JE editors

·TALKS·

Em direto através do site **www.jornaleconomico.pt**
ou em **www.facebook.com/JornalEconomico**

1 outubro | **17h00**

Conheça o impacto da pandemia na eletrificação da frota automóvel
e no prolongamento dos contratos nesta indústria.
Esperamos por si!

Convidados:

Este suplemento faz parte integrante do Jornal Económico Nº 2060 não pode ser vendido separadamente

25 setembro 2020 | **ESPECIAL**

ESPECIAL

GESTÃO DE FROTAS

OE2021 É OPORTUNIDADE PARA ACELERAR MOBILIDADE ELÉTRICA

A eletrificação a 100% dos veículos será o verdadeiro motor de crescimento da mobilidade elétrica. A tendência chegou às frotas e as empresas estão a aproveitar os benefícios fiscais mas também mudaram as atitudes. As frotas representam 50% a 70% das vendas da generalidade das marcas e a pandemia acabou por ser um motivo suplementar para a opção tecnológica e a digitalização dos processos.

ANÁLISE

OE 2021 é uma oportunidade para intensificar a mobilidade elétrica ● II

ENTREVISTA

Teresa Ponce de Leão
Presidente da APVE e do LNEG

"Para o longo curso está a emergir o hidrogénio verde" ● IV

FÓRUM

Qual o impacto da Covid-19 e quais as soluções para minimizar a quebra da economia ● VIII

MERCADO

Os lançamentos de veículos eletrificados de 2020 e 2021 ● XI

ANÁLISE

OE 2021 é uma oportunidade para intensificar a mobilidade elétrica

A tendência para a alteração comportamental a nível de motorizações eletrificadas nas frotas é irreversível. E o Orçamento do Estado para 2021 é, assim, uma oportunidade para acelerar.

VÍTOR NORINHA
vnorinha@jornaleconomico.pt

Reuters

As marcas continuam a investir forte nos veículos plug-in híbridos e 100% elétricos e o mercado de frotas está a responder. Em termos de volume total ainda é pouco expressiva, comenta António de Oliveira Martins, vice-presidente da ALF. Aliás, os números de 2020 indicam que os veículos eletrificados representam cerca de 18% do total dos automóveis ligeiros de passageiros vendidos no país, sendo que estão divididos em parcelas idênticas para híbridos, híbridos plug-in e 100% elétricos. Os fatores fiscais são determinantes para esse crescimento e, por isso, o Orçamento do Estado para 2021 é uma oportunidade. Diz o mesmo dirigente associativo que a expetativa é que a atividade de renting, que tem sido um dos grandes instrumentos para aceder a esse tipo de veículos, desempenhe esse papel, mas para isso há medidas que "poderiam ajudar" na recuperação. E cita a já proposta isenção de tributação autónoma às empresas que apresentem prejuízos fiscais, assim como o aumento dos benefícios fiscais nas viaturas elétricas e híbridas associadas às "políticas verdes" e uma política de incentivo ao abate que não discrimine todos os tipos de acesso à mobilidade".

Aliás, todos os operadores ligados a frotas e à venda de veículos elétricos são unânimes em considerar que seria desejável que se mantivessem "ou até reforçassem os incentivos para os veículos elétricos, incentivando a renovação e descarbonização das frotas" no país, frisa o Fleet Section Manager da Nissan em Portugal, Rui Alves.

Tendências

Definitivamente os clientes de frotas estão a mudar as tendências. Pedro Pessoa, diretor comercial da LeasePlan, a maior gestora nacional de frotas, diz que "a opção pela mobilidade elétrica faz cada vez mais sentido para as empresas, tendo em conta um conjunto de motivos que vão desde os ambientais, consumos e contabilísticos, que se prendem com os benefícios fiscais associados. Com uma maior consciencialização de como as frotas das empresas podem contribuir para uma importante redução das emissões, temos vindo a desenvolver uma abordagem diferente da gestão de frotas no que diz respeito à sustentabilidade". E adianta que, de acordo com a 2ª edição do estudo "Motorizações", realizado pela equipa de consultoria da LeasePlan, "as empresas apostam cada vez mais na mobilidade elétrica, havendo assim um grande potencial por explorar nas frotas empresariais no que respeita às motorizações sem emissões". Por seu lado Ricardo Tomaz, diretor de Marketing Estratégico da SIVA, diz que a opção dos clientes de frotas por veículos eletrificados "é um movimento irreversível. Por enquanto, as empresas interessam-se pelos híbridos plug-in que contam com importantes benefícios fiscais ao nível da tributação autónoma, mas à medida que a oferta dos 100% elétricos se alargar, este será o verdadeiro motor de crescimento da mobilidade elétrica". Maurício Marques, da Locarent, assinala que "com a crescente evolução tecnológica e a mitigação dos problemas de usabilidade, como os tempos de carregamento e autonomia, esta opção está cada vez mais presente". Adianta ainda que, no segmento empresarial, são os híbridos que têm uma maior procura, mas salienta que os 100% elétricos serão uma realidade evidente a curto prazo. No segmento particular, urbano e suburbano, a opção crescente por viaturas 100% é já notória".

[Está] a emergir um outro "vetor energético, o hidrogénio verde, que permite produzir veículos elétricos com 'fuel-cell' com maior autonomia

Outro tema relevante é o dos valores residuais que são impactados pelas compras dos rent-a-car, mas a redução de compras acabou por ter um efeito benéfico nos valores residuais. A oferta desses carros foi substancialmente reduzida no mercado de usados. Diz Nuno Jacinto, diretor comercial da ALD Automotive que, "durante o confinamento, a quebra de vendas de usados foi superior a 90%. O impacto refletiu-se nos valores mas, acima de tudo, na ausência quase total de vendas. Entretanto, o mercado tem vindo a dar sinais de franca retoma, mas alguns modelos nunca recuperaram os valores de venda para os níveis anteriores à pandemia." Nuno Soares, diretor de Vendas de Frota da Toyota/Lexus, questionado sobre o efeito da pandemia na evolução das vendas, diz que na respetiva carteira de clientes não sentiu "um impacto imediato muito significativo na política e decisões de gestão de frota, quer pelo facto de uma grande parte se encontrarem em setores que mantiveram um nível adequado de atividade (Estado, indústria, construção, distribuição), quer por termos articulado também com as gestoras de frota a substituição de motorizações tradicionais (diesel) pelas nossas motorizações híbridas, mais eficientes ao nível de TCO. Se a situação pandémica se prolongar, poderemos vir a assistir a médio prazo a algumas alterações nas políticas de frota". Jorge Magalhães do grupo PSA Portugal, assinala o facto de o seu grupo assegurar o "remarketing das viaturas seminovas que chegam ao mercado", o que permite "garantir a valorização dos produtos, a estabilidade dos preços no mercado e, por consequência, o valor dos veículos que são adquiridos".

Um tema não menos importante é lançado por Teresa Ponce de Leão, presidente da APVE, a Associação Portuguesa de Veículos Elétricos, que acredita que os problemas ao nível do carregamento elétrico e da autonomia das baterias serão ultrapassados, mas alerta para o facto de estar a emergir um outro "vetor energético, o hidrogénio verde, que permite produzir veículos elétricos com fuel-cell com maior autonomia. Estes poderão ser os veículos do futuro para o longo curso.

PUB

SIVA

/PTAudi

A pensar nos CFO e no CO2.

Os modelos Audi Híbridos Plug-in Q5 TFSIe e A6 TFSIe são a solução mais amiga do ambiente e de quem faz bons investimentos. Com redução de 75% do valor de ISV, dedução do IVA a 100% e metade da tributação autónoma em relação a um veículo a combustão equivalente*.

*Vantagens aplicáveis para preço de venda inferior a 50.000€ + IVA.

Audi Na vanguarda da técnica

ENTREVISTA TERESA PONCE DE LEÃO presidente da APVE e do LNEG

“Para o longo curso está a emergir o hidrogénio verde”

Os veículos elétricos são ajustados para o transporte citadino, enquanto para maiores distâncias e longo curso está a emergir o hidrogénio verde, afirma Teresa Ponce de Leão, presidente da Associação Portuguesa do Veículo Elétrico.

VÍTOR NORINHA
vnorinha@jornaleconomico.pt

A evolução no sentido da eletrificação automóvel está a ser prejudicada pelo surto pandémico que ainda decorre?
Ainda é cedo para termos números credíveis e comparáveis, e não sabemos igualmente qual vai ser o ritmo da retoma. No entanto, há vários fenómenos que nos devem levar a refletir. Se, por um lado, a pandemia provocou uma diminuição da utilização dos transportes públicos – o tráfego na rede do Metro de Lisboa está atualmente nos 50% e no grande Porto os transportadores queixam-se do mesmo efeito – o grande desafio é voltar a chamar as pessoas para o transporte público, que terá que transmitir segurança. Neste período ocorreu um abrandamento enorme no comércio do setor automóvel mas, por outro lado, a venda de carros usados disparou. Segundo o Observatório INDICATA, a venda de carros usados disparou e Portugal lidera esse mercado na Europa. Ora, isto indicia mudança de comportamentos impulsionados pelo medo de usar transportes públicos. As bicicletas também tiveram uma muito maior procura neste período recente.

As campanhas a ilustrar a necessidade de mudança de mentalidade, no sentido da eletrificação automóvel, estão a ter resultados?
Vivemos um momento com muitas incertezas e é arriscado afirmarmos algo perentório. Quaisquer campanhas têm dificuldade de apresentar resultados facilmente quantificáveis usando apenas meios de sensibilização. A mudança de comportamentos faz-se porque as pessoas experimentam benefícios, ou no conforto, ou na redução de custos, ou no status que, no caso dos veículos elétricos (VE), é predominante, por enquanto. A este propósito há uma fábula de Esopo que me persegue desde miúda: “um homem caminhava com uma capa e os elementos da natureza – Sol e Vento – apostaram quem era mais forte. Veio o vento, soprou com a maior força que tinha mas o homem agarrou-se com toda a força à capa e não foi bem sucedido. Veio o sol, que começou a raiar com intensidade e sem mais, o homem despiu a capa”. Os comportamentos moldam-se à medida das necessidades e precisam perceber as vantagens.

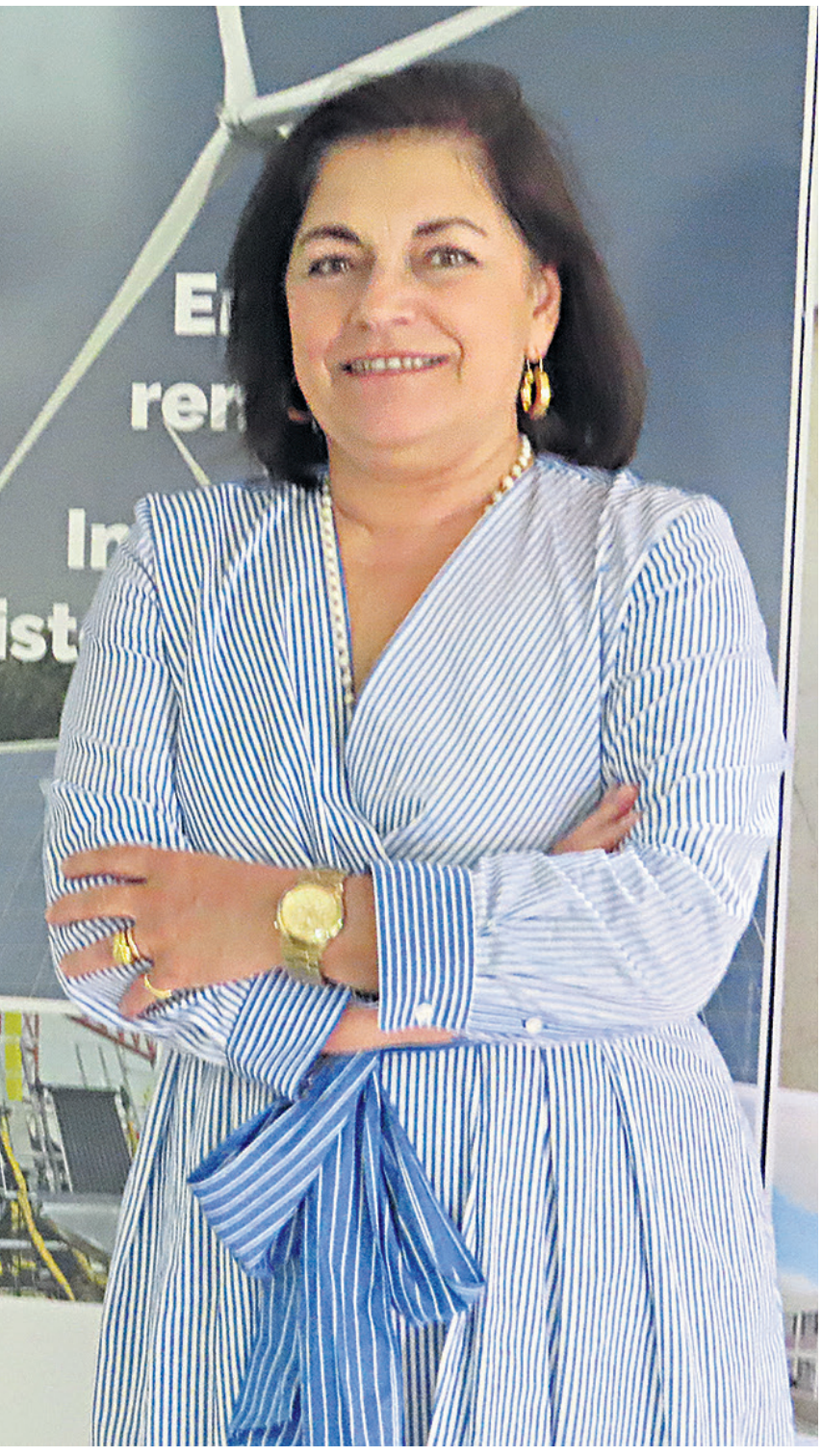
Considera ser necessário acelerar a transformação nacional para a mobilidade elétrica? O que pode ser feito nesse sentido?
Há incentivos por parte do Governo. Já há soluções maduras para acomodar os VE aos pontos de carregamento públicos ou privados, os pontos de carregamento têm soluções tecnológicas amadurecidas, já foi criado um modelo de negócio e constituem um mercado à exceção do carregamento super rápido em corrente contínua. Neste ponto a APVE criou um Grupo de Trabalho para estudar o enquadramento legal e a regulamentação. Falta legislação e normas, problema que se estende a toda a Europa. Fruto do trabalho impulsionado pela APVE, está neste momento um documento publicado pela ERSE. A digitalização que está cada vez mais a permitir uma melhor gestão dos sistemas de energia é crucial para gerir os carregamentos garantindo que a oferta e a procura de energia se ajustam.

> “Penso que será esta a tecnologia [hidrogénio verde] que estará disponível para descarbonizar os transportes que representam 25% das emissões poluentes

Deve o OE 2021 trazer incentivos nesse sentido? O que pode ser feito?
Mais que os incentivos são as medidas de política alinhadas com os objetivos que fazem falta. Um bom enquadramento legal que facilite o funcionamento do mercado tem mais efeito que um incentivo que nunca poderá ser de valor elevado. Vou dar um exemplo. Fala-se no meio dos automóveis, já há algum tempo, da necessidade de criar legislação para transformar os VCI (térmicos) em VE. Este mercado vai ao encontro do imposto pelo PNEC (Plano Nacional Energia e Clima 2030) no que respeita à Economia Circular, em vez de abater, recicla. Mas acontece que não há legislação nem regulamentação que permita legalizar esta atividade que, para além de ajudar na redução de resíduos, melhoraria o ar que as populações respiram e reduziria a despesa das autarquias no transporte de doentes e crianças para a escola. O conceito de Economia Circular deve estar presente no nosso dia a dia. Os processos e respetivas cadeias de valor devem ser avaliados em todas as suas etapas e só assim se podem comparar e qualificar com indicadores credíveis dos respetivos impactos. “Accountability” precisa-se.

Os problemas de carregamento elétrico e de autonomia das baterias estão globalmente ultrapassados?
Os VE, por enquanto, são particularmente ajustados a um transporte citadino num raio de poucas centenas de quilómetros. O LNEG tem três VE que servem perfeitamente as tarefas do dia a dia dentro de Lisboa e Porto. Não são adequados para as deslocações entre Porto, Lisboa e Aljustrel, para falar dos nossos campus. Para maiores distâncias e longo curso está a emergir um outro vetor energético, o hidrogénio verde (produzido a partir de fontes renováveis), que permite produzir VE com Fuel-cell com muito maior autonomia. Penso que será esta a tecnologia que estará disponível para descarbonizar os transportes que representam 25% das emissões poluentes.

Considera que o consumidor se sente tranquilo quando compra um veículo 100% elétrico?
Os VE têm vindo a afirmar-se como contribuintes para um conjunto de benefícios para a sociedade e para o ambiente que têm que ser percebidos. Na eficiência energética – podem ser três vezes mais eficientes que os veículos a combustão interna (VCI). Na segurança de abastecimento – o sistema de transporte tende a tornar-se menos dependente de importações e a diversificação de recursos torna-se realidade já que a eletricidade pode ser produzida a partir de diversas fontes renováveis locais. Na poluição do ar – sem emissões poluen-


D.R.

tes, os VE são particularmente benéficos para a circulação nas cidades onde os cidadãos estão expostos a emissões perniciosas para a saúde. Na redução de emissões com efeito de estufa – se alimentados a eletricidade verde. Adicionalmente, os VE que armazenam energia nas baterias podem oferecer serviços de flexibilidade ao sistema. No ruído – reduzem a poluição sonora. Na manutenção – os custos de manutenção, tendo em conta o reduzido número de peças móveis, o facto de não haver necessidade de mudanças de óleo, de adição do adblue, é muito mais baixo. No desenvolvimento industrial – facilitadores na redução de custos na tecnologia das baterias e fuel-cells que apresentam sinergias e são fatores chave na cadeia de valor para a competitividade industrial.

Que comentário faz sobre alguns estudos que indicam que o *plug-in hybrid* são tão ou mais poluentes do que os tradicionais veículos térmicos?
É tudo uma questão de análise de ciclo de vida. Qualquer produto tem que ser avaliado em toda a sua cadeia de valor. Materiais usados, como são recolhidos e transportados esses materiais, com são fabricados e como são usados. Todas estas etapas representam consumo de energia. Em todas as etapas a energia pode ser verde ou mais ou menos cinzenta. Na etapa de utilização também a eletricidade pode ser cinzenta pois depende da fonte ou *mix* de fontes que a produziu.

Devem os veículos *plug-in hybrid* sofrer restrições de circulação a prazo?
Pelo que disse atrás, devemos tender para uma economia descarbonizada onde só caberão os combustíveis limpos e os processos de produção sem resíduos e alimentados a energia verde. Todos os veículos terão que se adaptar as estes padrões, os *plug-in hybrid* não são exceção.

Em termos de tendência futura poderá um outro tipo de motorização, caso do hidrogénio e outras soluções, vir a ser uma alternativa aos veículos elétricos?
Como referi atrás, o hidrogénio, que terá de ser verde, será o vetor por excelência para o longo curso, transporte marítimo, caminho de ferro, aviação, e também será passível de exportação.

O tema das baterias em segundo ciclo de vida está a ser resolvido pelos fabricantes?
Já há empresas, e dou o exemplo da ZEEV, que têm preocupações de sustentabilidade sem prejudicar a rentabilidade e que conseguem fazer crescer o seu negócio inovando. Diversificar e aproveitar sinergias é uma forma de inovar, por exemplo combinando tecnologias afins como painéis fotovoltaicos e baterias. Ou investigando, como dar uma segunda vida às baterias usando-as como estacionárias, por exemplo, maximizando a produção das centrais solares fotovoltaicas, tornando-as mais estáveis e resilientes, ou nas habitações em complemento à produção própria, armazenando energia excedente para utilizar nas horas de não produção.

Não deve o tema da eletrificação chegar aos projetos de unidades fabris e aos projetos residenciais de forma a que não se torne um problema futuro a nível de saturação da rede de carregadores?
O exemplo que acabei de dar vai nesse sentido: usar a produção local para armazenamento local não havendo sequer necessidade de ligação à rede elétrica.

A capacidade de fornecimento de energia no país é suficiente para que todo o território possa ter veículos eletrificados?
Como já referi, o futuro passa por outros vetores para além da eletricidade, e mesmo esta forma de energia não precisa de ser obtida a partir do sistema central, a sua produção pode ser distribuída, local, e isolada do sistema. A Comissão Europeia acabou de apresentar a estratégia para o Sistema de Energia Europeu definindo-o como um sistema de sistemas e propondo como caminho a integração otimizada de sistemas (ESI), sistemas de energia que comunicam e que com a digitalização se otimizam globalmente. Um sistema em que o desenho dos mercados faz coincidir a procura com a produção ou vice-versa.

Mobilidade sustentável empresarial é muito mais que uma questão de gestão de frota

JANE HOFFER
CEO da GoWithFlow

À primeira vista, o caminho para a "mobilidade sustentável" parece fácil - basta trocar os veículos de combustão interna por veículos elétricos ou híbridos, certo? Pense de novo. O valor real de um projeto de mobilidade sustentável ultrapassa em muito os limites da gestão de frota e abrange toda a empresa.
O retorno sobre o investimento em mobilidade sustentável nas empresas atinge quase todos os aspetos de uma organização, desde os recursos humanos às finanças, da gestão de ativos à gestão de energia, do atendimento à fidelização de clientes.
As empresas que adotam esta visão holística de mobilidade verde têm muito a ganhar.
Atrair e reter talentos pode ser um desafio para qualquer organização, especialmente tendo em consideração o quão competitivas certas regiões geográficas são para encontrar e manter bons colaboradores.

96%
dos trabalhadores que descrevem a sua empresa como líder em sustentabilidade afirmam que recomendariam o seu local de trabalho.
Fonte: Pesquisa de Sustentabilidade dos Trabalhadores da HP 2019

Quando direcionada para os colaboradores, uma aposta na mobilidade sustentável traduz-se em programas de mobilidade que beneficiam todos, tanto os que usam transportes públicos, os que conduzem veículo próprio ou os que usam veículos corporativos para deslocações pendulares ou em âmbito operacional.
Com uma infraestrutura de carregamento bem planeada é possível incentivar os colaboradores, tornando mais fácil utilizarem veículos elétricos. A oferta de carregamentos ou com desconto para veículos pessoais, conjugadas com aplicações corporativas permitindo a reserva de pontos de carregamento ou envio de alertas de disponibilidade ou bateria carregada, são algumas das medidas possíveis de implementar. Estas vantagens podem ser usadas em conjugação com outros benefícios salariais.
Um programa de mobilidade sustentável pode promover a rentabilização e aproveitamento da sua frota empresarial, transformando esses ativos em serviços a disponibilizar aos seus colaboradores, clientes ou rede de parceiros. É, por exemplo, possível criar um sistema de reservas para permitir o uso dos veículos elétricos corporativos fora do horário comercial, acrescentando formas mais tangíveis de demonstrar os benefícios da abordagem sustentável para todo seu ecossistema.

Gestão de mobilidade sustentável integrada
A avaliação de uma iniciativa de mobilidade sustentável empresarial é aparentemente complexa, mas o verdadeiro valor reside no mapeamento de um plano estratégico flexível que permita tirar o máximo proveito das necessidades atuais, dotando-as de capacidade de adaptação para o futuro.
1. Alinhe a sua organização: A mobilidade sustentável empresarial abrange vários pontos, por isso, qualquer plano deverá incluir os vários constituintes de toda a sua empresa.
2. Faça perguntas: Compreenda a perspectiva do utilizador, sejam eles colaboradores, motoristas, parceiros ou clientes.
3. Priorize para o sucesso: Priorize programas para uma implementação eficaz e mensurável e desenvolva as métricas de sucesso que irão apoiar os objetivos de sustentabilidade empresarial e gerar benefícios em cada departamento.
Ao incluir os recursos humanos e os seus colaboradores no seu planeamento de mobilidade sustentável, irá ganhar uma força crítica na competição para ser um empregador mais atrativo.
Jane Hoffer é CEO da GoWithFlow, a startup sediada em Matosinhos que fornece soluções de Gestão de Mobilidade Sustentável para empresas e organizações.

Com o apoio

ENTREVISTA ANTÓNIO DE OLIVEIRA MARTINS Vice-presidente da ALF – Associação Portuguesa de Leasing, Factoring e Renting

Peso dos particulares no renting aumentou durante a pandemia

Se as grandes empresas preferiram prolongar contratos, nas PME foi clara a redução do negócio, enquanto os particulares reforçaram o renting, afirma Oliveira Martins, vice-presidente da ALF.

VÍTOR NORINHA
vnorinha@jornaleconomico.pt

Como tem sido o comportamento do setor a nível do renting face a meses consecutivos de pandemia?
Após um 1º trimestre que indiciava um bom crescimento do renting, a pandemia de Covid-19 veio provocar uma redução acentuada na atividade no 2º trimestre. O renting manteve, contudo, o seu apoio aos clientes colaborando com estes para flexibilizar e prolongar os contratos. Os resultados do 1º semestre de 2020 revelam que o setor do renting foi responsável pela aquisição de 12.669 viaturas novas (10.201 de passageiros e 2.468 comerciais), no valor de 258 milhões de euros. Estes resultados representam uma quebra de 13,7% quer em número de viaturas, quer em valor. Apesar da quebra verificada na nova produção, a frota total gerida pelas empresas de renting manteve-se com uma evolução positiva, alcançando as 119 mil viaturas, no valor de 1,9 mil milhões de euros, resultando num crescimento de 3,0% e 5,5%, respetivamente.

O que tem sido feito pelas empresas do setor para mitigar a dificuldade dos clientes perante a redução dos negócios e menor necessidade de frota?
Perante o impacto do surto epidémico da Covid-19, as renting estão centradas, enquanto parceiras estratégicas, em identificar oportunidades de redução de custos e na flexibilidade no ajustamento de contratos de aluguer operacional. No renting, cada cliente é analisado de forma individual de forma a se poder atender às necessidades e características de cada um, e o setor tem feito um esforço no sentido de flexibilizar e prolongar a duração de contratos, como forma de contrariar as dificuldades sentidas neste ano, e num esforço contínuo de otimizar a frota e reduzir custos.

Quais os setores de negócio onde se registou maior quebra das frotas?
Não conseguimos destacar um setor de negócio uma vez que a atividade económica de vários setores que são tradicionalmente clientes do renting, foi afetada. Nas grandes empresas com políticas de frotas definidas, existe um maior destaque para o prolongamento dos contratos, enquanto nas PME existe uma maior tendência para a redução de novos negócios. Por outro lado, o peso dos particulares tem vindo a aumentar durante a pandemia.
Apesar do ambiente económico altamente incerto se refletir no investimento empresarial estamos certos de que perante uma situação de crise, as empresas reconhecem atualmente ainda mais as vantagens inerentes ao renting, que gere uma frota ativa de mais de 119 mil viaturas, pelo que através de economias de escala consegue obter vantagens que são repassadas para os clientes.

Quais as novidades expectáveis a nível fiscal no OE 2021 para o setor?
Ainda é precoce debater este tema, mas na nossa ótica, é crítico a retoma do incentivo ao abate, pelo menos na substituição de um veículo a combustão por um veículo elétrico, o que terá impacto positivo na eletrificação do parque automóvel, embora sejam necessárias outras medidas adicionais para garantir a sua eficácia, como o desenvolvimento da distribuição da rede de abastecimento e a necessidade de se criar uma estratégia fiscal adaptada à nova realidade da mobilidade automóvel.

> Os resultados do 1º semestre de 2020 revelam que o setor do renting foi responsável pela aquisição de 12.669 viaturas novas, no valor de 258 milhões de euros

Como tem evoluído a transição tecnológica para modelos híbridos e 100% elétricos? Os clientes estão a fazer a transição de motorizações?
No geral, as frotas estão a mudar progressivamente, encabeçadas pelas entidades públicas e grandes empresas. Começam com poucas unidades como experiência e posteriormente incorporam este tipo de solução quando adequado. As marcas automóveis têm investido muito no aumento e na melhoria da oferta das viaturas híbridas e elétricas. Porém, é uma tendência ainda pouco expressiva em termos de volume total, apesar de ter vindo a ganhar cada vez mais força, influenciada também por fatores fiscais. É indispensável o país estar dotado de uma rede de carregamento para se poder massificar o recurso a este tipo de viaturas.

Qual o crescimento previsível dos contratos com veículos eletrificados para o final deste ano?
Não conseguimos apurar uma previsão da evolução, especialmente no contexto atual da pandemia. Sabemos sim que a aquisição de veículos elétricos tem sido crescente, ano após anos, e que o renting tem sido dos principais instrumentos para aceder a este tipo de viaturas.

Pode antecipar números desta indústria no semestre vs. período homólogo e ainda projeções para o final deste ano vs. ano passado? É expectável uma recuperação em 2021? Em termos fiscais, o que poderia ser feito para ajudar a essa recuperação?
Com a retoma da atividade empresarial é expectável que no curto/médio prazo o setor volte ao crescimento positivo que apresentava antes da pandemia, apesar de ser incerto que tal aconteça já em 2021. Algumas medidas poderiam ajudar nesta recuperação, tais como a já proposta isenção de tributação autónoma às empresas que apresentem prejuízos fiscais, assim como o aumento dos benefícios fiscais nas viaturas elétricas e híbridas associados às 'políticas verdes' e uma política de incentivo ao abate que não discrimine todos os tipos de acesso à mobilidade.

PUB

Aderir ao seu cartão de frota bp é agora mais simples do que nunca

Temos a solução simples e perfeita para si que está interessado em aderir ao cartão de frota bp. Agora já pode aderir ao cartão de frota bp através do nosso site. Basta preencher o nosso formulário e todo o processo será online. Adira já ao BP Plus / BP+Aral via online, poupe o seu tempo, esqueça a burocracia e concentre-se no que é realmente importante para o seu negócio.

Visite-nos em **www.frota.bp.pt** e peça já o seu cartão.

Fleet Solutions

bp

FÓRUM

MAIS OFERTA DE VIATURAS 100% ELÉTRICAS VAI ACELERAR A NOVA MOBILIDADE

Será com mais oferta de veículos 100% elétricos, com elevado nível de autonomia e design arrojado, que a mobilidade elétrica irá crescer. Por enquanto, as empresas procuram mais o plug-in hybrid devido ao efeito fiscal. VÍTOR NORINHA

ENTRE AS QUESTÕES RELEVANTES PARA OS GESTORES DE FROTAS E MARCAS ESTÁ O IMPACTO DA PANDEMIA E AS SOLUÇÕES PARA MINIMIZAR O EFEITO DA QUEBRA DA ECONOMIA. O TEMA DA DIGITALIZAÇÃO PASSOU A SER MAIS RELEVANTE PARA OS FROTISTAS, ENQUANTO SE AGUARDAM MAIS AJUDAS FISCAIS. QUISEMOS AINDA SABER SE OS FROTISTAS ESTÃO A MUDAR PARA OPÇÕES DE VEÍCULOS ELETRIFICADOS; QUAL O IMPACTO DA QUEBRA DE COMPRAS POR PARTE DOS RENT-A-CAR; E O PESO DAS FROTAS NO VOLUME DE VENDAS DAS MARCAS.

RICARDO TOMAZ
Diretor de Marketing Estratégico da SIVA

"O impacto da Covid nas vendas a empresas teve como principal efeito o prolongamento dos contratos que as gestoras de frota estão a gerir. Ou seja, na maior parte dos casos, há adiamento das compras e da renovação de frota. A nível do projeto de transição para a digitalização e do ponto de vista do utilizador, podemos dizer que a pandemia acelerou o recurso à digitalização, como foi notório em muito outros setores. Em relação aos processos, em muitos casos este foi também o momento para aumentar a velocidade de transformação. Mais uma vez, isso depende dos setores de atividade. Sobre novidades fiscais para o setor inscritas no OE 2021 e infelizmente, tudo indica que se resumam os apoios ao setor apenas à compra de veículos elétricos, o que é importante mas insuficiente. O apoio ao abate de veículos em fim de vida é uma medida necessária dado o contexto de grave crise que o setor atravessa e que deverá piorar. Mas ela deve abranger os veículos com motor de combustão, até por razões de segurança rodoviária, mas sobretudo para retirar de circulação veículos antigos muito poluentes".
Sobre tendências dos clientes de frotas a opção por veículos eletrificados "é um movimento irreversível, do qual se veem os primeiros efeitos. Por enquanto, as empresas interessam-se pelos híbridos plug-in que contam com importantes benefícios fiscais (tributação autónoma) mas à medida que a oferta dos 100% elétricos se alargar, este será o verdadeiro motor de crescimento da mobilidade elétrica. Por outro lado podemos pensar que a redução do número de compras do rent-a-car tem um efeito benéfico nos valores residuais, porque reduz a oferta desses carros – num segundo tempo - no mercado dos usados. Quanto ao peso das empresas nas nossas vendas SIVA, o total é 72%".

RICARDO OLIVEIRA
Diretor de Comunicação da Renault

"A digitalização da atividade é evidentemente um processo em curso, iniciado muito antes da pandemia. Não sofreu atrasos ou um impulso especial pelas atuais circunstâncias na medida em que a digitalização da atividade e até mesmo de algumas fases do contacto com o cliente é uma evolução que consideramos estratégica. Sobre o OE 2021 consideramos que devia ser tida em conta a imperiosa necessidade de renovação do parque automóvel com medidas que ao mesmo tempo possam acelerar a transição para uma mobilidade mais sustentável. Em 2020 os veículos eletrificados (Híbridos (6%), Híbridos Plug-in (6%) e Elétricos (6%)) representam cerca de 18% do total de automóveis ligeiros de passageiros vendidos em Portugal. Ou seja, definitivamente, não estamos a falar de mercados de nicho e este crescimento não seria possível sem uma representatividade cada vez maior no mercado de frotas. A marca Renault, como líder de mercado, tem de estar fortemente presente em todas as frentes. O peso das frotas nas vendas da Renault é similar aquele que esse segmento de clientes tem no mercado. A Dacia é uma marca com uma presença nas frotas praticamente residual."

MAURÍCIO FREITAS MARQUES
Diretor de Marketing da Locarent

"Temos estado particularmente atentos e próximos dos nossos clientes no momento por que passamos. A pandemia não teve um impacto igual em todos os clientes e inclusivamente alguns deles incrementaram a sua atividade. A Locarent tem contactado proativamente os seus clientes e, sempre que necessário, tem encontrado soluções como alterações contratuais e, inclusivamente, acordos de pagamento com a finalidade de ajudar os nossos clientes a superarem este período difícil. Com a proximidade aos nossos acionistas – Caixa Geral de Depósitos e Novo Banco – temo-nos constituído como verdadeiros parceiros no encontro de soluções integradas. É ainda importante referir que o renting assegura a flexibilidade, que o financiamento bancário não tem, de se ajustar a contingências como as que vivemos. Perante quebras de atividade, alguns clientes solicitaram o vencimento antecipado dos contratos, que conseguimos fazer sem grande impacto financeiro desde que as viaturas não tenham quilómetros excedidos nem estejam em mau estado. A nível do processo de transição para a digitalização não teve nenhum revés. Antes pelo contrário. Depois do lançamento de uma nova imagem, a construção de um novo site na internet, o desenvolvimento de um renovado portal de cliente e a desmaterialização da faturação, a Locarent tem acelerado o seu plano de transição digital com vários projetos em curso. São disso exemplo a criação de uma APP, a digitalização/desmaterialização do processo de venda e a aposta, cada vez maior, nos meios digitais em termos de notoriedade e venda. Em relação ao OE 2021 será ainda cedo para definir cenários, sobretudo com as incertezas que pairam com a chegada do outono. Ainda assim, com o significativo impacto que este setor teve com a pandemia, aliado ao facto do setor automóvel ser um dos principais impulsionadores da dinâmica empresarial, é de prever novidades, designadamente no capítulo dos incentivos, acelerando a transição para a mobilidade elétrica. Por outro lado com a crescente evolução tecnológica e a mitigação dos problemas de usabilidade, como os tempos de carregamento e autonomia, esta opção é cada vez mais presente. No segmento empresarial, são ainda os híbridos que têm uma maior procura mas os 100% elétricos serão uma realidade evidente a curto prazo. No segmento particular, urbano e sub-urbano, a opção crescente por viaturas 100% é já notória. A Locarent tem apostado em alargar a sua oferta neste domínio com várias soluções que se adaptam às diferentes necessidades de cada cliente. Sobre os valores residuais não temos a perceção da degradação dos valores. A pandemia gerou uma forte contração da procura em praticamente todos os setores de atividade mas, no caso das viaturas usadas, a recuperação foi rápida, tendo inclusivamente ultrapassado já as vendas "pré--Covid". Este efeito, que muito deriva de uma maior procura por um meio de transporte mais seguro, impacta positivamente nos valores residuais. Esta é uma boa notícia para quem pretende usufruir de um meio seguro, precisamente neste tempo de insegurança, tempo esse que também é incerto no que toca à escolha pela motorização correta: gasolina?; diesel?; híbrido?; elétrico?, nomeadamente no que respeita à sua desvalorização a médio prazo. Com o renting o ónus dessa escolha não é preocupação do utilizador/cliente. Boa escolha, portanto!"

JORGE MAGALHÃES
Diretor de Comunicação do Grupo PSA Portugal

"Com o serviço Free2Move Lease, o Groupe PSA Portugal colocou-se e colocou as suas marcas Peugeot, Citroën, Opel e DS na linha da frente em matéria de soluções para os clientes profissionais. O Free2Move Lease assegura entre outras a oferta de contratos de Renting, e juntamente com as marcas, estamos sempre disponíveis para encontrar as melhores soluções para os nossos clientes. Neste período de pandemia, complexo e instável, e para aqueles que decidam que o prolongamento do contrato ou da quilometragem é a melhor opção, estamos disponíveis para avaliar e negociar essa solução, no entanto, de uma forma geral, a solução foi propor a renovação da frota das empresas que estivessem a chegar ao final dos contratos, uma vez que seria sempre possível obter rendas mais vantajosas, ou seja, o cliente beneficiaria de uma viatura nova sem encargos adicionais. Por outro lado e de uma forma geral, as nossas marcas já dispunham de um conjunto de ferramentas que permitiam contactar com os seus clientes e potenciais clientes de uma forma digital. As app MyCitroen, MyPeugeot, MyOpel e MyDS, a realização de avaliação de retomas online, ou as plataformas Citroën Carstore, Peugeot Webstore, Opel Webstore e DS Online Store são ótimos exemplos. Estas últimas são já uma aproximação às vendas online que, em Portugal, conhecerão a breve prazo, seguramente em 2021, uma forte evolução. Mas acreditamos que a relação entre as marcas e os clientes não serão nunca totalmente desmaterializadas, no entanto, vamos dispor garantidamente cada vez mais de ferramentas e de canais alternativos que promovam uma experiência confortável, fluida e adaptada em todas as interações que os clientes têm com as nossas marcas.
Em termos de OE para 2021 diria que vivemos dias de grande instabilidade e incerteza e com

mudanças rápidas que fazem parte do nosso dia a dia, por isso fazer previsões não é um exercício fácil, no entanto e apesar do cenário de contração económica que se avizinha, acreditamos que medidas de proteção à economia e de promoção do consumo serão uma prioridade. E aguardamos com expectativa quais as medidas previstas de incentivo às novas energias (veículos híbridos e elétricos). Além disso, Portugal tem um dos parques de veículos mais envelhecido da Europa e é necessário ajudar as empresas a renovar as suas frotas. Achamos necessário deixar de penalizar a compra e ajudar a uma renovação do parque para baixar as emissões.
Os veículos eletrificados são hoje uma realidade para as empresas e com uma tendência de crescimento quase exponencial. Pelo seu avanço tecnológico, e pelo enquadramento fiscal, os benefícios que as empresas podem obter através dos modelos 100% elétricos e híbridos plug-in das marcas Peugeot, Citroën, DS e Opel são notáveis.
Por outro lado a forma como posicionamos os nossos produtos, trabalhamos com as rent-a-car e como asseguramos o remarketing das viaturas semi-novas que chegam ao mercado, permitem-nos garantir a valorização dos produtos, a estabilidade dos preços no mercado e por consequência o valor dos veículos que são adquiridos pelos nossos clientes. Sabemos que, para a maioria deles, o valor residual é um bem precioso e nesse sentido o facto de não existirem flutuações abruptas nos preços é uma mais-valia que permite, no momento da troca, minimizar o investimento ou aceder a rendas mais vantajosas e consequentemente diminuir os custos."

MÁRIO NEVES
Managing Director
da Mercedes-Benz Vans Portugal

"A opção foi ouvir as necessidades dos nossos clientes de comerciais ligeiros Mercedes-Benz e tentar, na medida do possível, corresponder às mesmas numa perspetiva de médio e longo prazo, atendendo à situação desafiante para todas as partes. Por outro lado, com o confinamento, a transição para a digitalização foi acelerada em todas as vertentes, desde simples reuniões utilizando os vários sistemas já disponíveis, até à antecipação e desenvolvimento de projetos, como por exemplo um que visa permitir a utilização de assinaturas digitais na ativação de contratos de serviço.
O ano de 2021 será um desafio para todos os intervenientes na nossa sociedade e economia, pelo que a expetativa será de existir uma continuidade nas medidas fiscais dos últimos anos, ou seja, maior benefício para as viaturas mais amigas do ambiente. E sobre tendências existe um cada vez maior interesse para as viaturas elétricas, embora o mercado destas viaturas ainda não esteja num patamar que se perspetiva alcançar. Para satisfazer o interesse dos nossos clientes a Mercedes-Benz Vans vai lançar no 4º trimestre de 2020 quatro viaturas 100% elétricas, sendo três destas viaturas os primeiros modelos no segmento de Mid-Size Vans. E sobre a redução de compras associadas à quebra da economia existe pressão especialmente nas viaturas ligadas ao turismo mas ainda não sentimos uma degradação generalizada em todos os modelos.
As frotas têm um peso de cerca de 70% das vendas de comerciais ligeiros Mercedes-Benz.

NUNO JACINTO
Diretor comercial
da ALD Automotive

"Sabemos que os nossos clientes terão que tomar decisões para minimizar o impacto nos seus negócios, enfrentando os desafios imediatos da crise e avançando com melhorias estruturais de forma a estarem preparados para a próxima fase, pós-crise. É do conhecimento, que o setor automóvel foi diretamente impactado, criando possivelmente problemas de fornecimento e incerteza de preços. Neste contexto, o processo de produção, transportes, estruturas para preparação e entrega de viaturas foram impactadas e podem permanecer alguns atrasos. Devido aos constrangimentos mencionados com as novas contratualizações, os prolongamentos contratuais são uma excelente solução para os nossos clientes, que temos promovido ativamente e com grande sucesso.
Desta forma, conseguimos: Assegurar uma solução de mobilidade aos utilizadores a preços competitivos; evitar dificuldades no processo de renovação; e adiar o processo de decisão para momentos menos conturbados.
Por outro lado, a digitalização de todo o processo ao cliente era já um dos focos da ALD Automotive e esta fase, podemos afirmar que veio acelerar ainda mais este compromisso. Permanecemos próximos e o grau de prontidão e resposta aos clientes em relação aos serviços não sofreu alterações. Os nossos "escritórios virtuais" estão a funcionar de forma eficiente, num apoio, compromisso, dedicação e responsabilidade únicos por parte dos nossos colaboradores.
Adicionalmente, esta nova realidade de trabalho totalmente digital permitiu-nos acomodar outros hábitos de trabalho mais virtuais e acelerar processos para mais soluções digitais de contacto com os nossos clientes, no qual prevemos inclusive o lançamento do novo portal do cliente – MYALD, no último trimestre deste ano.
O crescimento das vendas de elétricos é um facto indesmentível. A grande questão que se coloca é se as infraestruturas de carregamento poderão acomodar muito mais veículos dos que os que circulam hoje nas nossas estradas. Os investimentos nesta área serão decisivos para assistirmos a uma consolidação das vendas dos veículos elétricos. Uma observação atenta e que tem vindo a ditar tendências nesta fase é a procura por soluções de mobilidade flexíveis: Aproveitando soluções já instaladas e de sucesso para os nossos clientes, como o ALD flex - alugueres de curto/médio prazo superiores a 30 dias, com possibilidade de devolução após esse período mediante aviso prévio de apenas 48 horas; ou na boa recetividade a novos recursos de ofertas competitivas e entrega imediata, como é exemplo o novo produto ALD 2life - Renting de veículos semi-novos de diferentes segmentos. Ambos os produtos assentam numa devolução sem penalizações finais, o que nos permite diversificar, garantir e maximizar a flexibilidade no que respeita à mobilidade dos nossos utilizadores."

JANE HOFFER
CEO
da GoWithFlow

"A solução de Gestão de Mobilidade Sustentável (SMM) da Flow inclui gestão de frotas de veículos como parte de uma plataforma tecnológica que integra múltiplas camadas. Começando no utilizador final, fazemos a integração de dados de dispositivos IoT, de utilizadores, de veículos, de postos de carregamento e de tudo o que impacta a mobilidade em geral. A um nível agregador, esta base tecnológica é responsável por depois fazer a integração dos dados de todo o ecossistema de mobilidade e, através da nossa camada de Analytics, processar estes dados e entregá-los ao decisor empresarial em diferentes visões, para que este possa usar a informação em tempo real para fazer alterações ou melhorias de forma rápida e eficiente. Na ótica operacional, a plataforma integra de uma forma completamente *seamless* o carregamento, combinando infraestrutura e veículos, permitindo a gestão de redes de pontos de carregamento, contemplando ainda a eficiência energética através de algoritmos avançados de *smart charging*. Além disso, a nossa solução de gestão de frota não é apenas para veículos elétricos - gerimos frotas heterogéneas como parte dessa visão mais ampla. Por exemplo, alguns dos nossos clientes gerem frotas com veículos elétricos e convencionais, de diferentes tipos - desde bicicletas a camiões. Desta forma, a solução de SMM da Flow permite que esses clientes façam a gestão integrada de todos os seus veículos e utilizadores, permitindo que reconfigurem as suas frotas da melhor forma para responder às metas de sustentabilidade e, ao mesmo tempo, fazer o melhor pelos seus colaboradores e clientes.
Existem três grandes vantagens para as empresas que implementam o sistema SMM da Flow. Primeiro, são capazes de planear a melhor configuração de frota e infraestrutura de carregamento para as necessidades dos seus negócios, atuais e futuras. Isto ajuda-as a fazer investimentos acertados que irão sustentar não só o seu crescimento, como também mapear de forma inteligente o orçamento de infraestrutura. Em segundo lugar, com uma visão unificada e em tempo real do seu programa de mobilidade empresarial, as organizações têm as informações que precisam - quando precisam - para tomar decisões sobre as operações da sua frota. Isto significa que podem fazer alterações de forma mais rápida e económica, alterando horários, utilização de veículos ou até mesmo opções de abastecimento que trazem benefícios financeiros. Por último, as empresas terão um guia para utilizar o programa de mobilidade como um componente-chave dos seus objetivos de sustentabilidade empresarial."

PEDRO PESSOA
Diretor comercial
da LeasePlan

"Com o cenário de redução significativa dos serviços da rede de concessionários e o fecho de muitas fábricas na Europa e no resto do mundo, durante algum tempo não nos foi possível garantir datas de previsões de entrega de veículos novos aos nossos clientes. Neste sentido, a extensão dos contratos dos veículos atuais e o renting de usados foram algumas das sugestões previstas no nosso plano de resposta para garantir a mobilidade dos nossos clientes.
O período que vivemos desde março trouxe muitas alterações nos hábitos e comportamentos que permitiram confirmar a importância da presença no digital e da disponibilização de todos os serviços à distância. Fomos capazes de assegurar a mobilidade dos nossos clientes contribuindo para a continuidade de funcionamento do país, o que demonstrou a relevância do setor frotista. Na LeasePlan, assistimos a uma mudança para um mercado de carros usados online (fomos pioneiros com a CarNext.com), com cada vez mais clientes a encomendarem o carro totalmente digital.
A nível de OE 2021 o que sabemos é que as negociações estão a começar, mas uma das maiores exigências do setor automóvel tem sido o regresso dos incentivos ao abate de veículos em fim de vida, algo que, de acordo com as últimas declarações do Ministro do Ambiente, poderá vir a ser uma realidade do próximo OE 2021, com a particularidade de apenas poder ser considerado para a troca de veículos de combustão por veículos elétricos. Este é um benefício a que somos particularmente sensíveis na LeasePlan dado a sustentabilidade fazer parte da nossa estratégia, tendo como objetivo atingir zero emissões na sua frota total em 2030.
No entanto, e apesar de acreditarmos no caminho traçado, esta implementação só é possível na medida em que exista oferta suficiente no mercado, nomeadamente, para a implementação da nossa estratégia.
Caso este incentivo se confirme, esta será uma excelente novidade para o setor que não apenas permitirá apoiar a transição para a mobilidade verde, como nos deixará mais próximos das normas europeias e, para a LeasePlan possibilitará ficarmos mais próximos de atingir o objetivo das zero emissões na nossa frota em Portugal. Por outro lado, com uma maior consciencialização de como as frotas das empresas podem contribuir para uma importante redução das emissões, temos vindo a desenvolver uma abordagem diferente da gestão de frotas no que diz respeito à sustentabilidade. Na LeasePlan encorajamos as empresas a encontrar o equilíbrio certo para as suas frotas e a introduzir opções mais responsáveis para chegarem às zero emissões. Nesta medida, será um processo progressivo. O papel da LeasePlan é sempre o de acompanhar de perto as tendências do mercado, garantir que oferecemos as melhores soluções aos clientes e que fazemos em paralelo um trabalho de consultoria e acompanhamento, que garanta que à medida que estas alterações surgirem, conseguimos identificar as soluções mais indicadas para o tipo de utilização do cliente. De acordo com a 2ª edição do estudo de "Motorizações", realizado pela equipa de consultoria da LeasePlan, as empresas apostam cada vez mais na mobilidade elétrica havendo assim um grande potencial por explorar nas frotas empresariais no que às motorizações sem emissões diz respeito."

ESPECIAL GESTÃO DE FROTAS

RUI ALVES
Fleet Section Manager da Nissan em Portugal

"A intervenção da Nissan foi, em grande medida, gerir e dilatar prazos de entrega de compromissos já assumidos, para ir ao encontro das expectativas dos nossos clientes e ajudá-los a ultrapassar o impacto das medidas de confinamento. Por outro lado a pandemia veio acelerar a implementação de serviços online. Em maio a Nissan lançou a webstore, disponível para particulares e empresas, para a compra de automóveis novos. Em breve estará também disponível uma webstore para a venda de veículos usados com garantia Nissan. A nível fiscal a Nissan espera, com a introdução da normativa EU6D Full em janeiro de 2021, que haja um impacto no preço base das viaturas e nas emissões de CO2, o que se irá refletir no Imposto Sobre Veículos no Imposto Único de Circulação. A adjuvante, seria desejável que se mantivessem ou até reforçassem os incentivos para os veículos elétricos, incentivando a renovação e descarbonização das frotas em Portugal. E, claramente, existe uma procura crescente do cliente de frota por veículos eletrificados. No caso dos veículos híbridos existentes no mercado, a procura é ditada pelos benefícios fiscais, uma vez que a nível de utilização não apresenta grande benefício face aos motores a combustão. Já no caso dos veículos 100% elétricos, aos maiores benefícios fiscais, somam-se os claros benefícios ambientais e um reduzido custo de utilização e manutenção. De realçar que de uma forma geral o mercado de usados recuperou mais rapidamente do que o mercado de veículos novos. O facto das empresas de rent-a-car terem reduzido as suas frotas (redução superior a 60%), faz com que exista uma menor oferta de usados no mercado, numa altura em que a procura já recuperou, pelo que não houve quebra dos valores residuais. O peso das frotas nas nossas vendas é de cerca de 40%.

NUNO SOARES
Diretor de Vendas Frota da Toyota/Lexus

"Na nossa carteira de clientes não sentimos um impacto imediato muito significativo na política e decisões de gestão de frota, quer pelo facto de uma grande parte deles se encontrarem em setores que mantiveram um nível adequado de atividade (Estado, indústria, construção, distribuição), quer pelo facto de termos articulado também com as gestoras de frota a substituição de motorizações tradicionais (diesel) pelas nossas motorizações híbridas, mais eficientes ao nível de TCO. Se a situação pandémica se prolongar, poderemos vir a assistir a médio prazo a algumas alterações nas políticas de frota.
Por outro lado, inevitavelmente, a situação de confinamento forçado e as políticas de teletrabalho de muitas empresas impuseram uma aceleração e maior esforço na implementação de processos digitais e de comunicação à distância, por forma a manter os níveis de serviço aos nossos clientes. Muitos dos processos ou iniciativas já estavam planeadas ou mesmo em curso, mas a situação súbita que enfrentamos com a pandemia impôs maior urgência na sua adoção em maior escala.
De realçar que aquilo que gostaríamos de ver plasmado nos futuros OE seria uma redução da carga fiscal sobre o sector e um maior equilíbrio nas políticas fiscais que incidem sobre as empresas, nomeadamente no que se refere à Tributação Autónoma e aos benefícios fiscais associados à tipologia de motorização e combustível. E sobre tendências existe, acima de tudo, a vontade de mudar, quer por veículos tecnologicamente mais avançados, quer por opções menos poluentes. Existe efetivamente menor resistência à mudança do que num passado recente. O mercado tem paulatinamente vindo a confirmar a eficiência e fiabilidade dos híbridos Toyota e Lexus, que resulta num número crescente de vendas a empresas.
De realçar ainda que no nosso caso não há qualquer relação direta entre a quebra de compras por parte das RAC e os valores residuais das nossas viaturas. As viaturas que disponibilizamos aos nossos parceiros de rent-a-car regressam todas à nossa atividade, com 100% *buy-back*, pelo que a gestão da variável procura/oferta é sempre da nossa responsabilidade. Existe, da nossa parte, uma menor exposição a variáveis externas.
Anualmente as nossas vendas a frotas representam cerca de 65% do total de viaturas transacionadas."

JOÃO SOROMENHO
Diretor Comercial da Arval Portugal

"A Arval procurou desde cedo ajudar os seus clientes a minimizar o impacto que toda esta pandemia tem causado. Existem setores muito afetados mais ligados às PME tais como: turismo, eventos e o setor ligado aos serviços. Para estes clientes que nos solicitaram ajuda, a Arval prontificou-se de imediato a estudar caso a caso e encontrar a solução que melhor se adaptou a cada situação. Existiram clientes que simplesmente pretendiam obter alternativas aos contratos atuais tendo a Arval proposto a extensão dos mesmos no sentido de os adaptar à nova realidade, isto é adaptar cada contrato à quilometragem real percorrida tentando desta forma diminuir o valor de aluguer mensal a pagar com o objetivo de conseguir mitigar o impacto que tiveram na redução dos seus próprios negócios. Para outros clientes que estavam a planear encomendar novas viaturas, e perante a incerteza do momento, a Arval optou por apresentar soluções mais flexíveis que passaram por contratos de curta duração (de 1 a 24 meses), a que chamamos "Mid Term Rental". Desta forma os clientes puderam usufruir de uma viatura com um contrato totalmente flexível.
Por outro lado, sem dúvida que a digitalização teve uma aceleração tendo sido impactante na nossa nova forma de trabalhar. De um dia para o outro fomos todos obrigados a trabalhar remotamente e o que até então parecia impossível, aconteceu. Tivemos 100% das pessoas em teletrabalho e a empresa continuou a servir os seus clientes e condutores com a mesma qualidade. A redução da atividade económica generalizada, a que assistimos, permitiu-nos trabalhar não só em formas de mitigar o impacto do custo das frotas nos clientes, como também dedicar-nos a desenvolver soluções digitais para trabalharmos melhor quer os processos internos, quer a própria interação que temos com os nossos clientes.
De frisar que estamos sem dúvida a assistir a uma maior consciencialização que temos que mudar algo para tornar as nossas frotas mais sustentáveis e amigas do ambiente. As alterações climáticas tornaram-se num grande problema e que impacta a forma como as viaturas são vistas. As pessoas são cada vez mais urbanas e as leis estão a ficar cada vez mais rígidas – proibindo a circulação de algumas viaturas nos centros das cidades - tornando os carros que são mais poluentes mais caros e, portanto, menos atraentes para as empresas e para o bolso das pessoas em geral."
Assim, assistimos a cidadãos e empresas cada vez mais sensíveis às questões ambientais e as empresas estão de facto mais conscientes da necessidade de contribuir positivamente para a pegada ecológica. Desta forma, a tendência pela eletrificação está de facto a tornar-se cada vez mais presente. Não só viaturas elétricas, mas também plug-in e híbridas. Basta analisar o crescimento da venda deste tipo de viaturas novas em 2020 para chegar rapidamente à conclusão que, apesar do ano atípico em que vivemos, a eletrificação está aqui para ficar.

NUNO SILVA
Fleet Sales Manager da Volvo Car Portugal

"Da parte da Volvo foram efetuadas campanhas específicas em alguns modelos (V90 PHEV, XC60 PHEV) com preços de venda mais competitivos. A opção para recalcular os contratos não são geridos pela Volvo, mas pelos nossos parceiros (gestoras de frotas). A nível de digitalização todo o processo foi acelerado, tendo sido lançado o programa das Remote Sales. Relativamente ao OE 2021, esperamos que no mínimo sejam mantidos os apoios em vigor, e se possível criados novos incentivos com vista à eletrificação. Sobre tendências é um processo inevitável, sendo que no caso da Volvo e na região EMEA, temos um marco histórico de ser a marca premium com mais PHEV vendidos."

EDUARDO ANTUNES
Diretor Fleet & Business Sales do grupo FCA

"Um ano atípico como o que estamos a viver obrigou-nos a considerar soluções 'fora da caixa' para propor aos clientes, nomeadamente para procurar contrariar a natural tendência dos mesmos em adiarem e até suspenderem as negociações que se encontravam em curso, nomeadamente a renegociação dos contratos ativos junto das gestoras de frota, prolongando-os no tempo, mantendo ou até mesmo reduzindo as quilometragens contratadas originalmente, o que se veio a traduzir em reduções nos valores das rendas. De realçar que a aposta nos canais digitais, é uma estratégia que a FCA tem vindo a consolidar nos últimos anos. Neste período reforçámos os nossos investimentos nos canais digitais e de modo a garantir o contacto com os clientes e potenciais interessados nas marcas Alfa Romeo, Fiat, Fiat Professional, Jeep e Abarth lançamos o programa "Car@Home". Este programa, permitiu manter os concessionários abertos virtualmente, as equipas comerciais da rede de concessionários FCA passaram a utilizar como ferramenta de trabalho a videoconferência com o Google Hangouts Meet, a partir de casa, para prestarem todos os esclarecimentos, apoiarem na escolha de um automóvel e apresentarem propostas de aquisição, antecipando o melhor possível o processo de compra.
Do ponto de vista de enquadramento fiscal, a expectativa é que se reforce a tendência dos últimos anos, de descriminar positivamente as energias alternativas, como as tecnologias híbridas plug-in e 100% elétrico. Por outro lado espera-se um alívio na carga fiscal sobre as motorizações térmicas a gasolina tecnologicamente mais evoluídas, alargando o âmbito aos incentivos, mantendo-se a eterna questão do regresso do apoio ao abate de veículos. De realçar que face ao recente enquadramento fiscal, com o respetivo acompanhamento do mesmo na evolução verificada no sector automóvel em termos de tecnologias alternativas, bem como a desmistificação que se tem conseguido em termos da autonomia das viaturas elétricas, fruto da evolução das mesmas, estamos precisamente no início do ciclo da maior tendência para as soluções elétricas e essencialmente para as híbridas plug-in. O peso das frotas nas vendas é de cerca de 40%, em linha com o peso verificado no mercado em Portugal."

Reuters

MERCADO

Os lançamentos eletrificados de 2020 e 2021

A ofensiva de eletrificação está a correr todas as marcas. Hybrid, plug-in-hybrid e 100% elétricos vão ficar disponíveis para as frotas e particulares.

VITOR NORINHA
Vnorinha@jornaleconomico.pt

No caso das marcas da SIVA, o principal lançamento foi o Volkswagen ID.3 (a que se seguirão outros ID em 2021), mas também os híbridos plug-in da Audi são muito importantes, assim como o reforço da gama e-Tron com o Sportback. A Skoda prepara a sua ofensiva elétrica de 2021 com o SUV Enyaq. Na Volvo está previsto o S60 T8 PHEV, a nova motorização B4 Mild Hybrid Diesel. No final do primeiro trimestre de 2021, irão lançar o primeiro veículo 100% elétrico, o XC40 BEV. O construtor Nissan tem previsto lançar, a nível dos VCL, uma nova versão da e--NV200 com maior volumetria. Em relação aos VLP, irão lançar o Nissan Ariya, um crossover coupé 100% elétrico, dotado de baterias de 65kWh ou 90kWh, com uma ampla possibilidade de combinações de potência e tecnologia que irão corresponder às expetativas e adequar-se às necessidades dos clientes, afirma a marca.

A marca Renault está precisamente a lançar no mercado os seus primeiros modelos híbridos (Clio) e híbridos plug-in (Captur e Mégane). Já este ano apresentou a versão elétrica do Twingo, cuja comercialização terá início nos próximos meses. Durante esta semana foi revelado um novo SUV, o Renault Arkana, que será lançado na Europa em 2021 e comercializado, logo no lançamento, em versão híbrida. A marca Dacia revelou também o seu primeiro modelo elétrico através do Dacia Spring show-car. O grupo afirma que estas novidades chegarão brevemente ao mercado, mas, em 2021, haverá outras.

O Groupe PSA vai colocar este ano 15 modelos elétricos e híbridos plug-in no mercado português! E a oferta disponível nos próximos seis meses em algumas das marcas "dificilmente terá paralelismo no setor, com propostas que permitirão responder à necessidade da maioria das empresas", refere fonte oficial da marca. É o caso da Citroen, por exemplo, com seis lançamentos de veículos de passageiros e comerciais em segmentos distintos. Ainda em 2020 terão o novo SUV C5 Aircross Hybrid, os novos E-Jumpy furgão e E-Jumpy de passageiros e E-Spacetourer, e, claro, o novo E-C4. No início de 2021 chegará o novo E--Jumper. Na Peugeot, além dos modelos já lançados, como o e-208, o e--2008 e os híbridos plug-in 3008 e 508 berlina e SW, ainda este ano teremos o novo 3008 Hybrid, os furgões e-Expert e e-Boxer, a viatura de passageiros e-Traveller e o 508 Peugeot Sport Engineered, que estreia a nova linha de modelos eletrificados de alto desempenho e performance da marca. Na DS, aos DS 3 Crossback E-Tense e DS 7 Crossback E--Tense 4x4 de 300 cv junta-se este ano o DS 7 Crossback E-Tense 4x2 de 225 cv e em 2021 o próximo novo modelo da DS, o DS 9 híbrido plug-in. Entretanto, a Opel já lançou este ano no mercado o Grandland PHEV nas versões 4x4 300 cv e 4x2 225 cv; Corsa-e. E a lançar até ao final do ano terão o Vívaro-e nas versões Cargo e Combi; Zafira-e. Está ainda previsto o lançamento em 2021 do novo modelo Mokka-e.

O Groupe PSA vai colocar este ano 15 modelos elétricos e híbridos plug-in no mercado português

Nas vans da Mercedes a estrela é o EQV, o monovolume até oito lugares, e o eVito Tourer até nove lugares, ambos soluções de transporte de pessoas e ideais para utilização privada, profissional ou mista, com autonomias de 349 quilómetros e 358 quilómetros respetivamente, frisa a marca. No transporte de mercadorias a Mercedes vai lançar o eVito Furgão e o eSprinter Furgão que são soluções urbanas para a mobilidade elétrica. Os modelos 100% elétricos que vão lançar no quarto trimestre de 2020 são os que irão comercializar em 2021. Mais especificamente, os modelos EQV, eVito Tourer, eVito Furgão e eSprinter Furgão.

A Lexus tem para este ano como grande novidade a nova geração Yaris, uma referência no segmento B e pioneiro no segmento em 2012, com uma versão eletrificada e que mantém ainda hoje como a principal referência "full-hybrid" no segmento. A nova geração estreia a quarta geração do sistema híbrido da Toyota, com provas dadas desde o lançamento do Prius, em 1997. Em Portugal mais de metade dos Yaris vendidos são eletrificados com a tecnologia híbrida da marca. No próximo ano terão o lançamento de três SUV. O primeiro será o novo Highlander que promete agitar o segmento E--SUV, e complementa a gama acima do RAV4. Este SUV será o topo de gama dos SUV híbridos da marca e estará disponível apenas com motorização "full-hybrid" e sete lugares. No segmento B-SUV abaixo do SUV eletrificado mais vendido em Portugal – o C-HR irá ser lançado o Yaris Cross, um SUV muito aguardado num segmento em franco crescimento. Para além de estar disponível com a motorização "full-hybrid" destaca-se por oferecer um sistema de tração às quatro rodas com um motor elétrico no eixo traseiro. Este sistema já disponível no RAV4 oferece um compromisso muito interessante em termos de tração e baixo peso e consumo de combustível, uma vez que é acionado automaticamente quando as condições de aderência assim o determinam.

A BMW tem para lançar ainda em 2020 o MINI Elétrico, o Série 330e touring PHEV, o X1 25e PHEV, o X2 25e PHEV, o 530e Touring PHEV e o 545e Berlina PHEV (novo motor). Para 2021 será o iX3 (totalmente elétrico), iNEXT (totalmente elétrico) e o i4 (totalmente elétrico). Por seu lado, a estratégia do grupo FCA no campo da eletrificação iniciou na marca Fiat com os novos 500 e Panda Hybrid e culmina este ano com o lançamento do Novo 500 100% elétrico. Na Jeep estão a lançar os Renegade e Compass PHEV e lançarão no próximo ano o Wrangler PHEV. Na Fiat Professional lançarão em breve a Ducato Eletric. ●

NOVIDADES

Vans da Mercedes

VW ID.3

Renault Arkana

Volvo S60

Nissan Ariya

BMW iNEXT

Jeep Compass Limited 4xe

Opel-Corsa-e

PELO PRAZER DE CONDUZIR NESTE PLANETA, DITE UMA TENDÊNCIA URBANA.

DESCUBRA A GAMA HÍBRIDA E ELÉTRICA BMW.

#joyelectrified by

Consumo de combustível combinado de 1.4 a 1,9 l/100 km. Emissões de CO_2 combinadas de 31 a 42 g/km.