

Komunikat Prasowy
Warszawa, 19.10.2018

Blisko 70% mieszkańców dużych polskich miast zna już car sharing, jednak stosunkowo niewielu z niego dotąd korzystało. Dominują rowery na minuty, aplikacje taxi i ride hailing. Ogromny potencjał rozwojowy rynku. Sporo wyzwań.

- Rozpoznawalność poszczególnych usług z rodziny Mobility-as-a-Service (MaaS) wśród polskich konsumentów waha się od 28% do 91% – wynika z raportu „Mobility as a Service PL”, przygotowanego przez [Straal](#) w strategicznym partnerstwie z fundacją [Digital Poland](#). To pierwsze przekrojowe opracowanie poświęcone MaaS w Polsce. Raport miał premierę 18 października.
- Blisko 100 stron analiz, wykresów, zestawień informacji ze świata i z Polski można [pobrać bezpłatnie ze strony Straal](#). Komentarzy do raportu udzielili eksperci firm: Visa, mytaxi, Uber, Taxify, Lime, blinker.city oraz fundacji Digital Poland.
- Największą popularnością wśród polskich konsumentów odznaczają się rowery na minuty – znane 91% badanych – oraz wynajem samochodu na minuty (ang. *car sharing*) – 68% wskazań. Dalej uplasowały się aplikacje do zamawiania licencjonowanych taksówek – znane 65% respondentów – oraz aplikacje kojarzące pasażerów z kierowcami (jak Uber czy Taxify), rozpoznawane przez 61% badanych. Na końcu stawki znalazła się niszowa, jednak szybko zyskująca na popularności i mająca zawładnąć polskimi miastami w 2019 roku usługa wynajmu elektrycznego skutera/hulajnogi na minuty. Zna ją dziś 28% respondentów.
- Gdy przychodzi do korzystania z usług MaaS, 61% użytkowników wybiera rower na minuty. 47% korzysta z aplikacji do zamawiania licencjonowanych taksówek, a 35% z systemów kojarzących pasażerów z kierowcami w okolicy. Z usługi car sharingu – pomimo doskonałej jej rozpoznawalności - korzysta zaledwie 18% respondentów. Ze skuterów na minuty natomiast 5%.
- Z usług MaaS najliczniej korzystają osoby młode – z pokoleń tzw. Milenialsów i Z, zamieszkujące w największych miastach (powyżej 500 tys. mieszkańców) – w grupie wiekowej 18-29 aż 50% respondentów korzysta z takich usług. Użytkownicy MaaS przeważnie żyją w gospodarstwach domowych o miesięcznych dochodach wyższych niż 5000 zł netto i mają dostęp do prywatnego samochodu.
- Na MaaS Polacy wydają mało. Średnie miesięczne wydatki na rowery (najwięcej użytkowników) to zaledwie 29,16 zł. W aplikacjach taxi Polacy wydają

miesięcznie ok. 69 zł. Podobne wydatki charakteryzują systemy kojarzące pasażerów z kierowcami (67 zł). Największe kwoty pojawiają się w przypadku wynajmu samochodów na minuty. Średnie miesięczne wydatki w tej kategorii wynoszą ok. 142 zł. Użytkownicy elektrycznych skuterów natomiast wydają na tę formę przemieszczania się ok 55 zł miesięcznie.

- Na polskim rynku zdefiniowano trzy grupy usług: osadzone, wschodzące i niszowe. Do pierwszej zaliczono m.in. wynajem rowerów na minuty oraz aplikacje do zamawiania taxi i do ride hailingu. W kategorii usług wschodzących znalazł się car sharing, a w gronie usług niszowych – skutery i hulajnogi elektryczne.
- Usługi osadzone na rynku to te najlepiej znane Polakom, dostępne w kraju najdłużej, najchętniej dziś wybierane przez konsumentów. Ten segment stoi przed szeregiem wyzwań wynikających z pojawiania się alternatywnych form MaaS. Rowery na minuty – dostarczane głównie w finansowanym przez samorządy systemie zamkniętym, opartym na stacjach dokujących - muszą coraz częściej konkurować ze skuterami i hulajnogami elektrycznymi. Ekspansja krajowego hegemonu, firmy Nextbike, w mniejszych miastach jest trudna z uwagi na ograniczenia systemu opartego na stacjach dokujących, jednak działający w modelu otwartym konkurenci, nie mogąc liczyć na hojne wsparcie z kasy samorządowej, nie zagrażają monopolistom. Aplikacje taxi i ride hailing konkurują ze sobą nawzajem oraz z car sharingiem i skuterami. Walka toczy się głównie w największych miastach. W praktyce konkurenci rywalizują o tych samych klientów. Ekspansja systemów ride hailingowych do mniejszych miast będzie trudna z uwagi na małą dostępność kierowców i niższe niż w największych miastach koszty korzystania z własnego samochodu. W przypadku aplikacji taxi natomiast małe miasta zagospodarował polski operator – iTaxi – który w większych ośrodkach mierzy się z międzynarodową siecią – mytaxi.
- W kategorii usług wschodzących znalazł się car sharing. Choć tę usługę zna blisko 70% respondentów, korzysta z niej zaledwie 18% użytkowników MaaS. Wielkim wyzwaniem dla firm oferujących wynajem samochodów na minuty jest przekonanie konsumentów do korzystania z oferty. Ponieważ jedną z najczęściej wskazywanych przyczyn niekorzystania z MaaS przez Polaków są niejasne warunki świadczenia usługi, dostawcy car sharingu muszą postawić na edukację rynku i przejrzystość oferty. Użytkownik musi wiedzieć, jak działa i co obejmuje ubezpieczenie, co robić w razie stłuczki oraz jakie mogą być konsekwencje zakończenia wynajmu w niedozwolonym miejscu. Konsumentom uważają, że ceny tego typu usług są zbyt wysokie. To kolejne wyzwanie informacyjno-edukacyjne dla branży. Korzystanie z car sharingu w wielu przypadkach może być znacznie

tańsze niż posiadanie samochodu na własność. Trzeba to użytkownikom wyjaśnić.

- Usługi niszowe to takie, które na polskim rynku dopiero się pojawiają. Do tej kategorii należą wynajem na minuty skuterów elektrycznych oraz hulajnóg elektrycznych. Pierwsza z usług jest z Polsce dostępna od mniej niż 3 lat. Druga – ma pojawić się w 2019 r. Spośród użytkowników MaaS, tylko 5% badanych przyznaje, że miało już okazję korzystać z tego typu usług, jednak osoby te odznaczają się dużo wyższym poziomem lojalności w stosunku do dostawców i korzystają z systemów regularnie. Segment skuterów na minuty musi rywalizować z innymi formami MaaS wymagającymi obsługi pojazdu przez użytkownika, a zatem z wynajmem samochodów na minuty czy z systemami wynajmu rowerów. Ponieważ z technicznego punktu widzenia usługa nie różni się praktycznie od car sharingu – różnicę stanowi tylko typ pojazdu – wypożyczalnie skuterów powinny w pierwszej kolejności kierować swoją ofertę do osób, które korzystają dziś z samochodów na czas.

Straal jest globalnym dostawcą rozwiązań płatniczych, optymalizacyjnych i ochronnych, stworzonych z myślą o innowacyjnym biznesie. Dzięki produktom Straal, przyjmowanie płatności we wszystkich kanałach staje się łatwe, bezpieczne i opłacalne jak nigdy dotąd. System Straal umożliwia przyjmowanie płatności dokonywanych przy użyciu kart płatniczych wszystkich wiodących organizacji, w ponad 150 walutach oraz przelewów w modelu SEPA Direct Debit. Siedziba spółki znajduje się w Warszawie. www.straal.com

Kontakt dla mediów

Olgierd Borówka
Marketing & PR Manager
olgierd.borowka@straal.com
+48 784 624 480