15/05/2012 - Scania é responsável por quase 50% dos caminhões Euro 5 emplacados no acumulado do ano



Com 1.131 caminhões emplacados, de um total de 2.200 vendidos, fabricante comemora sucesso da promoção “Saia na Frente”

A Scania emplacou 1.131 caminhões nos primeiros quatro meses do ano e garantiu a liderança no registro de veículos Euro 5 na categoria de caminhões acima de 45 toneladas de PBT (Peso Bruto Total). Os modelos já emplacados, que representam 46,8% do total do mercado, fazem parte de um volume de vendas superior a 2.200 caminhões com motores Euro 5 comercializados. O resultado torna a montadora sueca, referência em veículos pesados, líder na venda de modelos com a nova tecnologia e comprova o sucesso campanha Saia na Frente com a Scania, que oferecia, desde janeiro, vantagens aos clientes que adquirissem os veículos Euro 5. Outra marca atingida pela fabricante foi o emplacamento de 608 unidades do modelo R 440, que o tornou líder na categoria de pesados no acumulado de janeiro a abril.

“A Scania, antecipando-se à concorrência, foi a primeira fabricante a vender veículos Euro 5 no País e a lançar um pacote de vantagens específicas para seus clientes com a campanha Saia na Frente com a Scania”, afirma Roberto Leoncini, diretor-geral da Scania no Brasil. “Além de ser reconhecida no mercado europeu pelo uso dessa tecnologia, testes rigorosos realizados no Brasil apontam nos veículos da marca que atendem ao Proconve P7 ou Euro 5 os mesmos benefícios já conhecidos por nossos clientes, como economia de combustível e produtividade”, completa.

Além da comprovada eficiência da nova tecnologia, o sucesso de vendas se deve às vantagens criadas para os clientes que compraram caminhões Euro 5 de janeiro a março. A Scania ofereceu o fornecimento do ARLA 32 (Agente Redutor de Liquido Automotivo) gratuitamente por 120 mil quilômetros, e para o modelo R 440, nas opções 6x2 e 6x4, a promoção incluiu o câmbio automatizado Scania Opticruise, controle de tração e freios ABS.

"A mudança de protocolo ambiental no País só reforça o pioneirismo da marca Scania nas questões de sustentabilidade. A campanha teve como objetivo apresentar a linha 2012 e oferecer, por tempo limitado, vantagens exclusivas aos clientes, reforçando nosso portfólio de soluções ao transportador”, explica Márcio Furlan, gerente de Marketing e Comunicação Comercial da Scania do Brasil.

A Scania é um dos principais fabricantes mundiais de caminhões e ônibus para transporte pesado e de motores industriais e marítimos. Os produtos de serviços têm participação crescente nos negócios da empresa, assegurando aos clientes soluções de transporte econômicas e com alta disponibilidade operacional. Com 37.500 colaboradores, a Scania está presente em mais de 100 países e possui operações industriais na Europa e na América do Sul, com possibilidade de intercâmbio global de componentes e veículos completos. Em 2011, as receitas totais da Scania alcançaram 87,7 bilhões de coroas suecas e o resultado financeiro após a dedução de impostos foi de 9,4 bilhões de coroas suecas. No Brasil, a Scania também patrocina programas de capacitação e treinamento de motoristas, cedendo caminhões e o conhecimento técnico de seus profissionais, além de investir em ações que buscam o incremento da segurança viária no País.

Para mais informações sobre a Scania acesse www.scania.com.br

Foto: Divulgação
S/A Comunicação