

## Economia

### Oficina Sol

# CARCLASSE. O NOVO MERCEDES-BENZ CLASSE C E A TRANSIÇÃO VERDE

Depois de um ano difícil que acabou por abalar a indústria automóvel em todo o país, a Carclasse aponta para o céu sempre com os olhos postos na satisfação dos clientes. Segredo para a liderança em tempos de pandemia: o reposicionamento da marca, o lançamento do novo Classe C e a revelação dos novos projetos de expansão.

Apesar da quebra de 35% do mercado total, a Carclasse, com instalações em Lisboa, Braga, Guimarães, Viana do Castelo, Barcelos e Famalicão, terminou 2020 como o concessionário autorizado Mercedes-Benz e Jaguar Land Rover número um em Portugal. Agora, Miguel Borges, diretor geral da marca, revela que o balanço desta primeira metade de 2021 permite observar que «os níveis voltaram a subir», aproximando-se dos números de 2019 (um dos melhores anos de sempre da Carclasse). «Estamos a voltar a crescer. No primeiro trimestre estivemos muito em linha com o ano passado, neste segundo trimestre notámos uma diferença muito grande em termos de crescimento e já estamos em linha com o ano de 2019», sublinha o diretor geral.

O ano foi iniciado «com força», mas o segundo confinamento obrigou de novo a encerrar as portas. «Felizmente, mesmo com o mercado automóvel novamente a travar a fundo, desta vez já sabíamos o que estava para vir. Já estávamos preparados e os próprios clientes também», explica Miguel Borges. Assim que as portas reabriram, «tivemos um boom tanto nas vendas como nas próprias entregas de carros que estavam a chegar».

Não contavam era com outro desafio: «Em 2020 não tínhamos

clientes, mas tínhamos carros, porque as fábricas continuaram a produzir. Agora estamos com o fenómeno inverso... Temos clientes mas não temos carros», revela. «Hoje a Carclasse tem cerca de 15% do stock disponível que habitualmente tem». As cadeias de distribuição mundiais deixaram de ter componentes para conseguir alimentar a produção, «há uma falta global de semicondutores e a indústria automóvel não está a conseguir repor stocks, pois «as grandes indústrias do nosso dia-a-dia (televisões, telemóveis, servidores, placas gráficas, criptomoedas), consumiram toda a produção destes componentes». Apesar de todas estas «pedras no caminho», os níveis de vendas continuam elevados: «Estamos a bater recordes de vendas e não temos stock».

Qual o segredo? Ricardo Simões, diretor de pós-venda da marca, acredita que uma das mais-valias, nesta fase de pandemia, foi o facto

**‘A Classe C sempre foi uma bandeira da marca’. Esta será a primeira gama da Mercedes-Benz totalmente eletrificada**

de ao longo do processo de confinamento «a Carclasse não ter abdicado de ninguém da estrutura». «Fizemos um esforço para manter toda a nossa equipa e eu acho que, também por isso, arancámos este ano desta maneira privilegiada e com alguma vantagem relativamente às nossas concorrentes».

#### O novo Classe C

«Mais desportivo, com linhas refinadas, conforto ímpar e o melhor da tecnologia», é assim que o descreve a Carclasse. O lançamento foi feito na passada quinta-feira, dia 17 de junho, e o diretor geral não poderia estar mais satisfeito: «Há uns anos, antes de existência da gama NGCC, a gama de entrada da Mercedes-Benz era o Classe C. Sempre foi uma bandeira da marca e é dos modelos mais importantes». Esta será a primeira gama na Mercedes-Benz totalmente eletrificada (com combustão, mas ao mesmo tempo com uma componente elétrica que lhe dá mais 22 cavalos de potência).

A linguagem estética do novo Classe C conjuga a modernidade e a elegância com o conforto e o caráter desportivo – e é pioneiro no conceito de segurança inteligente: integra inovações como o Pack Assistência à Condução ou o airbag central que oferecem, a cada viagem, a segurança necessária. Além disso, o novo Merce-



Depois da reabertura a procura registou um boom

des-Benz Classe C possui uma potência de 200cv a 265cv, dois motores e um compartimento de carga de 490 litros.

«Com o dedo apontado para o céu», Miguel Borges revela ainda que haverá uma grande aposta nas submarcas da Mercedes-Benz: «Vamos apostar na AMG, na qual já temos vindo a apostar e na qual somos a concessionária número um; estamos agora a apostar na Maybach, uma linha de luxo da Mercedes e também na linha EQ, uma nova submarca Mercedes Full Electric», explica.

#### Transição Verde.

##### Uma aposta na eletrificação

As preocupações ambientais têm obrigado a indústria automóvel a reinventar-se e a Carclasse quer não só acompanhar o processo como ter a certeza de que «o cliente pode ter o carro adequa-

do ao seu dia-a-dia, sem qualquer tipo de constrangimento». «Estamos a assistir a um reposicionamento da própria marca em função das necessidades do mercado. Trata-se de uma ‘transição verde’ e o nosso caminho é esse», esclarece Carlos Apolinário, diretor comercial da Carclasse.

Neste momento, 40% das vendas automóveis da marca correspondem a veículos elétricos ou *plug-in* híbridos (veículos que têm, além do motor de combustão, um componente elétrico e que podem ter até 100 quilómetros de autonomia em modo elétrico). «Nas marcas que representamos (Mercedes, Smart, Jaguar e Land Rover), já todas têm pelo menos um modelo 100% elétrico e quase a gama toda eletrificada», explica o diretor comercial.

Ao entrarem pela porta, «os



‘Vamos apostar na AMG’, promete o responsável

clientes podem optar por um carro 100% a combustão, um híbrido, um *plug in* (com motor a combustão e com uma bateria de alta capacidade que permite uma autonomia de pelo menos 50 km) e, por fim, um carro 100% elétrico com au-

tonomias de 350 e 480 km», enuncia Carlos Apolinário.

O diretor geral Miguel Borges acrescenta que o processo de transição verde está a ser acelerado, adiantando que em outubro deste ano será lançado um novo EQS versão limusine de luxo da Mer-



A submarca AMG tem uma forte identidade desportiva

cedes-Benz totalmente eletrificada. «Já temos um EQA, EQC e teremos o EQS, que será lançado este ano e, no próximo ano o EQE e o EQB. Cinco modelos Full Electric», informa.

Até a submarca AMG, com uma forte identidade desporti-



Os números de 2021 estão próximos do pré-pandemia



Miguel Borges, diretor geral da marca

va, sofrerá esse processo de eletrificação. O desafio será «saber construir automóveis rápidos, de competição, sobretudo seguros, e elétricos e mais amigos do ambiente». «Passaremos portanto a ter uma tecnologia 100% elétrica com as mesmas performances desportivas», sublinha o diretor comercial. Ou seja, com as mesmas emoções, a mesma capacidade de aceleração que serve o propósito do cliente, a marca oferece estas alternativas totalmente sustentáveis.