

Indicata

**Market Watch™**

Raport dotyczący używanych samochodów



**Kwiecień 2025** | Wydanie 62

# Popyt na używane pojazdy elektryczne rośnie powoli bez zachęt sprzedażowych

**indicata**

Part of Autorola



W marcu w grupie wiekowej aut do dwóch lat pojazdy elektryczne (BEV) po raz pierwszy w historii wyprzedziły pod względem popularności pojazdy z silnikiem Diesla.

**Stosunek podaży do popytu (MDS) poprawił się do rekordowego poziomu w pierwszym kwartale, po sezonowym szczycie na przełomie roku dla wszystkich rodzajów napędów.**

W Wielkiej Brytanii negatywne trendy dla kilku rodzajów napędów kumulują się w ogólny trend, ze średnią stratą 2,4 punktu indeksowego.

**Index cenowy na większości mniejszych rynków stracił średnio od 0,8 do 1,4 punktu indeksowego od początku roku, częściowo z powodu rosnącego udziału pojazdów BEV.**

Austria: Pełne hybrydy straciły ponad 4 punkty indeksowe w ciągu kilku miesięcy, nawet więcej niż BEV i hybrydy z wtyczką (PHEV).

**Belgia: Atrakcyjność rynkowa (MDS) używanych PHEV jest zbliżona do silników spalinowych w młodszych modelach, na równi z benzyną i dieslem w segmencie od 3 do 4 lat.**

Dania: 3- do 4-letnie hybrydy plug-in z doskonałą wartością MDS na poziomie 42,2.

**Francja: BEV stanowią 14% podaży, w porównaniu do 9% sprzedaży. Atrakcyjność rynkowa (MDS) powyżej 117 wskazuje na niewystarczający popyt. Niemniej jednak indeks cen spadł tylko o nieco ponad jeden punkt od początku roku.**

Niemcy: Udziały w sprzedaży młodych używanych pojazdów BEV w wieku poniżej dwóch lat utrzymywały się w pierwszym kwartale na poziomie od 9% do 10%.

**Włochy: miękkie hybrydy stanowią już prawie 30% rynku samochodów używanych w najmłodszej kategorii wiekowej i straciły około 2,5 punktu indeksu cenowego w pierwszym kwartale.**

Holandia: Podaż pojazdów BEV wzrosła do prawie 19%, co wpłynęło na pogorszenie się wskaźnika MDS. Indeks cenowy stracił w pierwszym kwartale ponad jeden punkt.

**Polska: Ceny pojazdów BEV straciły około 2,7 punktu indeksowego od początku roku. Hybrydy plug-in straciły ponad dwa punkty.**

Portugalia: BEV średniej klasy w wieku od 3 do 4 lat zwiększyły swój udział w sprzedaży do 17%. Jest to wynikiem silnych korekt cen, przy czym indeks cen stracił dwa punkty, podczas gdy wartości MDS osiągnęły rekordowy poziom.

**Hiszpania: Stosunek podaży do popytu na pojazdy BEV przy wartości MDS wciąż utrzymuje się na wysokim poziomie ok 130 dni Mimo tego indeks cen wzrósł o 1,7 punktu od początku roku.**

Szwecja: Ceny PHEV pozostały stabilne w pierwszym kwartale, a wskaźnik MDS jest na tym samym poziomie co silników spalinowych, zwłaszcza w przypadku młodych modeli w wieku poniżej dwóch lat.

**Turcja: Udział w sprzedaży młodych pojazdów BEV w pierwszym kwartale wyniósł 8,5%, poprawił się również wskaźnik MDS dla tej grupy. Wzrost cen w pierwszym kwartale był porównywalny do silników spalinowych, podążał za poziomem inflacji.**

Wielka Brytania: W segmencie wiekowym do 2 lat wartość MDS pojazdów BEV poprawiła się o 50 punktów w pierwszym kwartale, a modele w wieku od 3 do 4 lat osiągnęły ten sam poziom co silniki spalinowe.

Kraj	Procentowy wzrost cen samochodów używanych Zmiana względem stycznia 2023
Turkey	81.6pp
Poland	-6.4pp
Spain	-8.1pp
Sweden	-10.1pp
Portugal	-12.9pp
The Netherlands	-10.1pp
Italy	-12.4pp
Belgium	-11.7pp
France	-11.9pp
Austria	-11.1pp
Germany	-10.3pp
United Kingdom	-15.7pp
Denmark	-18.4pp
<b>Średnia</b>	<b>-4.4pp</b>
<b>EU Region</b>	<b>-11.6pp</b>

# Spada popyt na młode pojazdy z silnikami wysokoprężnymi

Dla niektórych rok 2024 wydawał się punktem zwrotnym dla mobilności elektrycznej na rynku nowych samochodów, a pojazdy BEV odnotowały spadek w porównaniu z rokiem poprzednim. Jednak początek 2025 roku pokazuje nam odmienny trend. Obserwujemy wzrost o ponad 28% w lutym w UE i, jeśli uwzględnić Wielką Brytanię, ponad 30% wzrostu liczby samochodów osobowych z napędem elektrycznym w porównaniu z tym samym okresem ubiegłego roku. Pomimo wstrzymania dopłat na wielu rynkach, udział aut elektrycznych w rynku nowych samochodów wzrósł do ponad 15%.

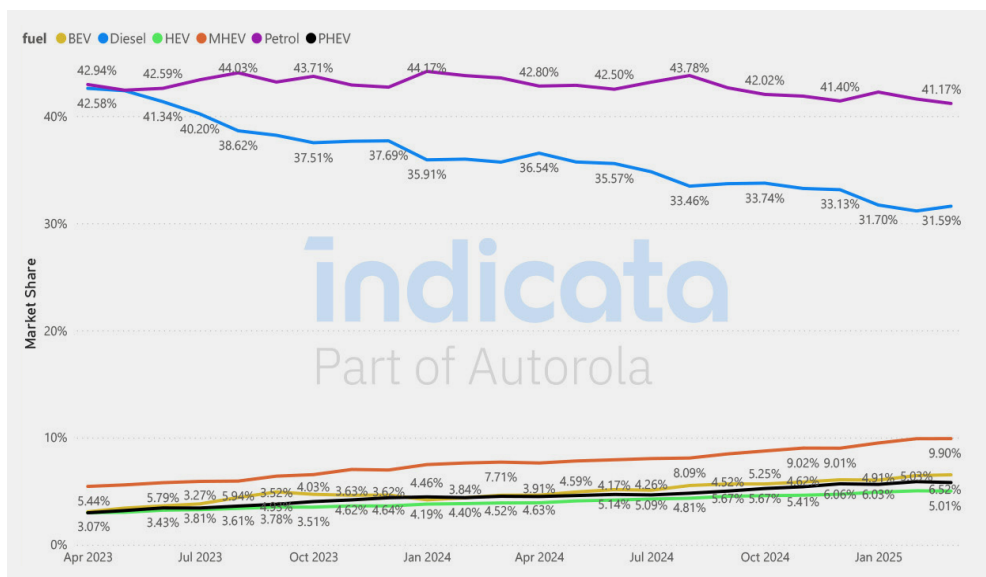
Penetracja rynku samochodów używanych w grupie wiekowej poniżej 2 lat nadal pozostaje w tyle na

poziomie nieco ponad 11% i jest mało prawdopodobne, aby nadrobiła zaległości przy wzroście o zaledwie 0,5 punktu procentowego w pierwszym kwartale 2025 roku. W segmencie od 3 do 4 lat udział w sprzedaży nadrabia zaległości szybciej, przekraczając 10%. Patrząc na udziały w sprzedaży samochodów benzynowych i hybrydowych w pierwszym przedziale wiekowym, uderzające jest to, że te drugie niemal całkowicie zastępują te pierwsze. Pod koniec pierwszego kwartału stanowiły one łącznie ponad 61% najmłodszych używanych samochodów w wieku poniżej 2 lat. Z drugiej strony na popularności tracą młode modele z silnikami wysokoprężnymi.

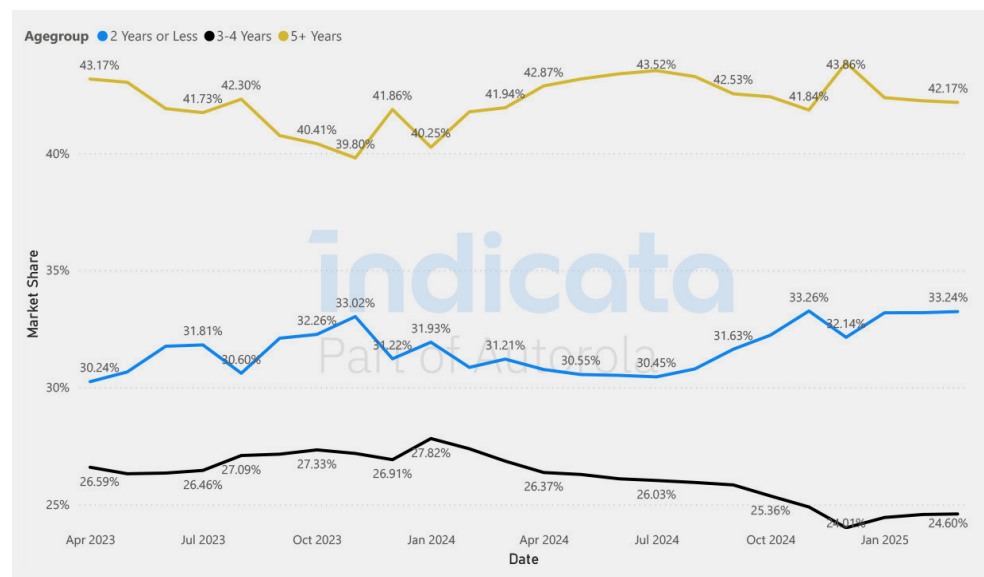
W marcu pojazdy BEV wyprzedziły pojazdy z silnikiem Diesla w tej grupie wiekowej po raz pierwszy na obserwowanych rynkach.

Hybrydy plug-in pojawiają się częściej niż pojazdy BEV w grupie wiekowej od 3 do 4 lat, ale w pierwszym kwartale odnotowały stagnację i z pewnością zostaną wyprzedzone przez BEV w nadchodzących miesiącach. W segmencie lekkich pojazdów użytkowych pierwsze trzy miesiące roku nie przyniosły znaczącego odwrócenia trendu w sektorze pojazdów używanych. W większości krajów brakuje skutecznej stymulacji elektryfikacji zarówno na rynku nowych, jak i używanych samochodów dostawczych.

Sales Market Share by Month and Fuel Type - European Market



Sales Market Share by Month and Age Group - European Market



## Hatchbacki i SUV-y sprzedają się najszybciej

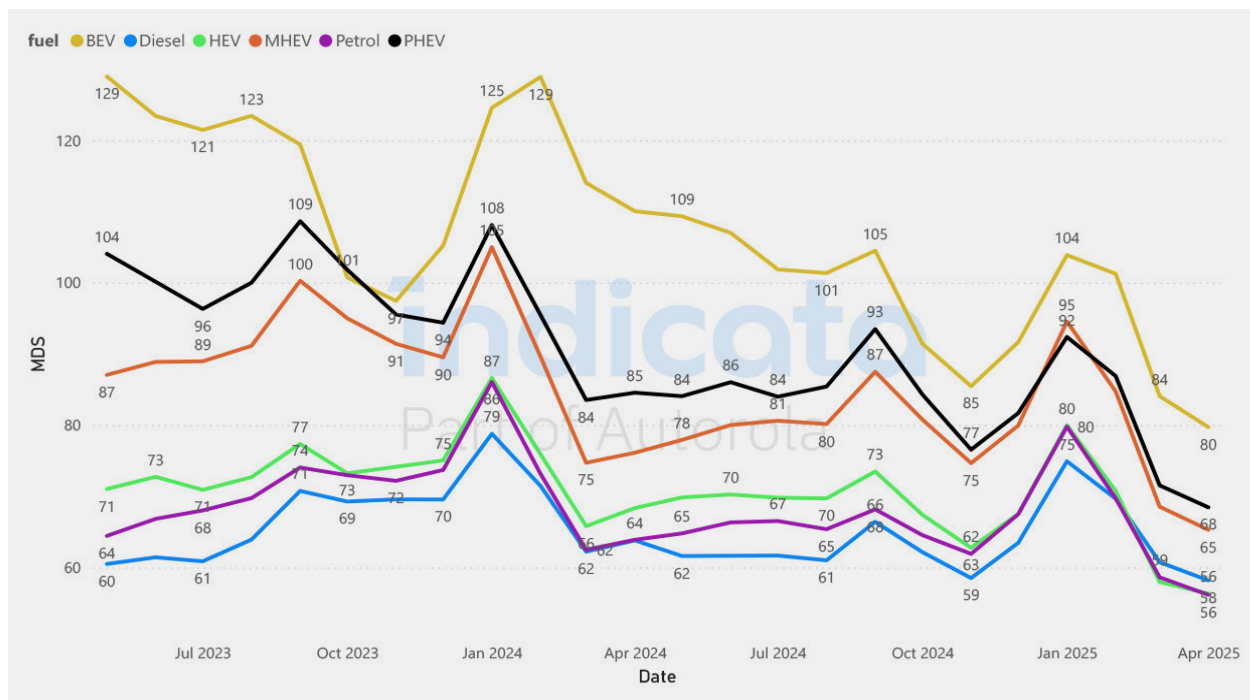
Co ciekawe, na listach bestsellerów na obserwowanych rynkach europejskich, pomimo postrzeganej dominacji SUV-ów, tylko cztery z trzech pierwszych miejsc są zajęte przez ten typ nadwozia. VW T-ROC (2x), ID.4 i Toyota C-HR są w większości pokonywane przez klasyczne hatchbacki z segmentów B i C. Pod względem atrakcyjności rynkowej i szybkości sprzedaży proporcje są bardziej zrównoważone, a trzy z czterech pierwszych miejsc zajmują SUV-y.

Nasz wskaźnik MDS, czyli stosunek podaży do popytu poprawił się do najlepszego poziomu w pierwszym kwartale po zwykłym sezonowym szczycie na początku roku dla wszystkich rodzajów paliwa. W szczególności w najmłodszej grupie wiekowej średnie wartości MDS dla BEV są stale poniżej 100, co nie jest jeszcze powodem do świętowania, ale daje nadzieję, że używane pojazdy elektryczne staną się bardziej przewidywalne dla dealerów.

Podczas gdy na początku roku samochody z silnikami wysokoprężnymi były generalnie na równi z ich odpowiednikami benzynowymi pod kątem wskaźnika MDS, obecnie coraz częściej pojawiają się różnice. Szczególnie jest to widoczne w młodszych grupach wiekowych, gdzie mimo coraz mniejszej dostępności, zainteresowanie spada jeszcze szybciej. Hybrydy plug-in osiągają lepsze wyniki rynkowe niż ich w pełni elektryczni konkurenci na wielu rynkach i utrzymują przewagę w MDS wynoszącą średnio prawie 10 punktów. Bardzo dobrymi wskaźnikami MDS cieszą się natomiast pełne hybrydy. W grupie wiekowej 3-4 latków osiągają MDS na poziomie zaledwie 44 dni, między innymi dzięki relatywnie niewielkiej podaży takich aut.

W segmencie lekkich samochodów dostawczych wskaźnik MDS dla diesli, czyli zdecydowanie najważniejszy rodzaj napędu nieznacznie się poprawił względem 1 kwartału. Tymczasem elektryczne samochody dostawcze pozostają nadal mało atrakcyjne i trudne do sprzedania dla dealerów, z wartościami MDS przekraczającymi 130.

MDS by Fuel Type - European Market



Top selling car models up to 4-years-old by volume

All powertrains	MDS	ICE	MDS	Hybrid	MDS	BEV	MDS
Volkswagen Golf	61.7	Volkswagen T-ROC	59.1	Toyota Yaris	47.5	Volkswagen ID.3	55.0
Volkswagen T-ROC	59.1	Volkswagen Golf	61.8	Toyota C-HR	52.3	Tesla Model 3	33.9
Peugeot 208	65.0	Peugeot 208	59.9	Toyota Corolla	50.6	Volkswagen ID.4	55.4

Fastest selling car models up to 4-years-old by Market Days Supply

All powertrains	MDS	ICE	MDS	Hybrid	MDS	BEV	MDS
Lynk & Co 01	29.9	MG HS	32.1	Lynk & Co 01	29.9	Tesla Model 3	33.9
Tesla Model 3	33.9	Volvo XC40	36.5	Toyota RAV 4	41.6	Polestar 2	40.9
MG HS / EHS	37.6	Renault Twingo	38.2	Hyundai IONIQ	42.9	Mercedes-Benz EQC	45.2

# Za spadek indeksu cen odpowiadają nie tylko auta elektryczne

W ciągu ostatnich trzech lat w UE i Wielkiej Brytanii zarejestrowano ponad 5 milionów nowych samochodów osobowych z napędem elektrycznym. Znaczna ich część wkrótce pojawi się na rynku wtórnym jako pojazdy pochodzące z umów leasingu lub innego krótkoterminowego użytkowania, tak więc stymulowanie popytu na tego typu pojazdy staje się obecnie kluczowe.

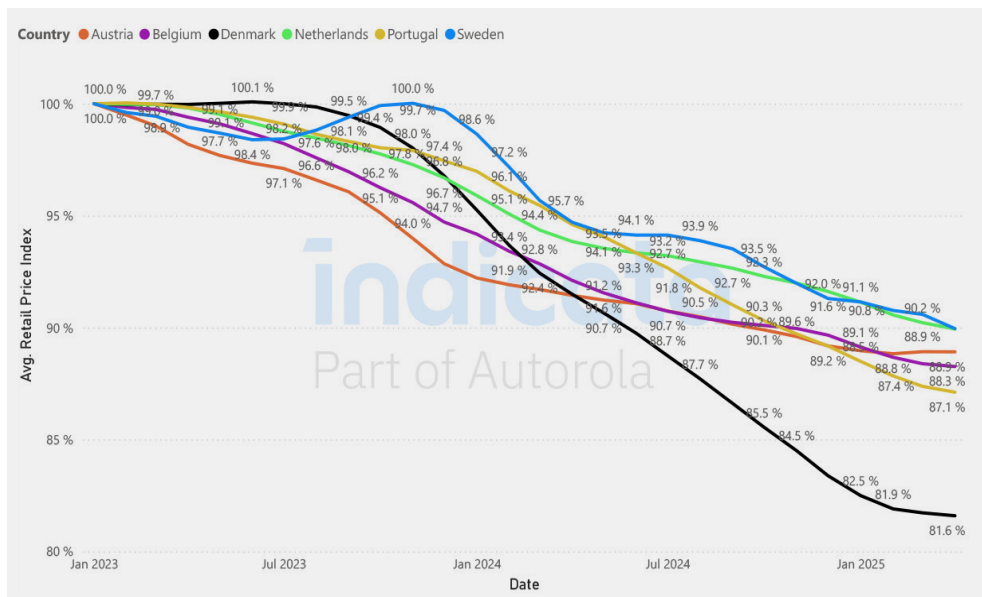
Dane z marca wskazują na dalszy wzrost. Na prawie wszystkich obserwowanych rynkach relacja podaży do popytu wpływa niekorzystnie na rozwój indeksu

cen. Hiszpania była wyjątkiem w pierwszym kwartale 2025 r., wykazując odporność cen używanych pojazdów elektrycznych w przypadku wielu marek.

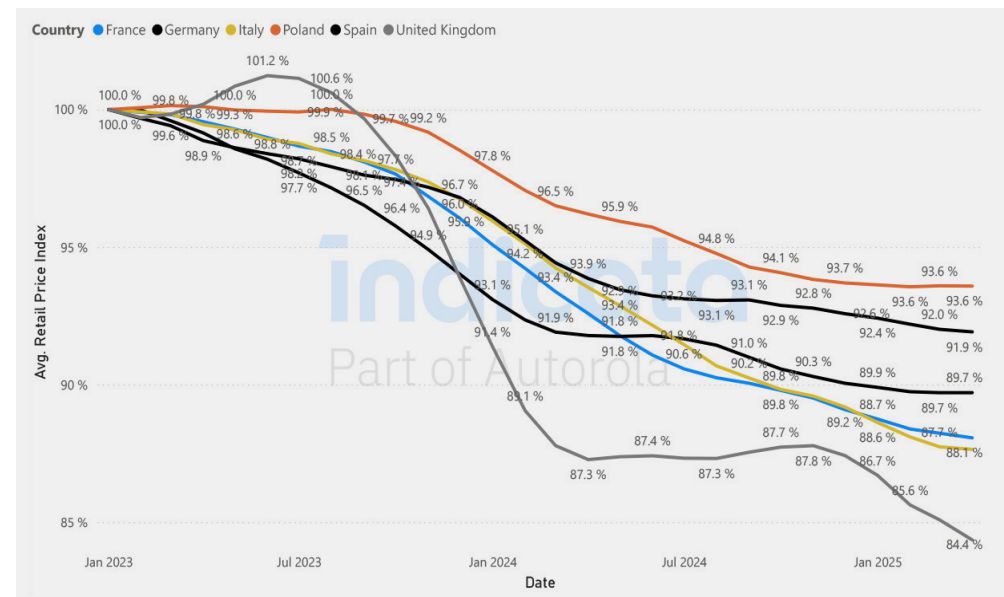
Na rynkach takich jak Wielka Brytania negatywne trendy w przypadku kilku rodzajów napędów kumulują się w ogólnym trendzie, który wykazuje spadek indeksu cen aż o 2,4 punktu procentowego, czyli więcej niż na innych dużych rynkach. Problem jest również we Włoszech, gdzie indeks ten spadł blisko o jeden punkt procentowy przy czym wpływ na to miały nie tylko pojazdy elektryczne ale również miękkie hybrydy.

Spośród mniejszych rynków europejskich Dania odnotowała nieznaczny spadek pomimo dość wysokiego udziału pojazdów elektrycznych. W pierwszym kwartale ważony ogólny indeks cen spadł zaledwie o 0,3 punktu indeksowego, co czyni ją jednym z najbardziej stabilnych krajów w tej grupie po Austrii, która pozostała prawie niezmieniona. Wszystkie inne kraje straciły od początku roku od 0,8 do 1,4 punktu indeksowego, częściowo z powodu rosnącego udziału pojazdów elektrycznych.

Retail Price (weighted. avg.) Index 100 = Jan - AT, BE, DK, NE, PT, SE



Retail Price (weighted. avg.) Index 100 = Jan - FR, DE, IT, PL, ES, GB



Należy pamiętać, że Indicata jest obecnie w trakcie ulepszania indeksu cen detalicznych Marketwatch. W rezultacie mogą wystąpić różnice w porównaniu z wersjami dostępnymi w poprzednich miesiącach. Dziękujemy za zrozumienie, ponieważ staramy się zapewniać lepsze doświadczenia.

# Pełne hybrydy zyskują na popularności

**Coraz szersza gama aut elektrycznych oraz nowe odstąpienie dopłat w postaci programu “NaszEauto” przyczynią się do dalszego wzrostu dostępności aut elektrycznych na rynku wtórnym. W pierwszym kwartale udział elektryków w sprzedaży młodych samochodów używanych utrzymał się na poziomie około 4% dzięki czemu wskaźnik MDS dla tej grupy poprawił się do najlepszego od dwóch lat poziomu, do 130 dni.**

Oczywiście wpływ na to miały dalsze spadki cen pojazdów BEV. Od początku roku indeks cenowy dla tych aut stracił 2,7 punktu procentowego. Hybrydy plug-in również straciły ponad dwa punkty. Pod względem wolumenu są one na porównywalnym poziomie w młodszych grupach wiekowych, ale mają o 30 punktów lepszy stosunek podaży do popytu (MDS) i nieco mniej negatywny trend cenowy. Sukces pełnych hybryd w Polsce wynika w dużej mierze z ogólnej popularności marki Toyota. Udziały w sprzedaży i podaży, które są dwukrotnie wyższe niż średnia europejska dla tego rodzaju paliwa, dobrze się równoważą dzięki czemu w naszym indeksie cenowym utrzymują wiodącą pozycję wśród wszystkich rodzajów napędów w Polsce. Ceny odbiły nawet o ponad 2 punkty indeksowe od końca ubiegłego roku.

Problem widzimy jedynie w najmłodszej grupie aut w wieku do 2 lat gdzie dostępność takich ofert rośnie szybciej od wzrostu sprzedaży.

Spadek cen samochodów benzynowych o około -1,5 punktu indeksowego w pierwszym kwartale, wpłynął na ich rosnącą popularność co widać we wzroście udziałów w sprzedaży o +4 punkty procentowe. Sukces wariantów benzynowych i hybrydowych Hyundai Tucson sprawił, że model ten zajmuje obecnie trzecie miejsce wśród najlepiej sprzedających się młodszych samochodów używanych w wieku do czterech lat, zaraz za modelami Toyoty.

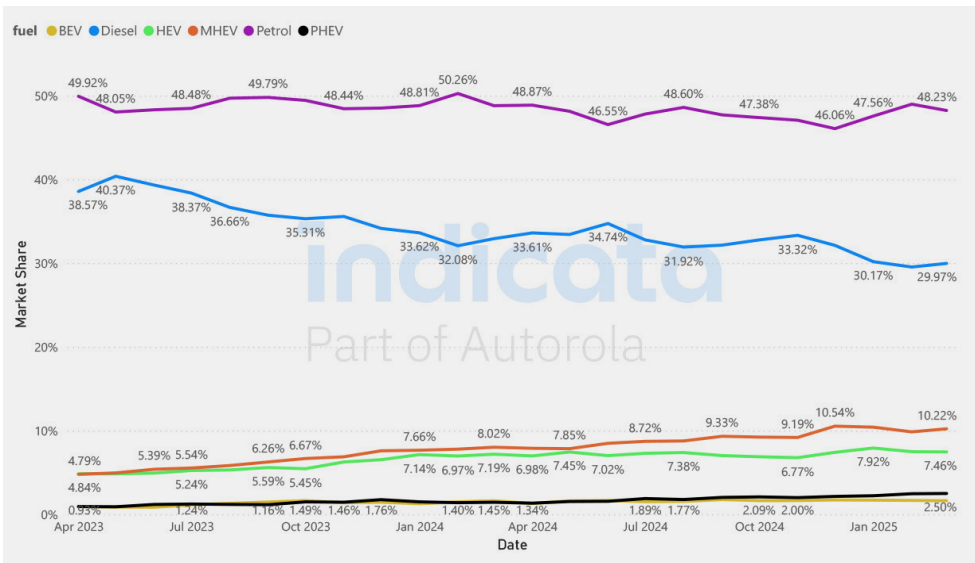
## Top selling < 4-years-old by volume

Make	Model	MDS
Toyota	Corolla	61.1
Toyota	Yaris	46.9
Hyundai	Tucson	48.2

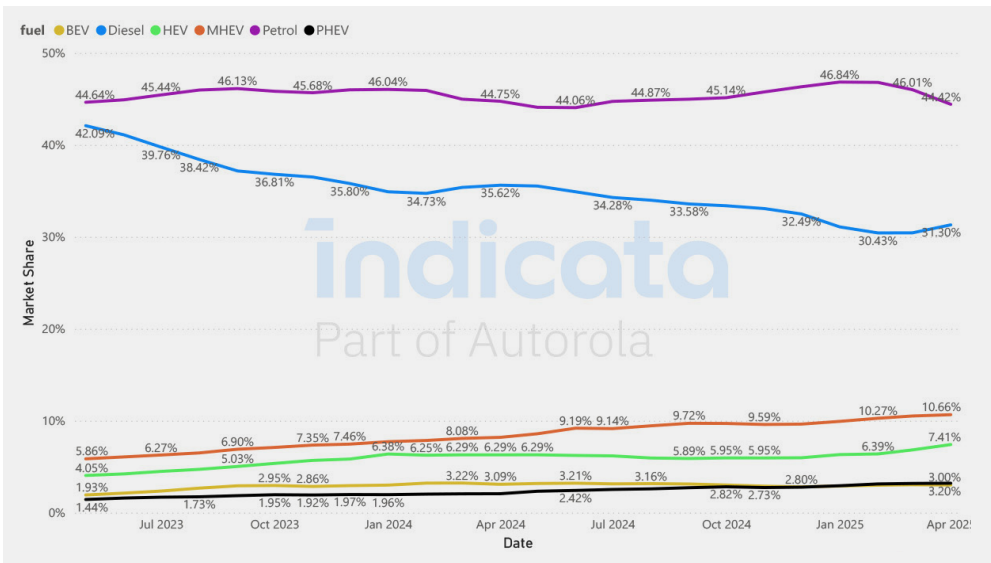
## Fastest selling < 4-years-old by Market Days Supply

Make	Model	Stock turn	MDS
Suzuki	Swift	10x	34.6
Seat	León	10x	36.6
Volkswagen	T-Cross	10x	37.9

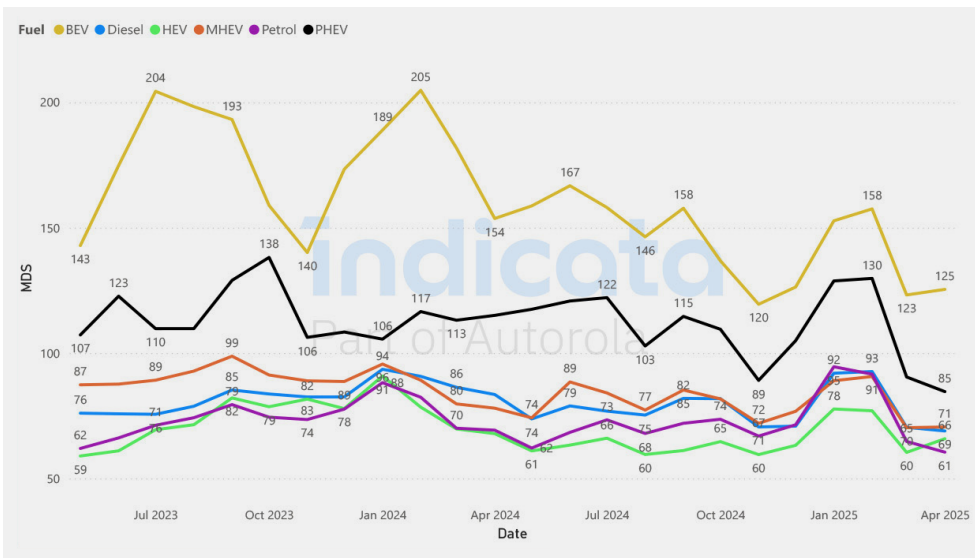
### Sales Market Share by Month and Fuel Type - Poland



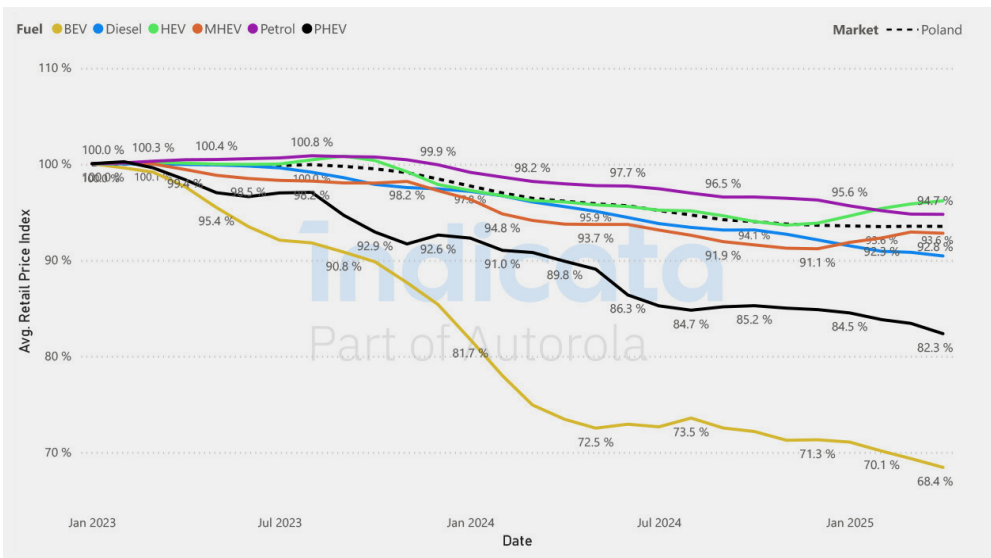
### Stock Market Share by Month and Fuel Type - Poland



### MDS by Fuel Type - Poland



### Retail Price (Weighted Avg.) Index 100 = Jan - Poland



Jeśli jesteś zainteresowany skontaktowaniem się z Indicata, zapoznaj się z poniższą listą kontaktów w poszczególnych krajach lub zarejestruj się na [Indicata.com](https://indicata.com)

#### Austria

##### Andreas Steinbach

Autorola - Market Intelligence - Indicata

**Office:** +43 1 2700 211-90

**Mobile:** +43 664 411 5642

**Email:** [ash@autorola.at](mailto:ash@autorola.at)

#### Belgium

##### Filip Dobbeleir

Senior Manager Indicata

**Mobile:** +32 (0)475/40 40 47

**Phone:** +32 (0)3/887 19 00

**Email:** [fdo@autorola.be](mailto:fdo@autorola.be)

#### Denmark

##### Palle Elgaard

**Email:** [pel@indicata.com](mailto:pel@indicata.com)

#### France

##### Jean-Rémi Thomas

Sales Director

**Email:** [jrt@autorola.fr](mailto:jrt@autorola.fr)

#### Germany

##### Jonas Maik

Senior Key Account Manager

**Mobile:** +49 151-402 660 18

**Email:** [jmk@indicata.de](mailto:jmk@indicata.de)

#### Italy

##### Davide Ghedini

Key Account Manager Indicata Italy  
Autorola.it

**Phone:** +39 030 9990459

**Mobile:** +39 331 1343893

**Email:** [dag@indicata.it](mailto:dag@indicata.it)

##### Pietro Sportelli

Autorola.it

**Mobile:** +39 3332495899

**Email:** [psp@indicata.it](mailto:psp@indicata.it)

#### The Netherlands

##### Martijn Notten

Head of Indicata Netherlands  
[indicata.nl](http://indicata.nl)

**Mobile:** +31 6 83117867

**Email:** [mnn@autorola.nl](mailto:mnn@autorola.nl)

#### Poland

##### Krzysztof Stańczak

Indicata Business Development  
Manager

**Mobile:** +48 505 029 381

**Email:** [kst@indicata.pl](mailto:kst@indicata.pl)

#### Portugal

##### Sandra Sequerra – Portugal

Solutions & Indicata Business  
Unit Manager

**Phone:** +351 271 528 135

**Mobile:** +351 925 299 243

**Email:** [sas@autorola.pt](mailto:sas@autorola.pt)

#### Spain

##### Juan Menor de Gaspar

Indicata Business Consultant

**Phone:** +34 609 230 236

**Email:** [jmd@autorola.es](mailto:jmd@autorola.es)

#### Sweden

##### Yngvar Paulsen

Autorola.se

**Email:** [ypl@autorola.se](mailto:ypl@autorola.se)

#### Denmark / Nordic

##### Palle Elgaard

Head of Indicata, Nordic

**Mobile:** +45 2927 0640

**Email:** [pel@indicata.com](mailto:pel@indicata.com)

#### Türkiye

##### Aslı GÖKER

Deputy General Manager - Indicata

**Phone:** +90 212 290 35 30

**Mobile:** +90 533 157 86 05

**Email:** [asl@indicata.com.tr](mailto:asl@indicata.com.tr)

#### UK

##### Dean Merritt

Head of Sales - Indicata

**Mobile:** +44 (0)7739 047706

**Email:** [dm@autorola.co.uk](mailto:dm@autorola.co.uk)



24 marca 2020 Indicata opublikowała biuletyn *"COVID-19 W jakim stopniu wpłynie to na rynek samochodów używanych (i jak to przetrwać)?"*.

W dokumencie tym zbadano:

### Wczesne tendencje rynkowe

Początkowy wpływ wirusa i wdrożone środki dystansu społecznego.

### Scenariusze rynkowe

Zakres skutków w oparciu o rozwój wskaźnika infekcji i historyczne dane rynkowe.

### Łagodzenie skutków

Ocena ryzyka według sektorów wraz z potencjalnymi działaniami naprawczymi.

Zobowiązaliśmy się do utrzymania rynku Indicata Market Watch to regularny plik PDF publikowany około 20 dnia miesiąca, który zawiera informacje o zapasach, sprzedaży i trendach dostaw z Dnia Targowego w podziale na rodzaj paliwa.

Zależy nam na aktualizowaniu rynku aktualnymi danymi oraz dostarczaniu informacji o sprzedaży, zapasach i cenach, aby być na bieżąco z szybko zmieniającym się środowiskiem.

Mamy przyjemność zaprezentować naszą najnowszą wersję **"Indicata Market Watch"**, która obejmuje 13 krajów europejskich. Zapewniamy kompleksową analizę rynku samochodów używanych wraz z komentarzem dla każdego kraju za pierwszy, drugi, trzeci i czwarty kwartał w styczniu, kwietniu, lipcu i październiku

W międzyczasie za pozostałe osiem miesięcy roku opublikowane zostaną wersje uproszczone raportu, które będą zawierać ogólne podsumowanie Europy oraz wykresy i tabele dotyczące poszczególnych krajów.

### Jak tworzymy nasze dane?

Indicata codziennie analizuje 14 milionów ogłoszeń używanych pojazdów w całej Europie, a nasz system przechodzi szeroko zakrojone procesy czyszczenia danych, aby zapewnić ich integralność.

Sprzedaż (dane dotyczące dezinstalacji) w tym raporcie opierają się na reklamach faktycznie używanych pojazdów, sprzedawanych przez uznanych sprzedawców motoryzacyjnych. W związku z tym nie obejmuje danych związanych z reklamami prywatnymi (P2P).

Kiedy ogłoszenie zostaje usunięte z Internetu, jest klasyfikowane jako „Wyprzedaż”.



Indicata

**Market Watch™**

Raport dotyczący używanych samochodów



Aby uzyskać więcej informacji o trendach na rynku B2B, zapraszamy do odwiedzenia strony [indicata.com/market-watch](https://indicata.com/market-watch)

**indicata**  
Part of Aitorola