdzając swoją pozycję w czołówce firm leasingowych w Polsce. O dobrym wyniku zdecydowało przede wszystkim finansowanie udzielone w segmentach: maszyn i urządzeń oraz pojazdów lekkich, gdzie IGL rosta zdecydowanie szybciej niż rynek. Spółka jest ponadto laureatem wielu nagród i tytułów, m.in.: Marka Godna Zaufania (2017, 2018) czy Firma Przyjazna Klientowi (2016, 2017, 2018, 2019, 2020). Więcej na: [www.ideagetinleasing.pl](http://www.ideagetinleasing.pl)

**Kontakt dla mediów:**

Adam Maliszewski, LOUDY Public Relations, +48 505 995 499, [projekt@loudy.pl](mailto:projekt@loudy.pl)