

AUTOMÓVEIS PARA EXECUTIVOS



APOIOS:



CUPRA



SKODA



VOLVO



ENQUADRAMENTO

EXCELÊNCIA E SOFISTICAÇÃO

COM A CRESCENTE PROCURA POR SOLUÇÕES ECOLÓGICAS, MUITAS MARCAS DE AUTOMÓVEIS APOSTAM EM MODELOS HÍBRIDOS E TOTALMENTE ELÉCTRICOS, QUE COMBINAM ELEGÂNCIA, DESEMPENHO E RESPONSABILIDADE AMBIENTAL

No mundo corporativo, a escolha do automóvel ideal vai além do simples meio de transporte; reflete a imagem e o estilo de vida de quem o conduz. O modelo torna-se um símbolo de status, confiança e oferece um equilíbrio perfeito entre sofisticação, conforto e inovação tecnológica. Neste contexto, os automóveis para executivos têm características específicas que os tornam únicos no mercado.

Além do conforto, a tecnologia é outro factor importante. Sistemas de “infotainment” avançados, como ecrãs sensíveis ao toque, conectividade com smartphones ou assistentes de voz permitem que o executivo se mantenha sempre conectado, seja para resolver questões profissionais ou para aproveitar o tempo livre a bordo. No campo da segurança, as marcas de prestígio garantem uma direcção mais segura.

Outro ponto fundamental é o desempenho. Um executivo necessita de um veículo que não seja apenas



confortável, mas também rápido e potente, capaz de entregar respostas ágeis quando necessário, sem abrir mão da suavidade. Além disso, a opção por motorização híbrida ou eléctrica tem-se tornado cada vez mais popular entre executivos que procuram reduzir a pegada de carbono sem abrir mão da performance e da elegância, com

design arrojado, linhas elegantes e materiais premium, como madeira, alumínio e acabamentos em couro de alta qualidade.

Além disso, a personalização dos veículos também é uma tendência crescente, permitindo que os executivos escolham detalhes específicos, como acabamentos internos, cores e tecnologias adi-



DECISÃO

A ESCOLHA DE UM AUTOMÓVEL PARA EXECUTIVOS NÃO SE RESUME A UM SIMPLES MEIO DE TRANSPORTE; É UMA DECISÃO ESTRATÉGICA QUE ENVOLVE CONFORTO, DESEMPENHO, IMAGEM PROFISSIONAL E TAMBÉM PREOCCUPAÇÕES COM A SUSTENTABILIDADE



cionais. A exclusividade do carro também desempenha um papel importante, com edições limitadas que tornam o automóvel uma verdadeira obra de arte sobre rodas.

SUSTENTABILIDADE

Com a crescente procura por soluções ecológicas, muitas marcas de automóveis apostam em modelos

híbridos e totalmente eléctricos, que combinam elegância, desempenho e responsabilidade ambiental. Além disso, a inovação está no cerne de muitas dessas escolhas. Assim, a escolha de um automóvel para executivos não se resume a um simples meio de transporte; é uma decisão estratégica que envolve conforto, desempenho,

» O automóvel ideal para um executivo é aquele que reflecte o seu estilo de vida e as suas aspirações

imagem profissional e também preocupações com a sustentabilidade. No final, o automóvel ideal para um executivo é aquele que reflecte o seu estilo de vida e as suas aspirações, ao mesmo tempo em que oferece a confiança necessária para encarar os desafios diários com excelência e sofisticação. ●



AUDI

PERFEIÇÃO E RIGOR

A AUDI APRESENTA UMA OFERTA QUE VISA ATENDER ÀS NECESSIDADES ESPECÍFICAS DAS EMPRESAS, COMBINANDO INOVAÇÃO, EFICIÊNCIA E DIFERENTES SOLUÇÕES DE MOBILIDADE



Uma marca automóvel forte, como parceira, é meio caminho para as empresas superarem os desafios da mobilidade e a Audi posiciona-se no mercado como uma marca de mobilidade premium, oferecendo aos seus clientes produtos de alta qualidade, sustentáveis e com design inovador, que respondem às

necessidades do mundo corporativo moderno. A ampla oferta de produto está presente desde o segmento dos pequenos citadinos até ao segmento de luxo, tendo renovado a sua oferta de mobilidade para empresas, ajustando-se às novas exigências, com soluções que contemplam veículos 100% eléctricos,

a combustão e, em breve, híbridos plug-in (previsto para o Audi A5).

O perfil deste segmento de clientes é bastante amplo: dos executivos de grandes empresas nacionais e multinacionais, passando por empresários já com o seu próprio negócio que ganhou dimensão relevante, até quadros



GRUPO

O GRUPO AUDI É UM DOS FABRICANTES DE AUTOMÓVEIS E DE MOTOS DE MAIOR SUCESSO NOS SEGMENTOS PREMIUM E DE LUXO. COM AS SUAS MARCAS AUDI, BENTLEY, LAMBORGHINI, E DUCATI PRODUZEM EM 21 UNIDADES DISTRIBUÍDAS POR DOZE PAÍSES. A AUDI E OS SEUS PARCEIROS ESTÃO PRESENTES EM MAIS DE 100 MERCADOS EM TODO O MUNDO



» O Audi Q6 SUV e-tron é o primeiro modelo de produção com base na Premium Platform Electric (PPE) e é a nova referência da Vanguarda da Técnica

de topo de Instituições públicas ou privadas. Em comum, este segmento de clientes necessita de um automóvel para as suas necessidades regulares de mobilidade, valorizando assim viaturas muito confortáveis, com uma imagem diferenciada e com um nível de qualidade acima da média.

O design e o conforto são, na visão da Audi, dois dos quatro factores distintivos no segmento executivo. Além disso, não existe uma tecnologia específica preferida neste segmento de mercado dado que as necessidades variam muito consoante o tipo de utilização que é feito pelo cliente executivo. Existem clientes que fazem longas distâncias diariamente e outros que usam mais a viatura em percursos urbanos e, naturalmente, este factor é decisivo no tipo de tecnologia que preferem. Há, contudo, uma clara tendência de mercado para a tecnologia híbrida e, cada vez mais, também para soluções 100% eléctricas.

Em relação à mobilidade de futuro, numa perspectiva de médio e longo prazo, a visão da Audi é claramente a combinação entre viaturas híbridas e eléctricas. Com o passar dos próximos anos e o crescimento das infraestruturas de carregamento, por um lado, e das autonomias nos modelos eléctricos por outro, perspectivam que no final desta década o peso

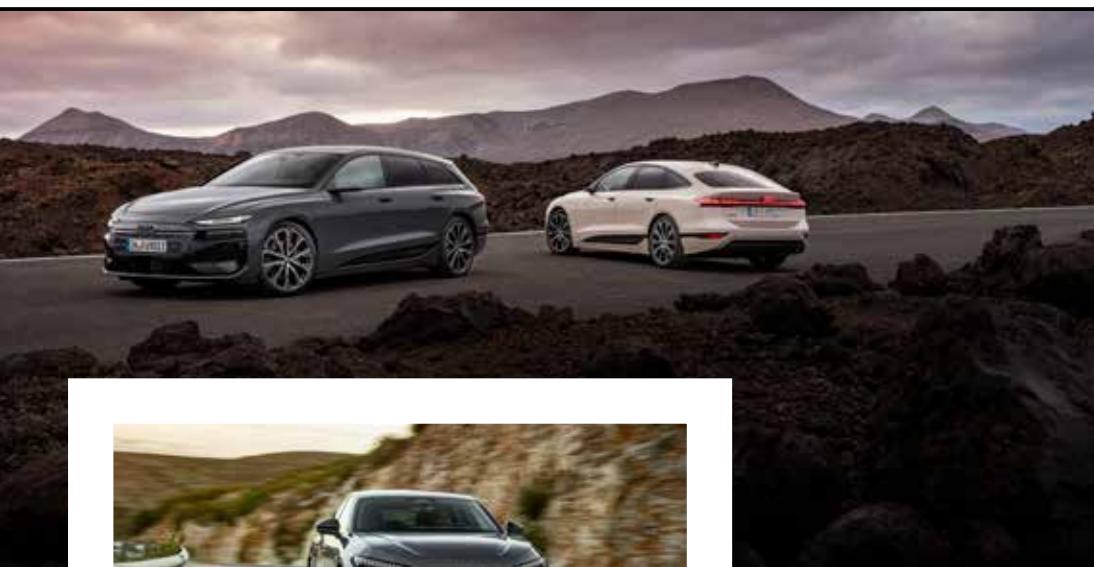
dos eléctricos no segmento dos executivos será extremamente elevado, até pela importância crescente de se comunicar uma imagem de sustentabilidade.

OFERTA

Com a recente renovação da gama de veículos, a Audi apresenta uma oferta que visa atender às necessidades específicas das empresas, combinando inovação, eficiência e diferentes soluções de mobilidade, dos quais se destacam os modelos mais recentes: o Q6 e-tron, o A5 e o A6 e-tron (que será lançado no início do próximo ano).

O Audi Q6 SUV e-tron é o primeiro modelo de produção com base na Premium Platform Electric (PPE) e é a nova referência da Vanguarda da Técnica. O novo modelo não se caracteriza apenas por um impressionante desempenho de condução e carregamento, mas também estabelece padrões em termos de autonomia e eficiência. O exterior é caracterizado por um poderoso design SUV com proporções perfeitas e elementos mais desenvolvidos, típicos dos veículos elétricos da Audi. A nova filosofia de design no interior e as tecnologias pioneiras que fazem a sua estreia no modelo abrem o próximo capítulo da mobilidade elétrica na Audi e fazem da Vanguarda da Técnica uma experiência tangível todos os dias.

Como um SUV totalmente elétrico no segmento médio premium, o Audi Q6 SUV e-tron estabelece novos padrões em termos de performance, autonomia, carregamento, dinâmica de condução e design. Também



» O Audi A6 e-tron escreve um novo capítulo, provando mais uma vez que a Audi sempre combina forma e função numa simbiose perfeita, liderando a evolução do design aerodinâmico e da eficiência na indústria automóvel

de 48 volts, apoia o motor de combustão, reduz as emissões de CO2 e aumenta a performance. O gerador (PTG) permite uma condução parcialmente eléctrica a baixas velocidades, contribuindo para a redução do consumo de combustível. Este modelo terá no próximo ano a motorização “híbrido plug-in”, com autonomia eléctrica de 100km.

A aerodinâmica sempre desempenhou um papel fundamental na longa história de sucesso da Audi. Já em 1967, o NSU Ro 80 apresentava uma carroçaria aerodinâmica em forma de cunha com um valor de Cd de 0,35, que revolucionou o design automóvel. O Audi 100 de terceira geração (C3), lançado no verão de 1983, destacou-se com um valor de Cd de 0,30, algo excepcional para a época. Logo a seguir, o Audi 80 de terceira geração (B3) continuou esta história de sucesso, com um coeficiente de arrasto de 0,29. Agora, o Audi A6 e-tron escreve um novo capítulo, provando mais uma vez que a Audi sempre combina forma e função numa simbiose perfeita. Com uma autonomia de até 756 quilómetros (A6 Sportback e-tron) e mais de 720 quilómetros (A6 Avant e-tron), este modelo lidera a evolução do design aerodinâmico e da eficiência na indústria automóvel. ●



» A nova geração Audi A5 apresenta uma linguagem de design aperfeiçoada, cativando pelas proporções premium. Ambas as carroçarias, Limousine e Avant, incorporam a essência desportiva e a filosofia da marca

a relação entre a longa distância entre eixos e os vãos muito curtos constitui a base para um design SUV marcante e progressivo.

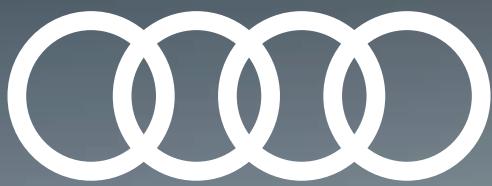
O interior do Q6 SUV e-tron introduz, pela primeira vez, a nova filosofia de design da Audi na produção em série; “Digital Stage”: experienciar a digitalização de uma nova forma com um novo conceito de ecrã e operação e um interior totalmente ligado em rede.

Destaque para o foco na longa autonomia e máxima eficiência: referência no portefólio Audi e no segmento com uma autonomia eléctrica de até 618 km (634 km para a versão de tração traseira); várias medidas e inovações técnicas para cerca de 30% menos consumo de energia em comparação com o actual portefólio Audi BEV. A elevada emotividade em combi-

nação com o ADN Audi, trouxe inovações na suspensão, direcção e carroçaria assegurando a experiência premium típica da Audi.

No mesmo sentido, e lançado 30 anos após o primeiro A4, a nova geração Audi A5 apresenta uma linguagem de design aperfeiçoada, cativando pelas proporções premium. Ambas as carroçarias, Limousine e Avant, incorporam a essência desportiva e a filosofia da marca. A também nova arquitetura interior cria uma generosa sensação de espaço e coloca os ecrãs num autêntico palco digital, melhorando a interacção com o veículo. Motores de combustão eficientes, parcialmente electrificados e modelos S emocionantes completam a gama.

O novo sistema MHEV plus, baseado num sistema elétrico



Um design que faz parar o trânsito.

A5 Novo Audi A5
Com iluminação traseira digital OLED



O Audi A4 evoluiu e deu origem ao **Novo Audi A5**, disponível nas versões Limousine e Avant. Mas o upgrade é maior. O Novo Audi A5 é o primeiro modelo da Marca a utilizar a nova Plataforma Premium para modelos a Combustão (PPC), que permite um melhor desempenho e dinamismo. Por fora, combina elegância com design desportivo, onde se destacam a linha de ombros mais larga e uma presença poderosa. Por dentro, para além do habitáculo mais espaçoso, destaca-se a tecnologia, onde os dois ecrãs virtuais traduzem na perfeição a vanguarda da Audi. Isto é mais do que uma evolução. **Isto é Audi.**

Audi Na vanguarda da técnica

Consumo combinado de combustível em l/100 km: 4,8 a 7,7. Emissões combinadas de CO₂ em g/km: 126 a 175.

ANÍBAL CARVALHO & FILHOS

CONFIANÇA E QUALIDADE

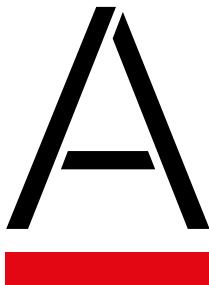
O SERVIÇO DESTACA-SE PELA SIMPLICIDADE, EFICIÊNCIA E FOCO ABSOLUTO NAS
NECESSIDADES DO CLIENTE





ORIGEM

A NOSSA ORIGEM ESTÁ LIGADA À MECÂNICA, COM UMA FORTE DEDICAÇÃO AO CUIDADO COM OS AUTOMÓVEIS E AO ATENDIMENTO PRÓXIMO DOS CLIENTES BMW, QUE FOMOS CONQUISTANDO AO LONGO DOS ANOS



o longo dos últimos 35 anos, a Aníbal Carvalho & Filhos tem acompanhado de perto a evolução tecnológica e as crescentes necessidades dos clientes, com forte apoio da BMW. Em entrevista à Executive Digest a Aníbal Carvalho & Filhos conta a sua história e como se diferenciam do mercado.

Como nasceu a Aníbal Carvalho & Filhos e qual a vossa missão e valores?

O primeiro BMW vendido em Santarém, na década de 60, foi exposto na nossa oficina, quando ainda possuíamos apenas o Após Venda. Mais tarde, conseguimos uma reunião com a Baviera, no Porto, que resultou na obtenção da representação oficial da BMW, iniciada em janeiro de 1989.

A nossa origem está ligada à mecânica, com uma forte dedicação ao cuidado com os automóveis e ao atendimento próximo dos clientes BMW, que fomos conquistando ao longo dos anos. A nossa missão sempre foi e continua a ser tratar cada automóvel e cliente com o máximo de atenção e profissionalismo. Hoje, tal como no passado, trabalhamos todos os dias para garantir a total satisfação dos nossos clientes.

Como se diferenciam da concorrência? Como caracterizam o vosso serviço?

O nosso serviço destaca-se pela simplicidade, eficiência e foco absoluto nas necessidades do cliente. Desde o primeiro contacto, empenhamo-nos em ouvir atentamente e em compreender todos os detalhes do que é pretendido, garantindo uma abordagem directa e sem burocracias.

O objectivo é que cada interacção seja fluida e prática, oferecendo soluções de forma rápida e eficaz, sem demoras desnecessárias.

Ao longo destes anos, como tem sido a inovação e a adaptação às necessidades dos clientes?

Ao longo dos últimos 35 anos, temos acompanhado de perto a evolução tecnológica e as crescentes necessidades dos nossos clientes, com forte apoio

da BMW. A formação contínua da nossa equipa e o investimento em tecnologia de ponta têm sido fundamentais para garantir a excelência dos nossos serviços.

Hoje, dispomos do que há de mais avançado em equipamentos de diagnóstico, essenciais para a precisão no serviço e para o rápido atendimento às necessidades de cada cliente. Além disso, contamos com tecnologias modernas para troca e alinhamento de pneus e

cações de cada viatura. Contamos com um responsável dedicado, com experiência consolidada, que conhece profundamente as necessidades do cliente executivo e do segmento do APV (Após Venda), o que tem sido uma mais-valia na diferenciação da nossa oferta.

Acreditamos que um equipamento bem selecionado faz a diferença, tornando os nossos modelos in-temporais e valorizando-os a longo prazo. Para apoiar a decisão dos

AS MUDANÇAS RÁPIDAS EXIGEM UMA FLEXIBILIDADE CONSIDERÁVEL PARA MANTER O EQUILÍBRIO ENTRE INOVAÇÃO E O SERVIÇO DE ALTA QUALIDADE QUE OS CLIENTES EXECUTIVOS ESPERAM

jantes, e um serviço especializado de colocação de PPF (Paint Protection Film) e tratamentos de cerâmica, altamente procurados para a proteção de veículos, incluindo alguns de coleção.

Com esta abordagem, asseguramos que cada cliente recebe um atendimento atualizado e em sintonia com os melhores padrões de qualidade do setor.

Qual o vosso posicionamento no mercado de automóveis executivos?

O nosso posicionamento no mercado de automóveis executivos é marcado pela atenção aos detalhes e pela selecção cuidadosa das especifi-

cientes, disponibilizamos uma gama de viaturas para test drive, permitindo uma experiência prática e contribuindo para resultados extraordinários na satisfação e confiança dos nossos clientes.

Quando falamos em automóveis executivos, o design e o conforto são os fatores mais distintivos?

Sim, o design e o conforto são factores fundamentais, mas não são os únicos. Nos automóveis executivos, a combinação entre conforto, segurança e uma percepção de luxo elevada é essencial para atender às expectativas deste segmento exigente. Esses



» David Carvalho e Válter Carvalho

elementos proporcionam uma experiência de condução e de viagem que vai além da estética e funcionalidade, transmitindo sofisticação e prestígio.

Além disso, o apoio apó-s-venda é um grande trunfo para manter o nível de qualidade esperado. Um serviço de pós-venda eficiente garante que o cliente continue a ter uma experiência de excelência muito além da compra, reforçando a confiança e a satisfação com a marca ao longo do tempo.

E em relação à tecnologia? O que pretende este tipo de utilizadores?

De forma geral, os clientes deste segmento não procuram uma tecnologia excessiva, mas sim uma experiência que alie praticidade e confiabilidade. O que valorizam

» Nos automóveis executivos, a combinação entre conforto, segurança e uma percepção de luxo elevada é essencial para atender às expectativas deste segmento exigente

é uma viatura Premium que seja fiável, sem problemas recorrentes, e que reduza ao máximo a necessidade de tempo na oficina.

Assim, a nossa resposta a esta expectativa é adaptar-nos para garantir um serviço de qualidade, focado em minimizar manutenções e garantir que a tecnologia implementada nas viaturas contribua para uma experiência premium, prática e sem complicações.

Os modelos elétricos e híbridos estão a ganhar espaço entre o segmento de clientes executivos?

Sim, os modelos elétricos e híbridos têm ganho bastante espaço entre clientes executivos, sobretudo pelas vantagens fiscais que incentivam a sua aquisição e utilização. Essas vantagens são atractivas para

empresas e profissionais, uma vez que incluem benefícios fiscais e redução de impostos sobre veículos mais sustentáveis.

Além disso, o avanço constante da tecnologia tem aumentado a autonomia, desempenho e segurança desses veículos, fatores que são fundamentais para o cliente executivo. Com melhorias significativas em infraestrutura de carregamento e eficiência energética, é evidente que o mercado se direciona cada vez mais para uma transição obrigatória para os modelos elétricos e híbridos.

Consideram que o actual contexto económico veio trazer novos desafios ao segmento do mercado dos automóveis executivos? Quais?

Sim, o actual contexto económico trouxe grandes desafios ao mercado de automóveis executivos. As mudanças rápidas exigem uma flexibilidade considerável para manter o equilíbrio entre inovação e o serviço de alta qualidade que os clientes executivos esperam.

Neste cenário, é crucial contar com equipas preparadas e ágeis, capazes de responder às novas exigências. O cliente executivo, acima de tudo, procura sempre o melhor em termos de qualidade e disponibilidade. Ter uma viatura de substituição e um serviço de assistência irrepreensível são aspetos essenciais para manter a confiança e satisfação nesse segmento de mercado. ●



Aníbal Carvalho & Filhos

Confiança e Qualidade, Sempre ao Seu Lado.

[Saiba mais](#)

Rua do Matadouro Regional 21, 2005-002 Santarém | Para mais informações : 919364148



CUPRA

COMBINAÇÃO PERFEITA

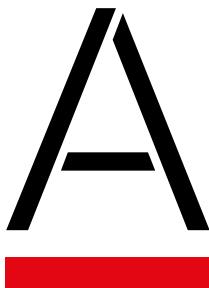
A CUPRA É UMA MARCA COM UM ADN VINCADAMENTE DESPORTIVO, COM FOCO NA PERFORMANCE ELÉCTRICA E UMA FORTE APOSTA NO DESIGN





DISTINÇÃO

EMBORA O DESIGN E O CONFORTO SEJAM, DE FACTO, FACTORES DISTINTIVOS NA ESCOLHA DE UMA AUTOMÓVEL EXECUTIVO, O EXECUTIVO DOS DIAS DE HOJE PROCURA, ACIMA DE TUDO, TECNOLOGIA E CONECTIVIDADE



CUPRA tem a receita perfeita para um automóvel que responde não só a necessidades de trabalho, mas também a um estilo de vida que permite compatibilizar trabalho e vida pessoal. O perfil típico do condutor caracteriza-se por fugir ao estereótipo do homem de fato e gravata. Falamos de executivos e executivas para quem o formalismo não é uma regra - gostam mais de conduzir do que ser conduzidos e para os quais, a performance e o desportivismo dos automóveis que escolhem é uma prioridade. Nesse sentido, podemos destacar os modelos Tavascan e Terramar.

O primeiro, apresentado no Salão Automóvel de Frankfurt em 2019, sob o lema “the brand's dream”, traz ao mercado a visão disruptiva e única de um futuro totalmente eléctrico, assumindo-se como um SUV coupé e que combina desejo com performance instantânea. Este automóvel reflecte o impulso para uma nova e marcante linguagem de design: o design exterior proporciona proporções atléticas e desportivas. A partir da frente, a iluminação LED matrix com a assinatura visual de três triângulos é imediatamente reconhecível. O interior é uma peça de arquitectura graças ao carácter da espinha dorsal central, em conjunto com as finas saídas de ar, quase invisíveis.

Este primeiro SUV coupé puramente eléctrico da marca e o seu segundo modelo totalmente eléctrico depois do Born, apresenta-se disponível com dois níveis de potência: 210 kW (286 cv) e 250 kW (340 cv); a versão de maior potência dispõe de dois motores eléctricos e tracção integral, proporcionando elevada performance com a máxima tracção. Também fornece capacidade suficiente para uma autonomia de cerca de 568 km (versão de 286 cv) graças à bateria de 77 kWh de capacidade útil.

“A viagem da marca para a electrificação é o seu impulso imparável – está no centro de tudo o que fazemos. A CUPRA está a transformar-se para se tornar numa marca totalmente electrificada até 2030. São muitos os automóveis eléctricos puramente

racionais a chegar ao mercado. Não é esse o objectivo da CUPRA”, disse Wayne Griffiths, CEO da CUPRA.

Produzido com base na plataforma MEB do Grupo Volkswagen, integra as mais recentes tecnologias - propulsor, chassis, conectividade, segurança e conforto - num pacote concebido para uma nova geração de condutores. Também a segurança

“O CUPRA Terramar representa a próxima etapa do nosso percurso de crescimento. Este SUV desportivo que vai levar a mentalidade jovem e desafiadora da CUPRA a um público mais amplo, expandindo a marca e atraindo novos clientes que procuram um design de excelência e uma maior performance”, afirmou Wayne Griffiths, CEO da CUPRA.

TAVASCAN, O PRIMEIRO SUV COUPÉ PURAMENTE ELÉCTRICO DA MARCA E O SEU SEGUNDO MODELO TOTALMENTE ELÉCTRICO DEPOIS DO BORN, APRESENTA-SE DISPONÍVEL COM DOIS NÍVEIS DE POTÊNCIA: 210 KW (286 CV) E 250 KW (340 CV)

e o conforto assumem um lugar de destaque com um abrangente conjunto de sistemas avançados de assistência ao condutor.

TERRAMAR

Em 2018 nasceu uma nova marca cheia de ousadia, numa combinação de emoção, design e desportivismo como princípios inabaláveis. Foi o início da história da CUPRA, com a sua apresentação ao mundo no Circuito Terramar em Sitges, perto de Barcelona. A marca sempre apostou em inspirar o mundo a partir desta cidade espanhola, mas com este modelo, que leva no nome “terra” e “mar”, foi além, combinando arquitectura, design e a influência da cultura mediterrânea.

O interior reinterpreta o espírito desportivo com um cockpit pensado para o condutor, realçado pelo design da consola central. Também a digitalização está no foco do condutor. Um HMI (Human-Machine Interface) redesenhado e melhorado foi implementado no cockpit digital, atrás do volante, bem como no sistema de infotainment de 12,9”, que inclui um slider táctil retro iluminado. O modelo integra ainda um sistema de som de alta-fidelidade com 12 altifalantes, que proporciona uma experiência sonora imersiva pura e distinta da Sennheiser. A dinâmica é melhorada pela suspensão desportiva de série, pela direção progressiva, pelo novo



controlo de chassis adaptativo e pelos travões Akebono.

A CUPRA associa-se ainda à America's Cup sob o lema "There's No Second" para lançar a edição limitada "Terramar America's Cup", onde serão produzidas cerca de 1.337 unidades deste modelo, com design e estilo únicos que celebram a colaboração.

OUTROS MODELOS

No ano passado, o CUPRA atingiu um novo marco e ultrapassou o meio milhão de automóveis entregues desde o seu lançamento em 2018 como marca autónoma. O novo CUPRA Leon foi redesenhado e

melhorado para perpetuar a história de sucesso. Com o seu novo ADN de linguagem de design, a integração da tecnologia eHybrid da próxima geração, uma maior digitalização e características de sustentabilidade, a marca atingirá um novo patamar no segmento.

O modelo está disponível com uma nova geração de motores híbridos plug-in (eHybrid) que debitam até 272 cv (200 kW), com mais de 120 km de autonomia totalmente eléctrica e agora compatível com carregamento rápido (carregamento até 50 kW DC). Uma afinação mais desportiva para o chassis e o motor garante uma dinâmica incomparável em estrada.

Por outro lado, é através de um design exterior marcante e tecnologia avançada que o novo CUPRA Formentor consolida o seu status como um ícone da marca. Destaca-se pela sua frente afilada em forma de "nariz de tubarão", com faróis LED Matrix triangulares e o logó-

» Terramar, o SUV desportivo que vai levar a mentalidade jovem e desafiadora a um público mais amplo, expandindo a marca e atraindo novos clientes que procuram um design de excelência

tipo CUPRA integrado no capot, complementado por uma grelha dianteira imponente e detalhes sofisticados como as entradas de ar e as jantes de liga leve. Por sua vez, os faróis traseiros que ocupam a largura total do veículo, integram o logótipo iluminado e um difusor aerodinâmico que realçam o seu carácter e estabilidade.

Já o CUPRA Born representa o nascimento do primeiro modelo totalmente eléctrico da marca. Exibe todos os genes da marca e eleva o conceito original para o próximo nível criando um novo design desportivo e dinâmico e reformulando a engenharia do conteúdo tecnológico - é a prova viva de que o desempenho e a electrificação são uma grande combinação.

O Controlo Adaptativo do Chassis Sport (DCC Sport), exclusivamente desenvolvido dentro da plataforma MEB está a combinar a altura de condução desportiva do carro com um sistema que se está a adaptar automaticamente a quaisquer condições, oferecendo um nível superior de dinâmica de condução. Apresenta ainda tecnologias de ponta, como um Head-up Display com Realidade Aumentada. Além da atenção ao detalhe e da paixão pela qualidade, a CUPRA colocou um foco particular na sustentabilidade do Born utilizando materiais reciclados no interior do carro. •

NOVOTAVASCAN

100% ELÉTRICO



ONE OF THEM
ONE OF US*

Para os poucos que se atrevem a ousar. O CUPRA Tavascan 100% elétrico redefine a performance com um design ambicioso e visionário. Com motores até 340cv, autonomia em cidade até 693km (WLTP) e autonomia combinada até 568km (WLTP). A mais recente Tecnologia e Design para aqueles que desafiam o convencional.

CUPRA

Consumo combinado WLTP (kWh/100 km): 15,2 - 16,8. Emissões CO₂ (g/Km): 0. Os valores de consumo elétrico indicados podem variar em função do equipamento selecionado. *UM DELES. UM DE NÓS.

NISSAN

DAR RESPOSTA AOS DESAFIOS

A NISSAN CONTA COM UMA GAMA MODERNA, ELECTRIFICADA E RECHEADA DE TECNOLOGIAS CAPAZES DE PROPORCIONAR UMA CONDUÇÃO AGRADÁVEL AO MESMO TEMPO QUE EFICIENTE E ECOLÓGICA

Im entrevista à Executive Digest, responsáveis da Nissan, explicam o posicionamento da marca no segmento executivo e quais os modelos que vão ao encontro dos desejos de um condutor que aprecia o conforto, o design e a tecnologia.

Qual o posicionamento da Nissan no mercado de automóveis executivos?

Com o ADN japonês presente em cada detalhe dos seus modelos, a Nissan conta com uma gama moderna, electrificada e recheada de tecnologias capazes de proporcionar uma condução agradável ao mesmo tempo que eficiente e ecológica. Para o mercado de automóveis executivos a qualidade e versatilidade dos modelos Nissan Ariya e Nissan X-Trail cobrem as diferentes necessidades do público-alvo, quer para uma utilização 100% eléctrica, quer para uma utilização que facilite a transição para uma mobilidade mais sustentável.

Entre os vossos modelos, o Nissan ARIYA e o Nissan X-Trail quais são os que consideram mais direcionados ao segmento executivo? Porquê?

O Nissan Ariya é um modelo 100% eléctrico que marca a primeira entrada da Nissan no segmento



D-SUV 100% eléctrico, com um modelo com tecnologia, estética e porte distintos. O Ariya está disponível com bateria eléctrica de 63 kWh ou 87 kWh de capacidade e motorizações com potência entre os 217 e os 394 cavalos. As versões e-4ORCE, com tracção

integral, são o expoente máximo da combinação entre o controlo e a potência.

Por outro lado, o novo Nissan X-Trail N-Trek surge também com características únicas de design, sendo a mais recente novidade do segmento do crossover electrifi-



MODELOS

A QUALIDADE E VERSATILIDADE DOS MODELOS NISSAN ARIYA E NISSAN X-TRAIL COBREM AS DIFERENTES NECESSIDADES DO PÚBLICO-ALVO, QUER PARA UMA UTILIZAÇÃO 100% ELÉCTRICA, QUER PARA UMA UTILIZAÇÃO QUE FACILITE A TRANSIÇÃO PARA UMA MOBILIDADE MAIS SUSTENTÁVEL



cados, com um estilo e conforto de assinalar.

Entre os modelos destacados anteriormente, quais as características que consideram mais apreciadas pelos condutores?

O Nissan Ariya com tecnologia

e-4ORCE proporciona o acesso a um sistema único no mercado que combina motores eléctricos duplos e uma tecnologia exclusiva de tração integral. Esta característica confere aos condutores do Ariya uma sensação de controlo única, com destaque para a solidez em curva

» O Nissan Ariya é um modelo 100% eléctrico que marca a primeira entrada da Nissan no segmento D-SUV 100% eléctrico

ao mesmo tempo que proporciona sempre uma condução suave.

No novo Nissan X-Trail, após um dia de trabalho, surge o apelo para viagens aventureiras que desafiam a ir mais longe e que a versatilidade dos 7 lugares permite realizar sem comprometer qualquer membro da família. Tem na tecnologia e-POWER um dos pontos altos com condução suave e silenciosa, permitida pela actuação do motor a gasolina que apenas serve para recarregar a bateria, sem necessidade de carregamento eléctrico, reduzindo o consumo de combustível.

Os modelos electrificados estão a ganhar espaço entre o segmento de clientes executivos, conforme provam os modelos ARIYA e X-Trail?

Os modelos electrificados ou os modelos 100% eléctricos são hoje uma forma de os clientes poderem demonstrar o seu compromisso com a sustentabilidade e com a preservação do ambiente.

Quando falamos em automóveis executivos, o design e o conforto são os factores mais distintivos?

O Ariya é um SUV onde o design é uma peça marcante da sua identidade, com uma expressão ousada que vai para além do comum, contra todas as expectativas. Uma única linha de horizonte substitui contornos minuciosos e os faróis LED finos brilham à noite e desaparecem durante o dia. Em termos de conforto é notória a elevada qualidade dos materiais e a particularidade do piso plano confere uma sensação de espaço e conforto de elevado nível.



» O Nissan X-Trail tem o sistema pioneiro da Nissan e-POWER combinado com o avançado sistema de tracção integral e-4ORCE, que coloca o modelo num patamar único no segmento SUV

No novo Nissan X-Trail o factor distintivo surge reflectido no carácter inspirado na vida ao ar livre do veículo, que leva o X-Trail para o próximo nível de aventura com tracção integral electrificada. Um design que gera sensação de robustez, com pormenores únicos, como a grelha "V-motion" da Nissan, que rodeia a grelha central e acabamentos exclusivos.

E em relação à tecnologia e segurança? O que pretende este tipo de utilizadores e como os modelos ARIYA e X-Trail correspondem aos seus desejos?

O Nissan Ariya é um expoente do conhecimento que os especialistas da marca nipónica possuem no campo da electrificação onde a marca foi pioneira. Para os utilizadores de veículos eléctricos que ainda possam ter alguma ansie-

dade com a autonomia, o Ariya responde com uma autonomia de até 536 km, capaz de tranquilizar até quem precisa de cruzar o país de Norte a Sul. Para além disso o carregamento rápido oferece até 300 km de autonomia em cerca de 35 minutos, o que é o tempo perfeito para parar e responder a alguns mails e beber um café mais descansado.

Em destaque no X-Trail surge o sistema pioneiro da Nissan e-POWER combinado com o avançado sistema de tracção integral e-4ORCE, que coloca o modelo num patamar único no segmento SUV, com a condução a ser realizada sempre através dos motores eléctricos, garantindo uma elevada estabilidade e segurança, características cada vez mais importantes no quotidiano de um executivo.

Qual o perfil típico do condutor de automóveis executivos em Portugal?

O perfil do condutor de automóveis executivos em Portugal tende a reflectir características relacionadas ao estilo de vida, profissão e preferências específicas desse público. Esse perfil inclui geralmente empresários, gestores, profissionais liberais e executivos de médio a alto escalão, que valorizam o conforto, a imagem e a tecnologia. Esse público, numa faixa etária entre os 35 e 55 anos procura veículos que transmitam sofisticação e profissionalismo, mas que também ofereçam um bom desempenho, economia e segurança, como o Ariya e o X-Trail.

Consideram que o atual contexto económico veio trazer novos desafios ao segmento do mercado dos automóveis executivos? Quais?

Sim, as marcas têm de ter ofertas mais ajustadas a essa nova realidade, onde factores como a economia e conforto são motivos diferenciadores. A marca tem resposta para esses desafios, em particular no que respeita à compra em L. A Nissan propõe o Ariya (na versão Engage de 63 Kwh) por 605€ por mês (acresce IVA), para um contrato de 48 meses e 15 mil km/ano.

Para o X-Trail, na versão 1.5 VC T N-Conecta, com motorização a gasolina e caixa automática a oferta inicia-se nos 751€ (com IVA) por mês, igualmente para um contrato de 48 meses e 15 mil km/ano. ●



Eletrifique a frota da sua empresa



N I S S A N E M P R E S A S

DESAFIE O CONVENCIONALISMO COM A GAMA EMPRESARIAL ÚNICA NISSAN

Com mais eficiência, tecnologia de última geração e conectividade avançada, a gama empresarial Nissan combina uma gestão de frota inteligente com o puro prazer de condução. Descubra toda a gama em nissan.pt.

Nissan Ariya

Engage 63kWh

515€*/mês

Nissan X-Trail

N-Connecta

695€*/mês

Inclui:

- Manutenção e reparações
- Seguro
- Veículo de substituição
- Pneus ilimitados
- Gestão de sinistros

*Contrato de renting Ayvens inclui: Manutenção (preventiva e corretiva), Seguro (DP, Franquia 4%), Seguro de Recondicionamento 500€ + IVA, Garantia Total Premium (danos provocados ou agravados por uso negligente do condutor), Pneus ilimitados, Veículo de substituição disponível pelo tempo de imobilização, em caso de revisão, avaria, sinistro ou roubo, com seguro contratado pela Ayvens, IUC e IP. Imagem não contratual. Oferta limitada ao stock existente e válida para Portugal Continental. Os valores constantes nesta peça são meramente indicativos e encontram-se, tal como os termos e as condições do contrato de aluguer operacional, sujeitos à confirmação e aprovação da Ayvens. Estes poderão ainda ser suscetíveis a variações em função das alterações de preços que possam ocorrer entre a data da encomenda e a data da entrega do veículo. Também os prémios de seguro estão sujeitos a aprovação da seguradora.

X-Trail: Consumo combinado: 51 - 71l/100 km. Emissões de CO₂: 131 - 163g/km
Ariya: Consumo energético: 177 - 204Wh/km. Emissões de CO₂ em ciclo combinado: 0 g/km



ŠKODA

COMPROMISSO RUMO À MOBILIDADE SUSTENTÁVEL



A ŠKODA É HOJE UMA MARCA REFERENCIAL NÃO SÓ NA SEGURANÇA, MAS TAMBÉM NA TECNOLOGIA DE ÚLTIMA GERAÇÃO QUE DISPONIBILIZA

Im entrevista à Executive Digest, Luís Mateus, Director-Geral Škoda, explica os principais desafios e oportunidades da marca no actual contexto da indústria automóvel

Qual a importância do segmento dos clientes empresariais e das empresas para a marca Škoda?

A procura dos clientes empresariais pelos produtos e serviços que a marca Škoda oferece está em franca expansão. A estratégia desenhada pela marca tem colhido uma excelente aceitação por parte do mercado em geral, e dos clientes empresariais em particular. Aliás, é sintomático o facto de, em 2024, cerca de 57% das novas encomendas que

recebemos serem de novos clientes o que indica que a estratégia desenhada para a entrada da Škoda em novos territórios está a ter um enorme sucesso. A forte ofensiva de produto que a marca tem em curso tem sido uma das razões, mas não a única, do aumento de procura sendo que é de destacar o desempenho comercial sobretudo dos modelos Octavia, Superb, Kodiaq e Enyaq no exigente mercado das frotas.

Como responde a marca às necessidades e particularidades

específicas destes clientes e que vantagens apresenta?

O segmento dos clientes empresariais tem sido alvo de um seguimento muito próximo por parte da marca Škoda com o claro propósito de continuarmos a desenvolver soluções de mobilidade diferenciadoras que sejam, naturalmente, valorizadas pelos nossos clientes. Sumariamente eu apontaria três áreas chave onde temos investido muito esforço: a oferta de uma configuração de produto pouco complexa, mas simultaneamente muito bem estruturada, a im-



POSICIONAMENTO

CONTINUAREMOS A SER UMA MARCA QUE OFERECE O QUE DE MELHOR EXISTE NA INDÚSTRIA AUTOMÓVEL EM TERMOS DE QUALIDADE, TECNOLOGIA E SEGURANÇA SEM QUE ISSO IMPACTE EXAGERADAMENTE NO NOSSO POSICIONAMENTO DE PREÇO

SKODA

plementação de uma estratégia multicanal bem definida com o objetivo de defender os nossos valores residuais e, não menos importante, um enorme foco no sentido de ajustar a nossa oferta à fiscalidade em vigor.

Qual a estratégia da Škoda para enfrentar os desafios da mobilidade elétrica e da respetiva procura para as diferentes soluções de motorizações?

A procura por soluções de mobilidade, que denominamos de mais sustentáveis, tem vindo a aumentar gradualmente e já tem um peso muito relevante nas nossas vendas. No entanto, considero que ainda estamos ainda nos primórdios da verdadeira transição energética que antevemos para o futuro do automóvel. Neste momento assistimos a uma vontade generalizada de mudança sendo que, praticamente, todas as empresas equacionam essa mudança no momento da decisão de renovação de frota. Mas em muitos casos, seja por dificuldades puramente operacionais ligadas sobretudo à autonomia e ao tempo de carregamento ou por dificuldades na utilização eficiente de uma infraestrutura de carregamento que ainda está muito aquém do necessário, a escolha acaba por recair nos tradicionais combustíveis fósseis ou, cada vez mais, nos modelos plug-in Hybrid. A Škoda, que está totalmente comprometida com a transição para uma mobilidade mais sustentável ao lançar 6 novos modelos 100% elétricos até 2030 vai, portanto, continuar a oferecer em paralelo com a sua



A PROCURA POR SOLUÇÕES DE MOBILIDADE, QUE DENOMINAMOS DE MAIS SUSTENTÁVEIS, TEM VINDO A AUMENTAR GRADUALMENTE E JÁ TEM UM PESO MUITO RELEVANTE NAS NOSSAS VENDAS

gama de modelos 100% elétricos diversas soluções de mobilidade mais convencionais nomeadamente modelos com motorizações plug-in hybrid de 2^a geração com autonomia em modo elétrico superior a 100km e ainda novas motorizações de combustão ultra eficientes que irão cumprir a exigente norma europeia Euro 7.

Existem alguns modelos de automóveis para empresas da vossa marca e que gostassem de destacar?

Os modelos Škoda com mais procura no mercado empresarial têm sido o Škoda Octavia Break e o nosso SUV topo de gama, o Škoda Kodiaq uma vez que são modelos extremamente polivalentes que encaixam facilmente na maior parte dos requisitos dos clientes empresariais.

Quais as principais diferenças que destacariam face à concorrência?

Embora a monitorização do desempenho da nossa concorrência faça parte do nosso trabalho diário tenho de confessar que o impacto desse desempenho na nossa estratégia é residual porque o que nos move são os nossos clientes e não os nossos concorrentes. No processo de transformação para o futuro que a Škoda que tem em curso, continuaremos fieis ao nosso ADN e, portanto, aos princípios que guiaram a marca no seu percurso de 130 anos de história. Nesse aspecto o nosso posicionamento não se alterou já que continuaremos a ser uma marca que oferece o que de melhor existe na indústria automóvel em termos de qualidade,

tecnologia e segurança sem que isso impacte exageradamente no nosso posicionamento de preço. Como tal a mobilidade acessível continuará a ser um dos drivers da nossa estratégia.

Como é que a Škoda personaliza as suas ofertas para atender às necessidades específicas dos clientes empresariais?

É uma questão interessante porque atender às necessidades específicas de uma faixa muito alargada de clientes é extremamente desafiante. Sumariamente trabalhamos sobre três clusters:

1. Desenvolvimento de um menu para empresas com modelos pré-desenhados que procuram responder às diferentes necessidades de cada cliente;

2. Oferta de Pacotes de Mobilidade concebidos para fazer face às especificidades próprias de cada empresa dos quais eu destacaria os pacotes de manutenção, as múltiplas e flexíveis soluções de financiamento e as diversas soluções de carregamento doméstico para o caso dos modelos elétricos e plug-in hybrid;

3. Um serviço de Apóis Venda sólido e eficiente como garante para uma satisfação continua ao longo do período de utilização da viatura;

Quando falamos em automóveis para empresas, quais são os factores mais distintivos destes veículos?

Os clientes empresariais atribuem uma importância elevada a uma série de atributos que fazem parte do ADN da marca Škoda: fiabili-



dade e qualidade de construção, custos operacionais reduzidos, uma excelente habitabilidade e um espaço de bagageira imbatível. Mas não é só nestes argumentos que a Škoda se destaca. A Škoda é hoje uma marca referencial não só na segurança (todos os seus modelos, sem exceção, receberam a classificação máxima de cinco estrelas no exigente teste de segurança Euro NCAP) mas também na tecnologia de última geração que disponibiliza. Este conjunto de critérios, que são extremamente valorizados pelos clientes empresa têm, portanto, de ser considerados quando se desenha uma estratégia de crescimento para este exigente segmento de mercado.

Como vê o segmento de clientes empresariais no contexto do seu crescimento e estratégia de mercado?

É um segmento de vendas com um enorme peso no mercado português pelo que terá de ser um pilar de vendas de qualquer marca que pretenda conseguir atingir uma posição sólida, duradoura e sobretudo saudável. Existem várias outras estratégias de curto prazo para reforçar a quota de mercado, mas que não encaixam naquele que é o nosso propósito estratégico.

Quais são as iniciativas da Škoda para tornar seus modelos executivos mais ecológicos e sustentáveis?

A Škoda já manifestou o seu forte compromisso rumo à mobilidade sustentável com o firme propósito de atingir a neutralidade carbónica em 2030. Mas a Škoda reiterou também que, na sua visão, a tran-

sião para uma mobilidade 100% eléctrica iria ocorrer a diferentes velocidades e que por esse motivo iria continuar a desenvolver a tecnologia para lançar modelos com motorizações a combustão ultra eficientes e modelos plug-in hybrid de segunda geração enquanto a legislação europeia assim o permitisse e os seus clientes assim o desejasse. Nesse sentido julgo que a melhor abordagem é continuarmos a direcionar todos os nossos esforços no sentido de uma mobilidade mais sustentável, mas sem extremismos nem roturas abruptas que coloquem em causa o que os nossos clientes esperam de nós. Até porque, e para que de facto se possa acelerar rumo a uma verdadeira transição para a mobilidade eléctrica, é essencial que os governos reforcem o investimento com planos de incentivos mais agressivos (que podem ser fiscais, ao abate ou outros) e que terão obrigatoriamente de ser acompanhados por um reforço substancial da infraestrutura de carregamento.

Como a Škoda se está a preparar em relação ao futuro?

O mundo está a mudar... os clientes estão a evoluir... e os clientes empresariais não são exceção. E é nesse sentido que a marca Škoda se está a transformar para evoluir com e para os seus clientes. Num futuro já muito próximo a digitalização e a conectividade, já presentes hoje nos nossos automóveis, vão ascender a um novo nível com a entrada da inteligência artificial. Este novo cenário, que



» Luís Mateus,
Director-Geral
da Škoda

irá abrir um enorme leque de novas possibilidades e oportunidades, irá mudar radicalmente o modo como os utilizadores irão interagir com os nossos automóveis.



OS MODELOS ŠKODA COM MAIS PROCURA NO MERCADO EMPRESARIAL TÊM SIDO O ŠKODA OCTAVIA BREAK E O NOS- SO SUV TOP OF GAMA, O ŠKODA KODIAQ

O actual contexto económico traz novos desafios ao mercado dos automóveis executivos?

A indústria automóvel é particularmente sensível a alterações de contexto que impactem na confiança dos consumidores ou que, por exemplo, obriguem as empresas a reduzir custos já que estamos a falar da aquisição de bens que podem representar um investimento significativo. Por outro lado, as frotas das empresas são, em muitos casos, essenciais para a operação pelo que, o que a experiência nos demonstra, é que um cenário macroeconómico adverso não conduz necessariamente a uma redução abrupta da procura (salvo em situações extremas) já que existe um esforço de adaptação por parte das empresas a uma nova realidade que pode ser mais ou menos prolongada. Esse esforço de adaptação poderá, no entanto, ser um desafio para as marcas já que estas encontram-se muitas vezes manietadas devido a políticas fiscais pouco flexíveis e em muitos casos totalmente desajustadas às necessidades dos clientes empresariais. ●

SKODA



Škoda Octavia 2.0 TDI Autonomia sem Limites

27.490 €

Chave na mão

Consumos combinados de 5,2 a 6,7 l/100km. Emissões de CO₂ de 119 a 177 g/km.

STELLANTIS

«O FUTURO É 100% ELECTRICO!»

A STELLANTIS É O QUARTO CONSTRUTOR A NÍVEL MUNDIAL. EM PORTUGAL, O GRUPO FRANCO-ITALO-AMERICANO É LÍDER DE VENDAS, REPRESENTANDO 25% DAS VENDAS TOTAIS DE VEÍCULOS, E COM FORTE PENETRAÇÃO NO SEGMENTO EXECUTIVO

A

Stellantis consolidou, em 2023, a posição de segundo maior construtor automóvel no ranking de vendas do mercado total europeu (UE29), garantindo uma quota de mercado de 18,4%. Com uma quota de mercado superior a 30% no mercado de veículos comerciais, o grupo ocupa

a primeira posição do ranking, conquistando um lugar no pódio no ranking europeu no que respeita aos Veículos Eléctricos a Bateria (BEV), com uma quota de mercado de 14,2%.

Em Portugal, a Stellantis apresenta-se como líder do mercado total, do mercado VP (Veículos de Passageiros), VCL (Veículos Comerciais Ligeiros) e do mercado electrificado total, liderando também as vendas nos VCL eléctricos. No segmento automóvel executivo, o Premium Cluster do Grupo, que engloba as marcas DS Automobiles e Alfa Romeo, é igualmente responsável por um acréscimo de vendas, especialmente para executivos que procuram uma alternativa premium ao mercado dominado por insígnias germânicas.

Nesta entrevista, David Correia, Country Manager do Premium Cluster da Stellantis Portugal, traça um histórico do segmento, fala-nos de alguns dos modelos da marca mais procurados e de como a tecnologia



e a transição energética estão a moldar o presente, e, sobretudo, a definir o futuro.

Qual o posicionamento da Stellantis Premium Cluster no segmento dos automóveis executivos?

A Stellantis é hoje o quarto construtor a nível mundial com maior volume de vendas e isso é conseguido devido a uma gama alargada de produtos. Somos representados por 14 marcas e, mais recentemente, com o lançamento da Leapmotor, passámos a 15. Somos um grupo com origens diferenciadas – somos franco-italo-americanos – e isso

dá-nos a vantagem de trazermos para o nosso portefólio diferentes características e culturas que se reflectem na materialização dos nossos produtos. Temos, de facto, uma gama muito abrangente que cobre as necessidades do segmento executivo.

Em particular, o Premium Cluster do Grupo Stellantis, constituído pela DS Automobiles e pela Alfa Romeo, enquadra-se muito bem na gama executiva, porque o premium está, naturalmente, associado a executivo.

O B2B nas nossas vendas é muito significativo – representa entre



FUTURO

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E CONDUÇÃO AUTÓNOMA
SERÁ EFETIVAMENTE A TENDÊNCIA DO FUTURO



DS AUTOMOBILES

60-70% das nossas vendas. Por esse motivo, estamos realmente alinhados para este mercado executivo. Há uns anos, o mercado era demasiado germânico, com marcas como a Audi e a BMW a liderar o segmento. A Stellantis veio fazer o contraponto e depois da fusão da parte francófona (grupo PSA), lançámos a DS Automobiles como marca autónoma, há 10 anos, para trazer ao mercado aquilo que era o “savoir faire” do luxo francês que encontramos noutras indústrias quando queremos produtos topo de gama. Com a fusão da parte italo-americana da Stellantis, trouxemos a Alfa Romeo, que tem feito um caminho para se posicionar como premium, porque tem de facto características diferentes. Enquanto que DS é sinónimo de design, luxo, conforto e requinte, a marca centenária Alfa Romeo proporciona a parte da paixão visceral pela condução e a desportividade. São duas ofertas diferenciadas da Stellantis no segmento premium.

O que é que um condutor executivo procura?

O cliente executivo valoriza muito o design, a tecnologia embarcada e a segurança que os veículos lhe transmitem. Temos notado, devido à evolução da sociedade enquanto um todo e também por força do esquema de incentivos fiscais que existem para fomentar a compra associada à transição energética, que, quer do ponto de vista conceptual, quer devido a estas políticas, a parte ambiental tem sido também um driver essencial para esta população.

Que modelos Premium Cluster da Stellantis são mais direcionados para o target executivo?

De uma forma transversal, quer na DS Automobiles, quer na Alfa Romeo, vamos desde o segmento B até ao segmento D. Na DS, existe o DS 3, com duas energias, 100% eléctrico ou mild-hybrid. O DS 4, que entra no segmento C, está disponível com duas energias, o híbrido plug-in ou o mild-hybrid, além da motorização diesel. Depois, temos o DS 7, no segmento C-SUV, também com energia térmica e energia híbrida plug-in. Na Alfa Romeo, a situação é idêntica. Para o segmento B, lançámos, recentemente o novo Junior que se apresenta como o primeiro modelo da marca Alfa Romeo 100% elétrico, sendo que é, contudo, lançado em duas energias, 100% elétrico e MHEV. Para o Segmento C-SUV temos o Tonale com energias híbridas plug-in e térmicas. Por fim, o Stelvio e o Giulia, que entram no segmento D. São veículos concebidos para um posicionamento mais premium, para clientes mais executivos.



LEVAR A CONDUÇÃO AUTÓNOMA A UM EXTREMO MÁXIMO DAQUILÓ QUE CONHECEMOS ACTUALMENTE DEPENDE MUITO DA LEGISLAÇÃO

Diria que este segmento procura mais a tecnologia, a segurança ou uma perspectiva ambiental?

Penso que ainda é um equilíbrio de tudo. Se recuarmos no tempo, a questão da sustentabilidade não era um driver. Hoje, é um factor de compra, quer enquanto “cidadão executivo”, quer por força de estar enquadrado numa empresa que tem esse carácter social de promover a vertente ecológica e que, no momento de aquisição, também é “empurrada” para fazê-lo, devido aos benefícios que promovem a aquisição de veículos 100% eléctricos ou híbridos plug-in por parte de empresas e dos executivos.

Relativamente às novas energias, este tipo de condutor já tem esse conhecimento ou existe um trabalho de “formação” das marcas?

O sector tem feito um importante trabalho de formação e literacia até porque, nos últimos anos, tem sido muito pressionado para esta transição energética, por força

» David Correia, Country Manager do Premium Cluster da Stellantis Portugal





STELLANTIS



das políticas que a Comunidade Europeia decretou. Nesse sentido, temos sido um player e um fast mover nesta transição energética. As diferentes políticas de aquisição e fiscais de cada país fazem com que a empresa que é responsável por adquirir a viatura para a frota ou para atribuir a um executivo adquira um híbrido plug-in ou um eléctrico, mas muitas vezes, e no caso dos híbridos plug-in, continua a ser necessária alguma formação de como é que estes veículos funcionam e como tirar melhor partido destas energias. O retalho automóvel tem tido um papel fundamental nesse contexto.

No entanto, o design e o conforto continuam a ser factores distintivos?

Sem dúvida. Acredito que, nos últimos tempos, não deixaram de ser os factores de eleição, mas outros se juntaram. É o caso da tecnologia, que passou a ser um



O SECTOR FOI EFECTIVAMENTE IMPULSIONADO PARA UMA ELECTRIFICAÇÃO NUM CURTO ESPAÇO DE TEMPO

driver para a aquisição e que não é ignorado, de todo, por parte dos executivos. E também a sustentabilidade, seja pela questão conceptual, seja pela questão das políticas e vantagens em prática.

A sustentabilidade passou a ser um driver, mas o executivo continua a privilegiar veículos de maior dimensão?

Não sei se é correcto da minha parte dizer que ainda existe esse “estigma”, mas, sim, o executivo continua a procurar veículos de maiores dimensões. No entanto, e de uma forma muito ténue, começamos a observar uma transição, sobretudo nos grandes centros, que se pode dever à pressão da falta de espaços disponíveis para estacionamento. Sentimos que alguns executivos nos procuram já para soluções de veículos de menores dimensões, precisamente para garantir uma mobilidade mais facilitada no dia-a-dia.

Considera que o actual contexto económico veio trazer novos desafios ao segmento dos mercados de automóveis executivos?

Trouxe, desde logo, desafios para o Grupo enquanto construtores. Por decreto daquilo que são as políticas vigentes por parte da Comunidade Europeia, o sector foi impulsionado para uma electrificação num curto espaço de tempo. Foi forte e impactante para nós, e obrigou a uma reorganização e mudança de toda a nossa tecnologia para dar resposta a esta necessidade de trazer ao mercado uma oferta 100% eléctrica.

Esse factor implicou um grande investimento por parte dos construtores e isso muda o contexto porque não foi dado o tempo suficiente para que isso acontecesse. Nesse sentido, as ofertas que trazemos ao mercado nem sempre estão adaptadas à capacidade de compra desse mercado. É mais premente no mercado particular do que propriamente no mercado das empresas onde encontramos estes executivos, mas também existe, de alguma forma, neste sector.

As políticas governamentais têm feito alguma diferença e procuram posicionar este tipo de oferta de forma mais acessível a este mercado, porque é preciso amadurecer as tecnologias e ganhar eficiência de escala em termos de produção, para que possamos efectivamente trazer os veículos eléctricos para um preço que está equiparado com aquele que o cliente executivo estava habituado a investir na compra de veículos a combustão. Resumindo, existe uma alteração de contexto económico, quer para quem desenha, fabrica e traz ao mercado veículos, quer, de alguma forma, pela conjuntura nacional e internacional e do poder de compra existente, também para o mercado e para os clientes.

O amadurecimento da tecnologia tenderá a permitir uma construção mais efectiva e acessível?

Sem dúvida. Vivemos numa era de transição tecnológica profunda. Olhamos para trás e vemos como já foi e tentamos perspectivar para a frente. No sector automóvel, e



sobretudo no segmento executivo, que é mais exigente, penso que a tendência de futuro será assente em tecnologia e inteligência artificial (IA). A IA já existe hoje e acredito que se tornará mais massificada nas viaturas, seja na mobilidade ou em tudo aquilo que constitui auxílio à condução, até chegar a um nível máximo de condução autónoma, que terá de ser legislado. Por isso, eu diria que a inteligência artificial e a condução autónoma serão efetivamente a tendência do futuro, além da melhoria da eficiência na parte da electrificação, seja autonomia de baterias, dimensões de baterias, pesos de baterias, tempos de carga, entre outras. Há, actualmente vários testes e pesquisa de novas tecnologias na área das baterias.

A Stellantis já está a apostar na condução autónoma. Podemos dizer que a tecnologia está a mudar os condutores?

Sim, é verdade que enquanto grupo estamos a apostar já na condução autónoma. No entanto, levar a condução autónoma a um

AS POLÍTICAS GOVERNAMENTAIS TÊM FEITO ALGUMA DIFERENÇA E PROCURAM POSICIONAR ESTE TIPO DE OFERTA DE FORMA MAIS ACESSÍVEL A ESTE MERCADO, PORQUE É PRECISO AMADURECER AS TECNOLOGIAS E GANHAR EFICIÊNCIA DE ESCALA EM TERMOS DE PRODUÇÃO

extremo máximo daquilo que conhecemos actualmente depende muito da legislação e existem questões profundas que não estão amadurecidas ainda. Muito em breve teremos no Grupo novos avanços nesta matéria. Hoje, os nossos produtos oferecem conduções autónomas de nível 2+, nomeadamente no que respeita à assistência à condução, como o sistema de permanência na faixa de rodagem.

Essa é uma das formas de assistência à condução, mas existem outras, como a limitação de velocidade. Hoje em dia, toda a nossa gama tem esta solução integrada, sendo possível parametrizar o carro para que respeite os limites de velocidade das zonas onde circula. A tecnologia está a contribuir para um bem comum, de forma a diminuir a sinistralidade e a aumentar a segurança, mas é importante acompanhar o condutor, para que entenda todas estas transformações e se possa adaptar a este novo paradigma. Um ponto interessante é que, na transição energética, os clientes

que gostavam de uma condução desportiva e de maior velocidade, começam a ter uma outra percepção da autonomia do veículo, e na óptica de poupar energia da bateria, acabam por conduzir mais devagar e fazer uma condução mais económica.

Como é que a Stellantis vê a mobilidade no futuro?

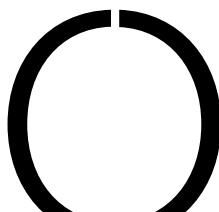
Começo por dizer que o futuro será sempre aquilo que, de alguma forma, o poder político quiser. Hoje, e devido às tendências que se observam e às decisões governamentais tomadas, vemos o futuro como sendo eléctrico. O sector automóvel foi “obrigado” a transformar-se para ter ofertas 100% electrificadas. A Stellantis tem sido um fast mover neste caminho e quer continuar a sê-lo. Por isso, para nós, o futuro é 100% eléctrico.

No entanto, como sabemos que o caminho faz-se caminhando, de alguma forma temos dado também o poder de escolha aos clientes. Hoje, enquanto Stellantis, temos uma oferta de 48 modelos, 100% eléctricos, que designamos por BEV (Veículos Eléctricos a Bateria). E temos cerca de 20 modelos com energia de combustão, assente no mild-hybrid. Por isso, o mild-hybrid é também uma aposta para nós. Esta tecnologia permite reduzir as emissões em cerca de 20% face a um motor de combustão e, por isso, estamos muito orientados nestas duas vertentes energéticas — os 100% eléctricos e os mild-hybrid —, e não temos dúvidas de que o futuro é eléctrico, porque o mundo precisa. ●

VOLVO

UM MINIMALISMO QUE É O MÁXIMO

O NOVO VOLVO EX30 TEM NO ECRÃ TÁCTIL O SEU CORAÇÃO E NO DESIGN E CONFORTO FORMAS DE CONQUISTAR OS DOS OUTROS. SÓ NÃO ANDA SOZINHO, MAS TAMBÉM NÃO O DEIXARÍAMOS RETIRAR-NOS O PRAZER DE O CONDUZIR



EX30, mais pequeno SUV da história da Volvo, com 4,23 metros de comprimento, começa por conquistar pelo seu extremamente bem concebido exterior. Construído numa plataforma criada especificamente para carros eléctricos, sendo um SUV compacto nunca se poderia

esperar que o seu interior fosse enorme, mas acaba por ser surpreendente em detalhes com o chão liso, por baixo do qual se encontra a bateria. Tudo foi pensado para que fosse retirado o máximo proveito do habitáculo, que dispõe de diversas soluções de arrumação bem pensadas e uma escolha de materiais parcialmente reciclados e renováveis, frutos de um design responsável. Já a capacidade de bagagem é de uns simpáticos 318 l, a que se acrescenta mais uma zona por baixo do fundo falso, onde de origem apenas estão os cabos de carregamento.

UM ECRÃ PARA TUDO COMANDAR

No interior, à frente do condutor não existe qualquer tipo de informação, apenas o volante, com um formato e dimensões que oferecem uma condução ágil, quase desportiva. Nele encontramos alguns botões,





(QUASE) SEM BOTÕES

SEJA PARA VER A VELOCIDADE A QUE SE DESLOCA, PROCURAR ESTAÇÕES DE CARREGAMENTO NAS REDONDEZAS OU JOGAR ANGRY BIRDS, TUDO ACONTECE NO ECRÃ POSICIONADO AO CENTRO

V O L V O



**NO INTERIOR,
À FRENTE DO
CONDUTOR
NÃO EXISTE
QUALQUER TIPO
DE INFORMAÇÃO,
APENAS O VOLANTE**

dos poucos que existem no carro, pois até o porta-luvas se abre no ecrã táctil de 12,3 polegadas, na prática um tablet na vertical que apresenta tudo o que ao veículo diz respeito, além do entretenimento, com Google integrado. Seja para ver a velocidade a que se desloca, procurar estações de carregamento nas redondezas (e perceber se estão disponíveis ou a ser utilizadas no momento), instalar o Spotify ou jogar Angry Birds, tudo acontece ali no ecrã posicionado ao centro. E prepare-se para ser repreendido, caso o carro perceba que está há demasiado tempo sem olhar para a estrada. Outra vantagem está na utilização do Google Maps como solução de navegação, dado que informa a percentagem de bateria prevista no fim da deslocação, que ajusta se necessário e está sempre visível ao lado do tempo e distância até à chegada, eliminando assim a ansiedade de ficar pelo caminho por sempre ter estado habituado a ter gasolina ou gasóleo por perto. E nem há o perigo de ficar distraído, já que o lembrete é ac-



cionado automaticamente quando a capacidade da bateria desce aos 20%, oferecendo-se imediatamente para mostrar os locais mais próximos para o carregar e adicionar o escolhido ao percurso. Tudo isto ao som de uma esplêndida barra da Harman Kardon e com iluminação interior escolhida entre as cinco que emulam o ambiente da Escandinávia, respirando ar cuja qualidade está sempre a ser medida.

TRANQUILIDADE E SEGURANÇA

Por defeito, contamos com 272 cavalos (existe uma versão, com o sugestivo nome Twin Motor Performance, que tem 428 cv), mas no “original” já estamos a falar em ir dos 0 aos 100 km/h em 5,3 segundos, o que, convenhamos, seria uma maravilha, caso tivéssemos espaço para o fazer no dia-a-dia. Já em termos de autonomia combinada, o “nossa” Single Motor Extended Range também justifica o nome,



26 MINUTOS:
A ESTIMATIVA
DE TEMPO DE
CARREGA-
MENTO RÁPIDO PARA
IR DOS 10% AOS
80% DE BATERIA,
O QUE PODE
NEM SE COLO-
CAR SE TIVER
UMA WALLBOX
EM CASA

chegando até aos 476 km, bem acima do Single Motor, a versão mais económica das três, mas que se fica pelos 337 km, o que não sendo mau (são 67,4 km por dia, durante os cinco dias úteis da semana), poderá obrigar a um carregamento pelo meio. Isso já dificilmente acontece se fizermos a mesma conta para o Extended Range, que dá 95,2 km vezes cinco dias. Seja qual for a sua escolha, nada que uma paragem não resolva em 26 minutos, a estimativa de tempo de carregamento rápido para ir dos 10% aos 80% de bateria, o que pode nem se colocar se tiver uma wallbox em casa.

Depois é contar com a tradição Volvo na segurança, seja no próprio apoio à condução ou mesmo em inovações: quando abrir a porta, não se admire se for alertado, caso algo que não viu, como um ciclista, se estiver a aproximar. Ainda podíamos falar sobre muita coisa, após uma semana ao volante do EX30, mas

vamos optar por destacar uma possibilidade já conhecida na Volvo e que mesmo assim merece destaque: a condução só com um pedal, ideal para o pára-arranca. Levante o pé do acelerador e vai reduzir instantaneamente a velocidade, travando o automóvel até parar, além de que está também a alimentar a bateria, enquanto dirige de forma relaxada.

No final, é estacionar, com a ajuda das câmaras, que oferecem uma visão aérea panorâmica de 360°, mostrada ao fazer marcha-atrás, junto às imagens frontal e traseira, num único ecrã dividido, dispensando alternar entre vistas. Caso o deseje, desfrute ainda do Park Assist: escolha o lugar de estacionamento e deixe o EX30 tratar do resto.

É fácil perceber porque se tornou no Volvo mais vendido em Portugal, um sucesso mundial e mais um passo a confirmar a visão do plano para se tornar uma marca exclusivamente eléctrica. Experimente e verá. ●

V O L V O

Novo Volvo EX90

Mais vantagens para si, mais espaço para todos

100% elétrico

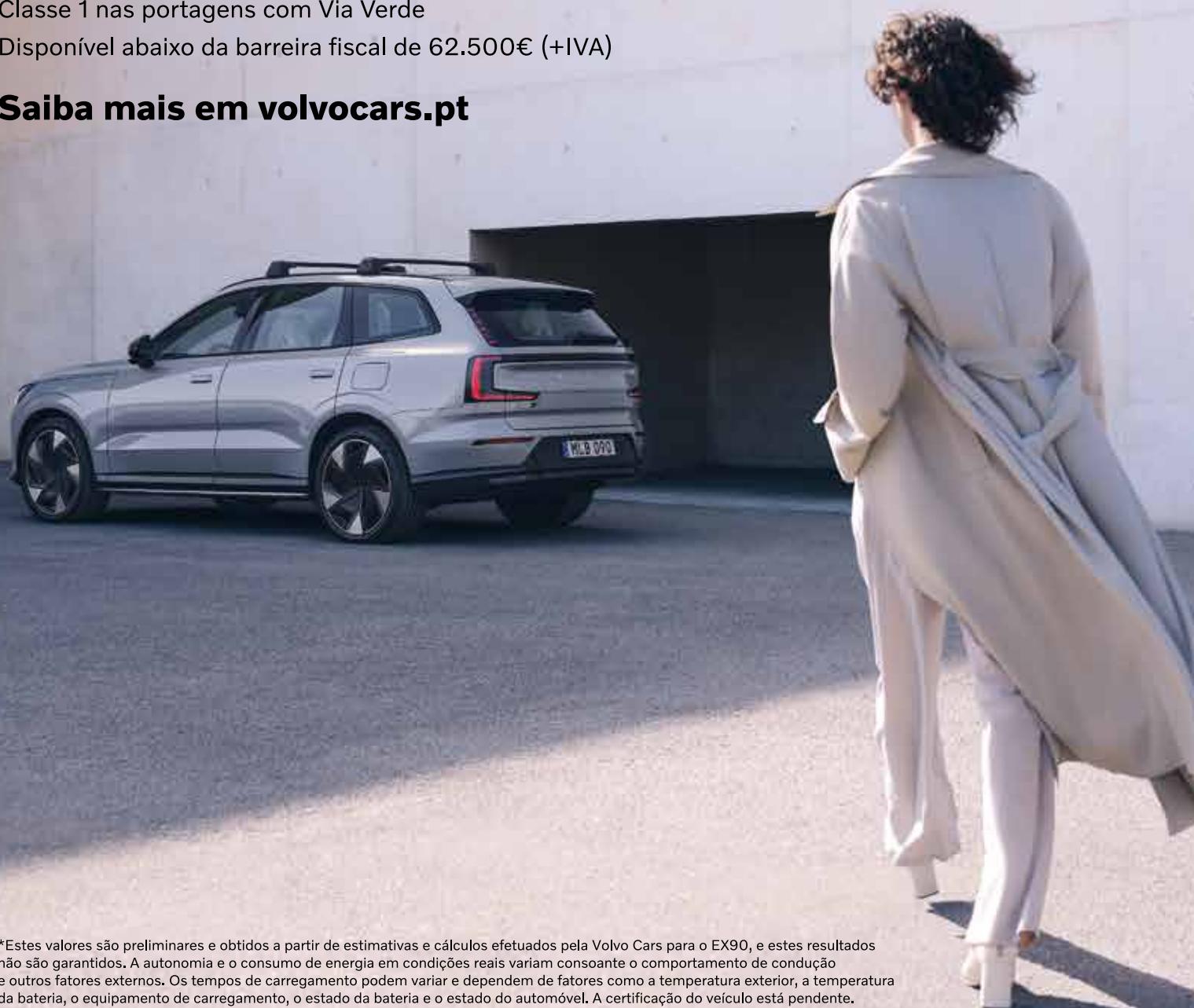
618 km de autonomia*

7 lugares

Classe 1 nas portagens com Via Verde

Disponível abaixo da barreira fiscal de 62.500€ (+IVA)

Saiba mais em volvocars.pt



*Estes valores são preliminares e obtidos a partir de estimativas e cálculos efetuados pela Volvo Cars para o EX90, e estes resultados não são garantidos. A autonomia e o consumo de energia em condições reais variam consoante o comportamento de condução e outros fatores externos. Os tempos de carregamento podem variar e dependem de fatores como a temperatura exterior, a temperatura da bateria, o equipamento de carregamento, o estado da bateria e o estado do automóvel. A certificação do veículo está pendente.

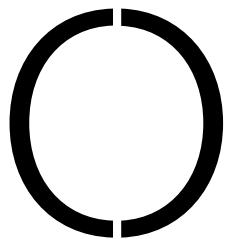


ESPECIAL AUTOMÓVEIS PARA EXECUTIVOS

VOLKSWAGEN

EXPERIÊNCIA CONECTADA

A NONA GERAÇÃO DO PASSAT É MAIOR, MAIS
CONFORTÁVEL E DE QUALIDADE AINDA MAIS ELEVADA



s clientes executivos são, por norma, bastante exigentes na hora de escolher uma viatura. Claramente procuram uma marca ou modelo que lhes transmita total confiança e que vá ao encontro das suas necessidades e expectativas. É por esse motivo que, para esta tipologia de condutores, questões

como a segurança, a fiabilidade, o conforto, a tecnologia e o design, são factores preponderantes no processo de escolha de uma viatura. A Volkswagen é uma marca atenta às necessidades desta tipologia de consumidores e posiciona-se com uma forte ofensiva de produto neste segmento.

Nesse sentido, a marca destaca o Novo Passat, que teve a sua estreia mundial em Agosto de 2023, com lançamento no mercado português em Julho deste ano. Está equipado com uma série de inovações, como um conceito intuitivo de visualização e utilização, um interior de alta



PRESTÍGIO

A MARCA VOLKSWAGEN VEÍCULOS DE PASSAGEIROS ESTÁ PRESENTE EM MAIS DE 150 MERCADOS EM TODO O MUNDO E PRODUZ VEÍCULOS EM MAIS DE 30 LOCAIS EM 13 PAÍSES. EM 2021, A VOLKSWAGEN ENTREGOU 4,9 MILHÕES DE AUTOMÓVEIS



qualidade, um novo sistema de controlo adaptativo do chassis, bancos de classe premium e unidades híbridas plug-in com autonomia elétrica até 120km. O Novo Passat representa a nona geração de um dos automóveis de dimensão média mais bem-sucedidos do mundo, com mais

» Com o Novo Passat, priorizámos o elevado conforto de condução e de viagem que os clientes vão sentir de imediato

de 50 anos de história e mais de 30 milhões de unidades vendidas.

Ao conceber este modelo, a Volkswagen explorou plenamente o potencial da plataforma modular transversal na sua nova fase de desenvolvimento - MQB evo, abreviadamente. Kai Grünitz, membro do Conselho de Administração da marca responsável pelo Desenvolvimento, explicou: «Com o Novo Passat, priorizámos o elevado conforto de condução e de viagem que os clientes vão sentir de imediato. Isto é garantido, entre outros aspectos, pela maior distância entre eixos e novo sistema de chassis adaptativo com amortecedores de duas válvulas. O nosso novo conceito de ecrã e utilização é, também, muito intuitivo e os bancos de massagem com controlo climático demonstram o nosso padrão premium no interior».

A arquitectura interior foi concebida com base num novo conceito. Graças a materiais de alta qualidade e um isolamento acústico eficaz,

a qualidade e o conforto gerais são elevados a um Novo nível. Os bancos dianteiros ergoActive vão estar disponíveis como opção. Estes bancos dispõem de regulação elétrica (até 14 vias, consoante o modelo e o equipamento), além de funções de massagem e de refrigeração com diferentes configurações.

Do mesmo modo, a nova arquitectura do interior do Passat implementa sistematicamente o feedback dos clientes da Volkswagen com o objectivo de tornar a condução tão intuitiva quanto possível. Por isso, conta com um novo cockpit e um novo sistema de infotainment. O novo ecrã de infotainment de série mede 32 cm (12,9 polegadas). Há também um novo ecrã de 38 cm (15 polegadas) como opção, ou dependendo do equipamento. Os controlos tácteis iluminados encontram-se por baixo do ecrã de infotainment e são utilizados para regular funções como a temperatura interior e o volume. A Volkswagen oferece ain-

TECNOLOGIA

Graças à tecnologia MQB evo, o novo modelo pode ser equipado com diferentes tipos de motor. Será proposto com motores turbodiesel (TDI), motores a gasolina turboalimentados (TSI), motores a gasolina turboalimentados híbridos suaves (eTSI) e sistemas híbridos plug-in (eHybrid). A autonomia elétrica das novas unidades híbridas plug-in foi aumentada para até 120 quilómetros em comparação com os antecessores, dependendo do equipamento. Além disso, o carregamento em corrente alternada é mais rápido em todas as versões eHybrid e, pela primeira vez, o carregamento em corrente contínua também será possível de série.



CARACTERÍSTICAS

- Versão Fiscal Híbrida Plug In inserida no patamar de tributação autónoma dos 35 000€ + IVA
- Duas motorizações Híbridas Plug-in (eHybrid) com uma potência de 204 cv e 272 cv
- Autonomia 100% elétrica de até 120km - Bateria de 19,7 kWh (capacidade líquida de energia)
- Carregamento Rápido até 50 kWh em DC e 11 kWh em AC
- Autonomia total de até 1 000 km
- Novo sistema de info-entretenimento de 12,9" e de 15" (em opcional) com a assistente de voz IDA e inteligência artificial ChatGPT
- Distância entre eixos 50 mm mais longa, com mais 50 mm de espaço disponível para as pernas na traseira e uma capacidade de bagageira de 690 litros (até 1.920 litros com a segunda fila de bancos rebatida)

da, como opção, um novo head-up display que projecta a informação no para-brisa, ou seja, no espaço virtual à frente do veículo. Além disso, o volante multifunções volta a ter botões físicos - para facilitar ainda mais a condução.

ESPAÇO E SUSPENSÃO

O Novo Passat é muito maior do que o seu antecessor. O comprimento (mais 14 centímetros) aumenta o espaço para as pernas em mais 5 centímetros. A capacidade da bagageira é também aumentada em 40 litros para 690 litros (quando carregada até à altura dos encostos dos bancos traseiros), e ainda em 140 litros, para 1920 litros, quando o banco traseiro é rebatido.

Inúmeras inovações melhoraram o equipamento deste novo modelo:

maior rigidez de curvatura e maior força lateral de direcção do eixo traseiro de quatro elos (maior estabilidade do eixo traseiro e, portanto, maior segurança de condução), uma nova configuração de direcção eletromecânica, barras estabilizadoras e amortecedores modificados e adaptações para diferentes jantes. A relação de direcção mais directa e a distância entre eixos mais longa do Passat têm um efeito positivo adicional nas características de condução.

A Volkswagen oferece ainda uma geração mais desenvolvida do controlo adaptativo do chassis para o seu best-seller: a Suspensão Adaptativa DCC Pro com amortecedores de duas válvulas. Este sistema reage continuamente ao piso e à situação de condução, tendo em conta parâmetros como a direcção, a travagem e as manobras de aceleração. O amortecimento ideal é calculado para cada roda e ajustado nos amortecedores em frações de segundo. O condutor tem a opção de ajustar o DCC de acordo com as suas preferências - de muito confortável a muito desportivo. Por outras palavras: mais conforto e dinâmica.

Relativamente à iluminação, nos seus pacotes de configuração premium, o Passat oferece uma nova geração de IQ.LIGHT LED Matrix. Estes faróis são mais potentes e planos do que a versão anterior e possuem um feixe principal de alta performance com um alcance de cerca de 500 metros. Na traseira, o modelo possui uma faixa horizontal contínua de LEDs para os faróis traseiros. ●



Novo Passat

A Classe Executiva Reinventada

Para quem quer impressionar ou simplesmente fazer um bom trabalho. Ou porque não os dois? O Novo Passat é a entrada para uma nova era, mais moderna, flexível e descontraída. A autonomia em modo elétrico até 120km e o Controlo de Chassis Adaptativo são novidades visivelmente discretas, mas durante as viagens fazem toda a diferença.

Feche mais um bom negócio e prepare-se para o sucesso,
sem abdicar do bem-estar.

Híbrido Plug-in
Por **34.990€* + IVA**

**Oferta exclusiva
para empresas**



*Exemplo para Volkswagen Passat 1.5 TSI 204cv PHEV DSG. Inclui desconto promocional e pintura metalizada. Veículo exibido mostra equipamento opcional.

Campanha Exclusiva a Concessionários Volkswagen Aderentes. Válido para Empresas e ENI's com contabilidade organizada, até 31/12/2024. Imagem não contratual.
Consumo Elétrico Combinado kWh/100km de 15,9. Consumo de Combustível Combinado em l/100km de 0,4. Emissões de CO₂ em g/km de 8.



volkswagen.pt

auto. monitor

A abordagem **360º**
ao mundo automóvel



automonitor.pt