

PSPA: firmy napędzą rozwój elektromobilności w Polsce [KONFERENCJA]

data aktualizacji: 2018.06.15



Zamiast na nierealistycznych wizjach, należy skupić się na aktualnie dostępnych rozwiązaniach i ich promocji. Przedsiębiorcy muszą poznać zalety i zasady użytkowania samochodów elektrycznych - zgodzili się uczestnicy konferencji E-MOBILITY, odbywającej się w ramach III Międzynarodowych Targów EkoFlota.

Konferencję, która zgromadziła liczną reprezentację branży, rozpoczęto od odczytania listu Sekretarza Stanu w Ministerstwie Energii Michała Kurtyki.

- Stawiamy na elektromobilność przewidując, w jakim kierunku będzie się w długofalowej perspektywie rozwijał ten sektor gospodarczy - zapewnił w nim wiceminister.

Dodał, że jego zdaniem szereg regulacji mających na celu popularyzację nisko- i zeroemisyjnych pojazdów w Polsce umocni pozycję polskich firm działających dziś na rynku. W jego opinii, nowe przepisy zwiększą zainteresowanie zakupem pojazdów elektrycznych w Polsce.

Road Map

Właśnie na to liczą przedstawiciele branży, którzy wzięli udział w I panelu „Niskoemisyjna flota w firmie - Road Map”.

- Pojazdy spalinowe nie znikną z dróg od razu, jednak, czy tego chcemy czy nie, świat podąża w kierunku elektryfikacji transportu - powiedział Tomasz Gałasziewicz, BMW i

Manager. - Na elektromobilność nie można patrzeć w perspektywie roku lub dwóch. Dzisiejsza inwestycja w samochody elektryczne to odpowiedź na to, co stanie się w roku 2020, 2025 i 2030. Obecny liderem są Chiny, które przygotowują się na przyszłość lepiej niż Unia Europejska czy Stany Zjednoczone.

Jacek Pawlak, Prezydent Toyota Motor Poland, skupił się na tym co „tu i teraz”.

- Słabo rozwinięta infrastruktura nie jest główną barierą dla rozwoju elektromobilności w Polsce. Są nią wysokie ceny. Dopóki nie spadną, to mimo rozbudowy stacji ładowania, nikt nie będzie kupował drogich samochodów elektrycznych. Jeżeli myślimy dziś o zmniejszeniu emisji w Polsce, postawmy na hybrydy. Nie możemy dopuścić do sytuacji, w której miliony używanych Diesli z Europy Zachodniej trafią do Polski. Zamiast myśleć o tym, co będzie za 30 lat, skupmy się na najbliższej przyszłości – powiedział Jacek Pawlak.

Podobne obawy żywił Sławomir Wontrucki, Członek Zarządu PZWLP, Prezes LeasePlan Polska.

- Obawiam się tego, że staniemy się złomowiskiem Europy. Jesteśmy, obok Bułgarii, jednym z dwóch krajów w Unii Europejskiej, które akceptują import samochodów po całkowitych szkodach z USA. Od rządzących oczekiwałbym większego skupienia na przedsiębiorcach. Firmy są jedynym motorem napędowym rynku nowych samochodów w Polsce – stwierdził przedstawiciel PZWLP.

Aleksander Rzepecki z Mercedes-Benz Polska dodał, że na świecie dostępnych jest wiele sprawdzonych rozwiązań, które z niezrozumiałych względów nie są implementowane w Polsce. Elektromobilność stawia i będzie stawiać poważne wyzwania nawet przed takimi krajami, jak Norwegia czy Holandia.

- Rozwój elektromobilności to proces, który musi dojrzeć. Dzisiaj nie można w sposób jednoznaczny stwierdzić, czy ten sektor rozwija się powoli z uwagi na niższe od oczekiwanego zaangażowanie koncernów motoryzacyjnych czy też zachowanie konsumentów – powiedział Aleksander Rzepecki.

- To, jaki zasięg na jednym ładowaniu ma dany model elektryczny, nie będzie miało wkrótce aż tak dużego znaczenia. Musimy być przygotowani na motoryzację przyszłości, której istotnym elementem staną się nie tylko samochody elektryczne, ale również nowe usługi. Należy mieć na uwadze, że młodzi klienci nie szukają już pojazdu na własność tylko mobilności – uznał Kazimierz Rajczyk, Dyrektor Zarządzający Sektorem Energetycznym w ING Banku Śląskim.

- Pomimo, że rynek rozwija się powoli, elektromobilność bez wątpienia jest przyszłością. Widzę dwie grupy, do których trzeba teraz dotrzeć: firmy i klienci indywidualni. Użytkownicy boją się jeździć elektrykami i trzeba ich przekonać do zalet samochodów elektrycznych – zaapelował Michał Kucharski, Prezes Zarządu, Plus Flota.

Krzysztof Kowalczyk, Doradca Zarządu ds. Nowego Biznesu w Grupie LOTOS podsumował dyskusję stwierdzając, że należy pogodzić rządowe ambicje z rynkiem, min. promując innowacyjne firmy.

- LOTOS w dalszym ciągu zamierza dywersyfikować swoją ofertę, której ważną częścią stanie się elektromobilność - zapewnił Kowalczyk.

Czy ładowanie to wyzwanie?

II panel w ramach konferencji zdominował temat infrastruktury ładowania.

- Ucieszyłem się z wejścia w życie ustawy o elektromobilności i paliwach alternatywnych, gdyż zdefiniowała ona podstawowe pojęcia i spełniła ważną rolę w zakresie edukacji i promocji pojazdów elektrycznych. W praktyce jednak regulacja doprowadziła do zablokowania niektórych inwestycji w infrastrukturę - powiedział Krzysztof Zamożny, Lead of Sales eMobility w Garo Polska.

Rafał Czyżewski, Prezes Zarządu GreenWay Polska potwierdził:

- Ustawa uruchomiła dyskusję i przyczyniła się do zwiększenia liczby osób zainteresowanych samochodami elektrycznymi. Wprowadziła jednak zbyt wiele definicji, które nie zostały oparte na praktycznych doświadczeniach. To przykład przeregulowania, chęci unormowania tego, co powinien tworzyć rynek. Ustawa powinna także uwzględnić bardziej rozbudowane wsparcie dla nabywców samochodów elektrycznych oraz zmiany opłat dystrybucyjnych energii elektrycznej, bez których operatorzy nie będą w stanie wystarczająco szybko rozbudować infrastruktury. Dobrym znakiem jest planowana nowelizacja ustawy, która pozwala sądzić, że rząd dostrzega problem. Ale i ona nie rozwiąże wszystkich problemów.

- Ustawa zainicjowała dyskusję, jednak w praktyce nie przyczyni się do rozwoju elektromobilności. Przewiduje zbyt słabe wsparcie dla nabywców samochodów elektrycznych - powiedział Piotr Michalczyk, Partner w PwC. Odnosił się również do kwestii wsparcia elektromobilności przez deweloperów. - Nie czują presji, żeby przystosowywać budynki do instalacji stacji ładowania. Zbyt słabo interesują się tą kwestią. Stacje w budynkach wielopoziomowych powinny być ogólnie dostępne, żeby się amortyzowały. Mamy problem z edukacją rynku, która jest podstawą - powiedział Michalczyk.

Kazimierz Monkiewicz, Manager ds. CSV w Echo Investment nie podzielił tej opinii.

- W zakresie rynku nieruchomości musimy zastanawiać się, jakie budynki oddamy klientom za kilka lat. W odniesieniu do planowanych budynków, już dzisiaj staramy się zapewnić możliwości zainstalowania infrastruktury do ładowania samochodów elektrycznych - powiedział.

Kilka wskazówek dla polskiego rynku mieli także zagraniczni goście konferencji.

- Jeżeli chcecie dobry przykład rozwoju rynku samochodów elektrycznych, spójrzcie na Norwegię. Nie ma tam systemu dopłat bezpośrednich, lecz funkcjonują rozbudowane ulgi. To nie są pieniądze, które rząd rozdaje, lecz pieniądze, których rząd nie odbiera. Jeżeli różnica w cenie pomiędzy samochodem elektrycznym a spalinowym będzie zbyt duża, nikt nie kupi EV, a jeżeli okaże się nieznaczna, klient wybierze samochód elektryczny – powiedział Bjorn Utgard, Director of New Markets w EV BOX.

Lasse Anbuhl, Market Development w Hubject dodał:

- W Niemczech sprzedaż EV wynosi 2 proc., to ciągle stosunkowo mało, jednak szybko rośnie. Subsidia obejmują zarówno samochody elektryczne, jak i infrastrukturę. W przeciwieństwie do Polski, wprowadzono system dopłat. Jednak mimo to, sprzedaż EV nie jest wysoka z powodu na ciągle wysokie ceny. Przeszkodą są również obawy o dostępność infrastruktury. Zdecydowana większość osób, bo aż 80 proc., ładuje swoje EV w domach. Aby zachęcić klientów do samochodów elektrycznych, konieczna jest współpraca między podmiotami odpowiedzialnymi za rozwój infrastruktury i to na poziomie międzynarodowym.

Transport, spedycja, logistyka

O rozwoju elektromobilności i gazomobilności w sektorze TSL rozmawiali uczestnicy III panelu.

- Idziemy w stronę konkretnych rozwiązań ekologicznych. Coraz więcej świadomych klientów wymusza bowiem na firmach transportowych przejście na niską emisję. Przedsiębiorcy powinni dostosowywać się do tego oczekiwania, ale wykonując szereg małych ruchów. Dzisiaj stosujemy rozwiązania CNG i LNG, bo największym problem przedsiębiorców z naszej branży jest brak odpowiednich, praktycznych samochodów elektrycznych na rynku – powiedział Marcin Blauth, Prezes Zarządu No Limit, lidera niskoemisyjnego transportu w Polsce.

Jacek Nowakowski, Gas Business Development Manager w Iveco Poland, stwierdził:

- Polscy przedsiębiorcy dysponują najnowocześniejszą flotą pojazdów użytkowych w Europie. Rozwiązania im dedykowane muszą być zarówno ekologiczne, jak i ekonomicznie opłacalne. Zgadzam się z tezą, że stosowanie niskoemisyjnego transportu wymusi rynek. Oprócz elektromobilności niezwykle ważny jest rozwój gazomobilności. Pojazdy na LNG stanowią doskonałą alternatywę dla Diesli.

- Największy potencjał samochodów elektrycznych leży w logistyce miejskiej. Unia Europejska zaostrza normy emisji spalin. Zgadzamy się, że na rynku nie ma zbyt wielu zeroemisyjnych pojazdów dostawczych, ale koncerny mają plany wprowadzania kolejnych modeli na rynek. Na prawdziwe przyspieszenie elektromobilności w tym

obszarze trzeba jednak poczekać jeszcze kilka lat – powiedział Ivan Kondratenko, Consulting Analyst, Mobility Practice we Frost & Sullivan.

Wiktor Zaremba, Sustainability Developer w IKEA Distribution Services:

- Miasta zaczynają się zamykać na Diesle. Zmiany w tym zakresie mogą nastąpić z dnia na dzień. Postawienie na transport niskoemisyjny to nie tylko troska o ekologiczność, ale także o przyszłość firmy. Przedsiębiorstwo, które nie stawia na samochody elektryczne, może znaleźć się w trudnej sytuacji biznesowej.

Wdrożyć elektromobilność w segmencie, w którym jest największe na nią zapotrzebowanie, czyli krótkodystansowym transporcie miejskim, postanowił m.in. Mercedes.

- Wymóg zakupu samochodów elektrycznych wymusza np. strefy czystego transportu. W niedalekim czasie wprowadzimy na rynek modele eVito i eSprinter, które wpasują się idealnie w ten segment rynku - zapowiedział Paweł Szczygieł, National Key Account Manager w Mercedes-Benz Vans.

- Technologia idzie do przodu. Zasięgi rosną. Samochody elektryczne są dedykowane głównie do jazdy w miastach na krótkich trasach. Nie tylko redukują zanieczyszczenie powietrza, ale również redukują poziom hałasu. W Polsce należy rozkręcić koło elektromobilności i informować firmy na temat zalet EV - podkreślił Frederic Lustig, Prezes Zarządu, Carefleet.

Iwona Bartosik, Corporate Sales Manager oddziału NISSAN SCEE w Polsce podsumowała:

- Konieczne jest edukowanie na temat samochodów elektrycznych. Elektromobilność to nie jest science-fiction, ona rozwija się obecnie. W Polsce musi zmienić się nastawienie do samochodów elektrycznych. Nie możemy bać się elektromobilności, tylko się do niej przekonywać.

Źródło: