03/07/2012 - Chassis Scania renovam frota do Expresso Brasileiro



Empresa lançou nova identidade visual nos terminais Tietê e Novo Rio no último fim de semana; para ela, produto da fabricante sueca oferece melhor rentabilidade

Os chassis Scania são os escolhidos pelo Expresso Brasileiro para renovar 60% de sua frota de ônibus e marcar o lançamento de sua nova identidade visual. Com a aquisição de 29 modelos rodoviários da Scania, a companhia, de mais de 70 anos de história, inicia nova estratégia de marca e apresenta inovações na pintura e layout da frota.
Os novos ônibus entraram em operação na última sexta-feira (29) em uma grande ação de apresentação aos clientes realizada nos terminais Tietê (SP) e Novo Rio (RJ) até ontem (1º de julho). Além de alguns dos veículos expostos, agentes com camisetas alusivas distribuíram brindes e folhetos ao público.
“É um orgulho sermos escolhidos como a marca que representará para o mercado a nova identidade visual de uma empresa ícone do transporte rodoviário de passageiros”, afirma Wilson Pereira, gerente executivo de Vendas de Ônibus da Scania Brasil. “Essa negociação marca a retomada da parceria com o Expresso Brasileiro.”
“Escolhemos a Scania porque seus produtos oferecem a melhor rentabilidade, a maior economia de combustível e o período de manutenção mais espaçado do mercado”, diz João Luis Mason, membro do conselho de administração do Grupo Santa Cruz, que realizou uma associação de interesse com o Expresso Brasileiro. “O próximo passo é tornar a frota do Expresso 100% Scania. Ter produtos de uma só marca ajuda a elevar a rentabilidade da operação, pois o motorista consegue melhores médias de consumo.”
A nova frota do Expresso Brasileiro atua na linha interestadual São Paulo-Rio de Janeiro. Do lote de 29 chassis Scania, 19 são modelos K340 4x2 com carroceria Marcopolo G7 Paradiso 1200. Os outros 10 chassis são K 380 6x2, divididos em sete carrocerias LD e três 1800 DD, o famoso ônibus de dois andares, ambos Marcopolo G7. A empresa possui no total 58 veículos.
A nova identidade visual ganhou outro logotipo, com releitura dos tons de verde e amarelo característicos da companhia. Os ônibus ainda possuem duas estrelas nas laterais, retrovisores e parte da carroceria pintados de branco e tipologia mais moderna.
Os veículos são equipados com tecnologia wi-fi, acesso à internet, sistema de som e tomada individuais, além de poltronas leito-cama com inclinação 180 graus (diferenciais do veículo leito). Os três modelos double decker oferecem sistema misto de serviço, com poltronas

executivas leito e leito-cama.

Sobre a Scania
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

Scania - Assessoria de Comunicação
S/A Comunicação