Santander Consumer Multirent: Przeszło co piąty Polak nie czuje potrzeby posiadania samochodu na własność

* **Rosnące zainteresowanie alternatywnymi formami mobilności sprawia, że Polacy coraz śmielej rewidują swoje motoryzacyjne przyzwyczajenia – własne auto nie jest już niekwestionowanym symbolem statusu.**
* **Wyniki raportu Santander Consumer Multirent „Auto na pokolenia”** **pokazują zmianę postaw: aż 21 proc. Polaków deklaruje brak potrzeby kupowania samochodu na własność.**
* **Zmienia się także postrzeganie wartości posiadania samochodu na własność. 57 proc. badanych przyznaje, że ma to dziś mniejsze znaczenie niż kiedyś.**

Wrocław, 7 sierpnia 2025 r. – INFORMACJA PRASOWA

Czy własny samochód wciąż jest dla Polaków symbolem statusu i niezbędnym elementem codzienności? A może coraz więcej z nich zaczyna dostrzegać zalety alternatywnych form mobilności i rezygnuje z potrzeby posiadania pojazdu na własność? Najnowsze badanie Santander Consumer Multirent „Auto na pokolenia” rzuca nowe światło na motoryzacyjne wybory Polaków i pokazuje, jak zmieniają się ich przyzwyczajenia oraz oczekiwania wobec osobistego środka transportu – zarówno w zależności od wieku, miejsca zamieszkania, jak i poziomu dochodów.

W dobie rosnącej urbanizacji, rozwoju transportu publicznego oraz nowych modeli korzystania z pojazdów, jak leasing czy wynajem długoterminowy, tradycyjna potrzeba posiadania własnego auta ulega zmianie.

– *Jak wynika z naszego raportu, co piąty ankietowany (21 proc.) nie widzi potrzeby posiadania samochodu na własność.* *Takiej potrzeby nie ma już 29 proc. czterdziestolatków – najwięcej spośród wszystkich badanych grup wiekowych. Najrzadziej myślą tak seniorzy po sześćdziesiątce (17 proc.) Również płeć ma znaczenie – kobiety częściej niż mężczyźni deklarują, że własny pojazd nie jest im niezbędny. Taką opinię wyraża niemal co czwarta respondentka (24 proc.), podczas gdy wśród mężczyzn tę postawę ma 19 proc. Największy odsetek osób mieszka w dużych miastach, gdzie jednocześnie infrastruktura transportu miejskiego jest najlepiej rozwinięta. Blisko co czwarty mieszkaniec dużych ośrodków miejskich (24 proc.) nie widzi konieczności posiadania własnego auta. Może to oznaczać, że Polacy otwierają się na alternatywne formy mobilności* – mówi **Mateusz Włoch, Kierownik Zespołu Analiz i Raportowania z Santander Consumer Multirent.**

**Własny pojazd mniej istotny niż dawniej**

Sposób, w jaki Polacy postrzegają wartość posiadania samochodu ewoluuje. To, co kiedyś było symbolem statusu i niezależności, dziś coraz częściej zastępują elastyczne rozwiązania, które są lepiej dostosowane do współczesnego stylu życia. Coraz więcej osób nie postrzega już własności jako priorytetu.Ponad połowa Polaków uważa, że obecnie bycie właścicielem auta nie ma już takiego znaczenia jak w przeszłości. Wyniki badania pokazują, że skala tego zjawiska różni się w zależności od wieku. Najbardziej dostrzegalne jest wśród osób po pięćdziesiątce, z których aż 69 proc. deklaruje przewartościowanie dotychczasowego podejścia. Trzydziestolatkowie są bardziej zachowawczy – tylko 45 proc. z nich zgadza się z tą opinią. Mieszkańcy największych miast jeszcze częściej niż reszta kraju uważają, że auto przestało być symbolem statusu – przekonanych jest o tym 63 proc. respondentów z aglomeracji. W miastach średniej wielkości ten pogląd podziela już tylko co drugi badany (50 proc.). Może to być związane między innymi z mniej rozbudowaną siatką połączeń komunikacji miejskiej czy koniecznością dojazdów do pracy do pobliskich miejscowości. Na zmianę podejścia wpływają także zarobki – wśród osób z dochodem między 6 a 7 tys. zł miesięcznie aż 72 proc. przyznaje, że posiadanie auta nie jest już priorytetem.

*–* *Samochód niewątpliwie wciąż zapewnia nam wygodę, poczucie komfortu i niezależność – to się nie zmienia. Natomiast, nasze badania wyraźnie pokazują, że podejście do samego faktu posiadania auta ewoluuje. Coraz więcej osób dostrzega korzyści z wynajmu lub leasingu – elastyczność oraz brak konieczności ponoszenia dużych, jednorazowych nakładów sprawiają, że są to rozwiązania atrakcyjne zarówno dla osób prywatnych, jak i firm. Gdy myślimy jednak o wygodzie i bezpieczeństwie, te właśnie formy użytkowania auta umożliwiają korzystanie z nowoczesnych, dobrze wyposażonych samochodów, dopasowanych do aktualnych potrzeb. Właśnie dlatego w Santander Consumer Multirent mamy szeroką ofertę nie tylko różnorodnych pojazdów, ale także usług dodatkowych takich jak ubezpieczenie, serwis, naprawy, assistance 24/7 czy karty paliwowe –* mówi **Mateusz Włoch z Santander Consumer Multirent.**

*Badanie zostało zrealizowane na zlecenie Santander Consumer Multirent metodą telefonicznych, standaryzowanych wywiadów kwestionariuszowych wspomaganych komputerowo (CATI), przeprowadzonych przez Instytut Badań Rynkowych i Społecznych (IBRiS) w dniach 2-7 czerwca 2025 r. W badaniu wzięła udział reprezentatywna grupa dorosłych Polaków. Próba n = 1000.*

---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Santander Consumer Multirent** jest częścią hiszpańskiej Grupy Santander. Na polskim rynku działa od 2007 roku. Firma specjalizuje się w leasingu operacyjnym pojazdów osobowych i dostawczych do 3,5 t. Podstawowym założeniem produktów leasingowych Santander Consumer Multirent jest dostępność dla małych, średnich jak i mikroprzedsiębiorstw, a także dla dużych klientów korporacyjnych, ale firma oferuje również pożyczki samochodowe dla klientów indywidualnych. Santander Consumer Multirent współpracuje z importerami takich marek samochodowych jak Ford, Mitsubishi, Suzuki, a także z markami motocyklowymi: Yamaha, Suzuki, KTM, Triumph. Produkty leasingowe są dystrybuowane poprzez sieć dealerów samochodowych wszystkich marek, które współpracują z Santander Consumer Multirent, a także poprzez partnerów i pośredników oraz Doradców Mobilnych Santander Consumer Banku.

**Dodatkowych informacji udziela:**

Magdalena Grzelak

[magdalena.grzelak@santanderconsumer.pl](mailto:magdalena.grzelak@santanderconsumer.pl)

tel. +48 601 161 442