PUBLIKACJE / RAPORT

E-COMMERCE 2026: STAN RYNKU I KIERUNKI WZROSTU

Europa i Polska w danych

AUTOR

Tomasz Załucki

DATA PUBLIKACJI

16 listopada 2026 r.

CZAS CZYTANIA

11 min

STRESZCZENIE

Raport zestawia dane o wartości europejskiego rynku e-commerce B2C, tempie wzrostu w poszczególnych regionach oraz odsetku kupujących online w krajach Unii Europejskiej, ze szczególnym uwzględnieniem Polski. Opisuje także dwie zmiany regulacyjne istotne dla sprzedawców: cło od przesyłek o niskiej wartości i wymagania dostępności.

Słowa kluczowe: e-commerce, handel elektroniczny, rynek europejski, Polska, Eurostat

1. NAJWAŻNIEJSZE USTALENIA

Europejski rynek e-commerce B2C osiągnął w 2025 r. wartość 911 mld euro, o 7% więcej niż rok wcześniej. Prognoza na 2026 r. to 961 mld euro [1].

Najszybciej rosły Europa Wschodnia (14% nominalnie) i Południowa (11%). Po uwzględnieniu inflacji najwyższy realny wzrost miała Europa Południowa [1].

W 2025 r. zakupy przez internet zrobiło 73,56% mieszkańców Unii Europejskiej w wieku 16-74 lata. W Polsce było to 69,73% [2].

W Polsce sprzedaż przez internet stanowi około 9% sprzedaży detalicznej i rośnie szybciej niż handel ogółem [3].

Od 1 lipca 2026 r. przesyłki o niskiej wartości spoza Unii są objęte cłem, a od 28 czerwca 2025 r. sklepy internetowe podlegają wymaganiom dostępności [4].

911 mld €
wartość rynku B2C w Europie w 2025 r.

+7%
wzrost nominalny w 2025 r.

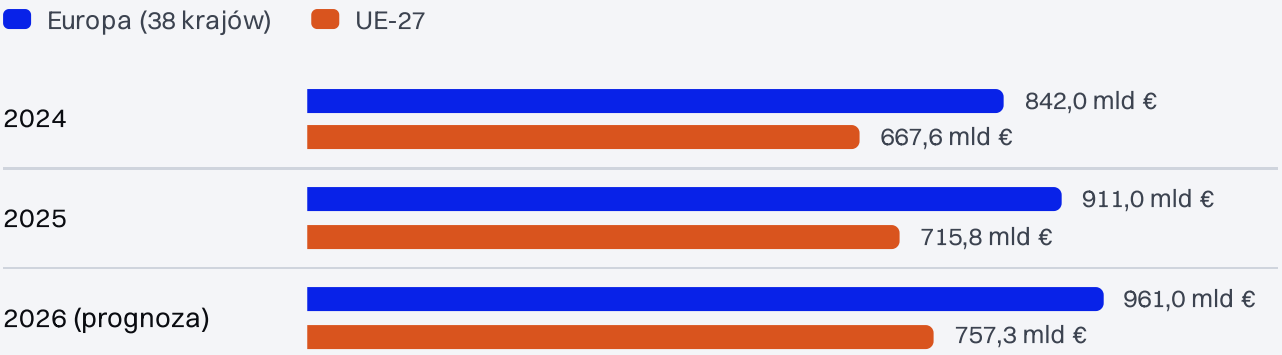
73,56%
mieszkańców UE kupiło online w 2025 r.

69,73%
mieszkańców Polski kupiło online w 2025 r.

2. WARTOŚĆ RYNKU EUROPEJSKIEGO

Najszerszym regularnym zestawieniem jest European E-commerce Report, przygotowywany przez organizacje Ecommerce Europe i EuroCommerce. Edycja z września 2026 r. obejmuje 38 krajów. Według niej obroty e-commerce B2C w Europie wzrosły z 842 mld euro w 2024 r. do 911 mld euro w 2025 r., a w samej Unii Europejskiej z 667,6 mld do 715,8 mld euro [1].

Wykres 1. Obroty e-commerce B2C w latach 2024-2026 (mld euro; 2026 r. prognoza)



ROK	EUROPA (38 KRAJÓW)	UE-27
2024	842,0 mld €	667,6 mld €
2025	911,0 mld €	715,8 mld €
2026 (prognoza)	961,0 mld €	757,3 mld €

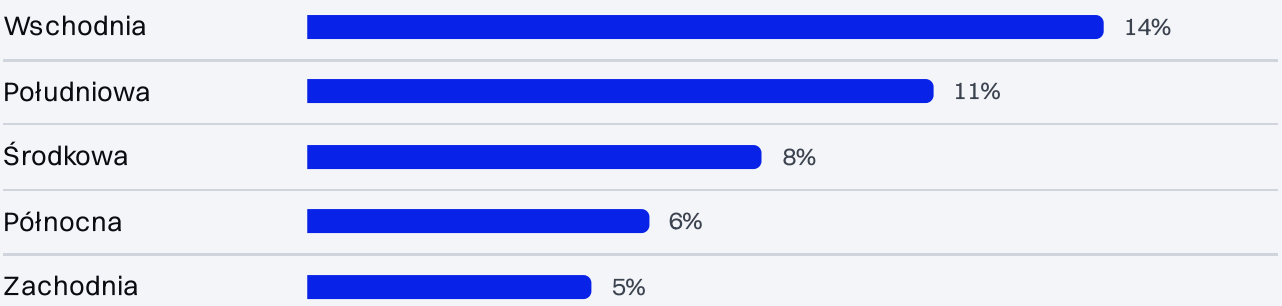
Źródło: European E-commerce Report 2026

Część wzrostu wynika ze wzrostu cen. Po uwzględnieniu inflacji europejski rynek urósł w 2025 r. o 4%, a prognoza na 2026 r. zakłada realny wzrost o 3%[1]. Rynek rośnie więc stabilnie, w realnym tempie kilku procent rocznie.

3. REGIONY WZROSTU

Średnia europejska ukrywa duże różnice między regionami. Europa Zachodnia odpowiada za 57% obrotów (523,1 mld euro), ale rosła najwolniej. Najwyższą dynamikę nominalną miały Europa Wschodnia i Południowa[1].

Wykres 2. Nominalny wzrost obrotów e-commerce B2C w 2025 r. według regionów Europy



REGION	WARTOŚĆ
Wschodnia	14%
Południowa	11%
Środkowa	8%
Północna	6%
Zachodnia	5%

Źródło: European E-commerce Report 2026

Dynamikę nominalną trzeba czytać razem z inflacją. W Europie Wschodniej inflacja wyniosła 8,4%, więc realny wzrost to około 5%, tyle samo co w Europie Środkowej. Najwyższy realny wzrost, 8%, odnotowała Europa Południowa. Na 2026 r. raport prognozuje dodatni realny wzrost we wszystkich regionach z wyjątkiem Europy Wschodniej, gdzie spodziewany jest spadek o 1% [1].

Tabela 1. Regiony Europy w 2025 r.

REGION	WZROST NOMINALNY	WZROST REALNY	KUPUJĄCY ONLINE
Zachodnia	5%	brak danych	84%
Północna	6%	brak danych	85%
Środkowa	8%	5%	74%
Południowa	11%	8%	63%
Wschodnia	14%	5%	60%

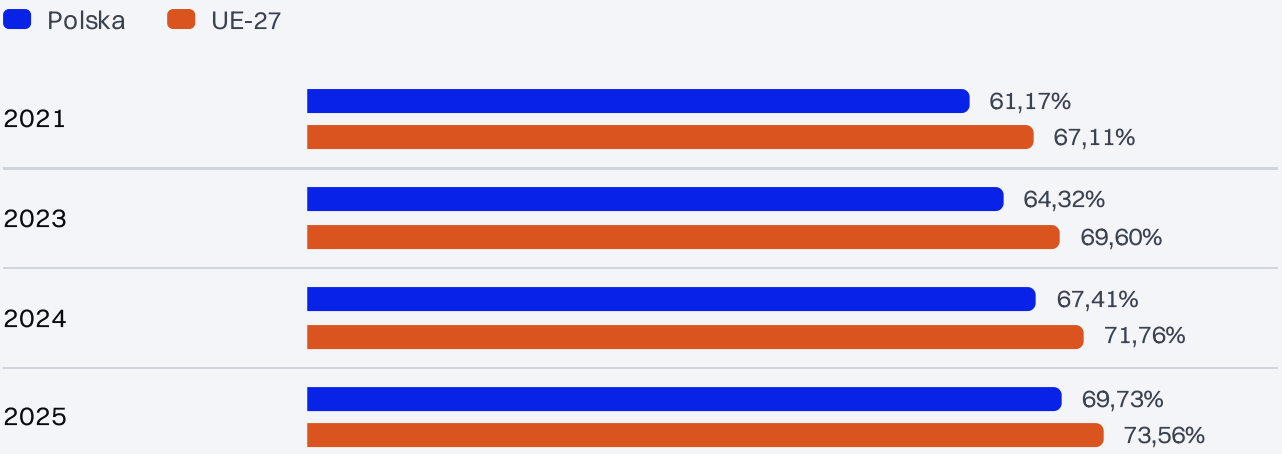
Źródło: European E-commerce Report 2026. Odsetek kupujących online dotyczy osób w wieku 16-74 lata. „Brak danych" oznacza, że wartość nie została podana w dostępnym omówieniu raportu.

Zestawienie pokazuje dwa rodzaje potencjału. Na południu i wschodzie Europy kupuje online około 60% mieszkańców, więc rynek rośnie przez przybywanie nowych kupujących. Na zachodzie i północy odsetek przekracza 84% i wzrost zależy od wartości koszyka oraz częstotliwości zakupów.

4. KUPUJĄCY ONLINE

Eurostat mierzy odsetek osób w wieku 16-74 lata, które w ciągu ostatnich 12 miesięcy kupiły lub zamówiły przez internet towary lub usługi. W Unii Europejskiej wskaźnik ten wzrósł z 67,11% w 2021 r. do 73,56% w 2025 r. W Polsce w tym samym okresie z 61,17% do 69,73% [2].

Wykres 3. Osoby kupujące przez internet w latach 2021-2025 (odsetek osób w wieku 16-74 lata)

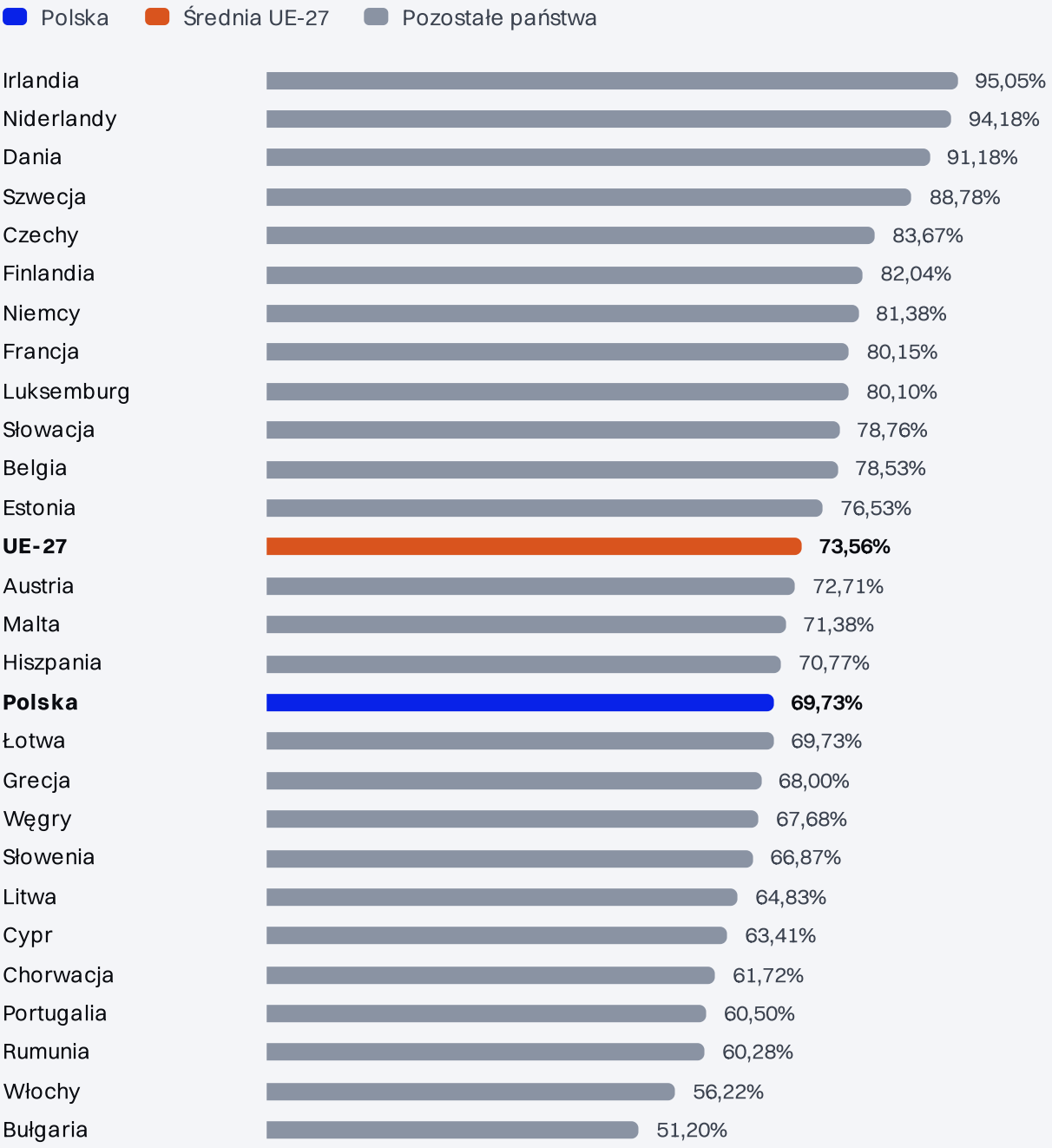


ROK	POLSKA	UE-27
2021	61,17%	67,11%
2023	64,32%	69,60%
2024	67,41%	71,76%
2025	69,73%	73,56%

Źródło: Eurostat, zbiór danych isoc_ec_ib20

Polska nadrabia dystans. W 2021 r. różnica względem średniej unijnej wynosiła 5,94 punktu procentowego, a w 2025 r. już 3,83 punktu. W zestawieniu 27 państw Polska zajmuje 16. miejsce, na równi z Łotwą [2].

Wykres 4. Osoby kupujące przez internet w 2025 r. według państw (odsetek osób w wieku 16-74 lata)



PAŃSTWO	POLSKA	ŚREDNIA UE-27	POZOSTAŁE PAŃSTWA
Irlandia			95,05%
Niderlandy			94,18%
Dania			91,18%
Szwecja			88,78%
Czechy			83,67%
Finlandia			82,04%
Niemcy			81,38%
Francja			80,15%
Luksemburg			80,10%
Słowacja			78,76%
Belgia			78,53%
Estonia			76,53%
UE-27		73,56%	
Austria			72,71%
Malta			71,38%
Hiszpania			70,77%
Polska	69,73%		
Łotwa			69,73%
Grecja			68,00%
Węgry			67,68%
Słowenia			66,87%
Litwa			64,83%

PAŃSTWO	POLSKA	ŚREDNIA UE-27	POZOSTAŁE PAŃSTWA
Cypr			63,41%
Chorwacja			61,72%
Portugalia			60,50%
Rumunia			60,28%
Włochy			56,22%
Bułgaria			51,20%

Źródło: Eurostat, zbiór danych isoc_ec_ib20

5. POLSKA

5.1. Udział internetu w sprzedaży detalicznej

Główny Urząd Statystyczny podaje co miesiąc udział sprzedaży przez internet w sprzedaży detalicznej w cenach bieżących. W 2026 r. udział ten utrzymuje się w pobliżu 9% i w każdym z przytoczonych miesięcy był wyższy niż rok wcześniej[3].

Tabela 2. Sprzedaż detaliczna przez internet w Polsce w wybranych miesiącach 2026 r.

MIESIĄC	UDZIAŁ W SPRZEDAŻY DETALICZNEJ	UDZIAŁ ROK WCZEŚNIEJ	ZMIANA WARTOŚCI ROK DO ROKU
Luty 2026	9,3%	9,0%	+8,7%
Czerwiec 2026	9,1%	8,7%	+12,3%
Lipiec 2026	8,9%	8,6%	+9,0%

Źródło: komunikaty GUS o dynamice sprzedaży detalicznej[3].

Wskaźnik GUS obejmuje przedsiębiorstwa handlowe zatrudniające powyżej 9 osób, więc nie uwzględnia najmniejszych sklepów ani zakupów na zagranicznych platformach. Z tego powodu szacunki łącznej wartości polskiego rynku e-commerce publikowane przez różne instytucje znacznie się od siebie różnią i nie są ze sobą porównywalne. W raporcie celowo nie podaję jednej wartości rynku w złotych.

5.2. Rola platform sprzedażowych

Wśród polskich przedsiębiorstw prowadzących sprzedaż internetową 64% sprzedaje za pośrednictwem platform sprzedażowych. To trzeci najwyższy wynik w Unii Europejskiej, po Litwie (87%) i Włoszech (65%) [1]. Dla porównania w Estonii jest to 17%, a przeważa tam sprzedaż przez własne strony i aplikacje. Polski handel internetowy jest więc w dużym stopniu zależny od warunków ustalanych przez operatorów platform.

6. OTOCZENIE REGULACYJNE

6.1. Cło od przesyłek o niskiej wartości

Do połowy 2026 r. towary o wartości do 150 euro sprowadzane spoza Unii były zwolnione z cła. Rada Unii Europejskiej uzgodniła w grudniu 2025 r., że od 1 lipca 2026 r. takie przesyłki są objęte stałą stawką celną w wysokości 3 euro. Rozwiązanie ma charakter przejściowy i obowiązuje do czasu wejścia w życie docelowych przepisów reformy celnej [4]. Zmiana zmniejsza przewagę cenową sprzedawców spoza Unii w najtańszym segmencie rynku.

6.2. Wymagania dostępności

Od 28 czerwca 2025 r. usługi handlu elektronicznego podlegają wymaganiom dostępności wynikającym z Europejskiego Aktu o Dostępności i polskiej ustawy z 26 kwietnia 2024 r. Wyłączeni są mikroprzedsiębiorcy świadczący usługi [5]. Zagadnienie to omawiam szerzej w artykule Ocena zgodności usług cyfrowych z Europejskim Aktem o Dostępności.

7. WNIOSKI

Rynek rośnie realnie o 3-4% rocznie. Takie tempo warto przyjmować w planach sprzedażowych jako punkt odniesienia dla całego rynku.

Potencjał przyrostu kupujących jest na południu i wschodzie Europy. Tam odsetek kupujących online wynosi około 60%, wobec ponad 84% na zachodzie i północy.

Polska zbliża się do średniej unijnej. Odsetek kupujących rośnie szybciej niż w Unii, a udział internetu w sprzedaży detalicznej zwiększa się z roku na rok.

Zależność od platform jest w Polsce wysoka. Własny kanał sprzedaży ogranicza ryzyko związane ze zmianą warunków przez operatora platformy.

Regulacje zmieniają warunki konkurencji. Cło od małych przesyłek poprawia pozycję sprzedawców z Unii, a wymagania dostępności stają się standardem, który trzeba uwzględnić w budżecie sklepu.

8. METODYKA I OGRANICZENIA

Raport jest opracowaniem danych wtórnych. Dane o odsetku kupujących online pobrano bezpośrednio ze zbioru Eurostatu isoc_ec_ib20, zaktualizowanego 17 kwietnia 2026 r. Wartości punktów procentowych i pozycję w zestawieniu obliczył autor.

Dane o obrotach i regionach pochodzą z raportu European E-commerce Report 2026 i zostały przytoczone za jego omówieniem opublikowanym przez szwajcarskie stowarzyszenie handlu, a nie bezpośrednio z pełnego tekstu raportu. Autorzy raportu zastrzegają, że poszczególne kraje stosują własne metodyki, a zakres usług wliczanych do obrotów jest różny, więc porównania między krajami należy traktować ostrożnie[1]. Wartości za 2026 r. są prognozami.

Dane GUS przytoczono za komunikatami miesięcznymi i ich omówieniami prasowymi. Dotyczą one wybranych miesięcy i nie stanowią średniej rocznej.

PRZYPISY

Ecommerce Europe, EuroCommerce, European E-commerce Report 2026, wrzesień 2026 r.; dane przytoczone za omówieniem: HANDELSVERBAND.swiss, European E-commerce Report 2026, 22 września 2026 r.

Eurostat, Internet purchases by individuals (2020 onwards), zbiór danych isoc_ec_ib20, wskaźnik I_BLT12, odsetek osób ogółem, aktualizacja 17 kwietnia 2026 r.

Główny Urząd Statystyczny, komunikaty „Dynamika sprzedaży detalicznej" za luty, czerwiec i lipiec 2026 r.

Rada Unii Europejskiej, Customs: Council agrees to levy customs duty on small parcels as of 1 July 2026, komunikat prasowy z 12 grudnia 2025 r.

Ustawa z 26 kwietnia 2024 r. o zapewnianiu spełniania wymagań dostępności niektórych produktów i usług przez podmioty gospodarcze, Dz.U. 2024 poz. 731, art. 3 i art. 4 pkt 1.

BIBLIOGRAFIA

Eurostat, Internet purchases by individuals (2020 onwards), zbiór danych isoc_ec_ib20. ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_ec_ib20

Główny Urząd Statystyczny, Handel, komunikaty o dynamice sprzedaży detalicznej. stat.gov.pl/obszary-tematyczne/ceny-handel/handel

HANDELSVERBAND.swiss, European E-commerce Report 2026, 2026. handelsverband.swiss

Rada Unii Europejskiej, Customs: Council agrees to levy customs duty on small parcels as of 1 July 2026, 2025. consilium.europa.eu

Ustawa z 26 kwietnia 2024 r. o zapewnianiu spełniania wymagań dostępności niektórych produktów i usług przez podmioty gospodarcze, Dz.U. 2024 poz. 731. eli.gov.pl/eli/DU/2024/731/ogl

SŁOWNIK

B2C

Sprzedaż prowadzona przez firmę bezpośrednio konsumentom. Skrót od angielskiego business to consumer.

UE-27

Unia Europejska w obecnym składzie 27 państw członkowskich.

Wzrost nominalny i realny

Wzrost nominalny liczony jest w cenach bieżących. Wzrost realny to wzrost po odjęciu wpływu inflacji, czyli zmiany cen.

Punkt procentowy (p.p.)

Jednostka różnicy między dwiema wartościami wyrażonymi w procentach. Wzrost z 5% do 8% to wzrost o 3 punkty procentowe.

Platforma sprzedażowa

Serwis internetowy, w którym wielu sprzedawców oferuje towary w jednym miejscu. Po angielsku marketplace.

Eurostat

Urząd statystyczny Unii Europejskiej. Publikuje porównywalne dane dla wszystkich państw członkowskich.

GUS

Główny Urząd Statystyczny, polski urząd statystyki publicznej.

EAA

Europejski Akt o Dostępności, czyli dyrektywa (UE) 2019/882 w sprawie wymogów dostępności produktów i usług. Skrót od European Accessibility Act. W Polsce wdrożona ustawą z 26 kwietnia 2024 r.

Mikroprzedsiębiorca

W rozumieniu przepisów o dostępności: przedsiębiorca zatrudniający mniej niż 10 osób, którego roczny obrót lub suma bilansowa nie przekracza 2 mln euro.

JAK CYTOWAĆ

Załucki T., *E-commerce 2026: stan rynku i kierunki wzrostu. Europa i Polska w danych*, 2026, dostęp online.

Tekst ma charakter przeglądowy i informacyjny. Nie stanowi porady prawnej. Stan prawny i stan badań na dzień publikacji.