

Informação à Imprensa
21 outubro de 2020

BMW Portugal promove e-Talk: “Mobilidade do Futuro”

- Conferência contou com a presença de representantes da BMW Portugal, Associação de Veículos Elétricos (UVE), Schröder Hyperion, EMEL e Critical TechWorks em debate sobre a “Mobilidade do Futuro”;
- Mobilidade Elétrica apontada como ponto chave, no trabalho de todas entidades presentes, para uma visão do futuro;
- A aposta em informação clara e diversificada, os incentivos à mobilidade elétrica para clientes particulares e a promoção de soluções para “smart cities”, como conceitos-chave para a construção da mobilidade do futuro.



No passado dia 15 de outubro, a BMW Portugal promoveu um debate, com o contributo de diferentes entidades, com o mote “Mobilidade do Futuro”, com objetivo de analisar o que está e o que pode ainda vir a ser feito nesta área. A sessão contou com a participação de Massimo Senatore, Diretor Geral da BMW Portugal, Pedro Silva, CTO da Critical TechWorks, Nicolas Keutgen, Chief Innovation Officer da Schröder & criador da Schröder-Hyperion, Henrique Sanchez, Presidente do Conselho Diretivo da UVE e Luís Natal Marques, Presidente do Conselho de Administração da EMEL. Durante cerca de uma hora foram partilhadas diferentes perspetivas e medidas adotadas, e previstas, pelas respetivas organizações face à construção da mobilidade de amanhã, tendo como base comum a ideia da urgência por uma mobilidade mais verde e ecológica.

Para **Massimo Senatore**, Diretor Geral da BMW Portugal, os portugueses estão já a mudar os seus hábitos e as suas mentalidades, vendo a “mobilidade elétrica como uma realidade”. No entanto, considera que as infraestruturas públicas de postos de carregamento podem ser melhorados, por forma a incentivar a população a aderir aos veículos elétricos. Massimo Senatore ressalva, ainda, a importância do

Comunicação Corporativa

Informação à Imprensa

“alargamento dos incentivos do Estado aos clientes particulares, que estão atentos e disponíveis para esta mudança de paradigma e para a compra de veículos eletrificados.”.

O Presidente do Conselho Diretivo da UVE, defende que “para a sociedade ter um ‘mindset’ mais sustentável, é necessário haver uma maior diversificação das marcas na oferta de modelos 100% elétricos” e concorda com Senatore ao defender “um reforço da rede pública de carregamento e o alargamento dos incentivos do Estado, como aconteceu, por exemplo, na Noruega, que registou um aumento da procura graças a um conjunto de incentivos generalizados”. Além disso, **Henrique Sanchez**, considera que a informação é crucial para a população e para as empresas aderirem a um pensamento mais sustentável, acreditando que existe ainda algum preconceito em relação aos veículos 100% elétricos e lança, por isso, o desafio tanto às marcas como aos portugueses: “os test-drive devem ter um período mais alargado para que os consumidores possam integrar o veículo na sua rotina diária. Por outro lado, é importante que os portugueses façam efetivamente um test-drive para desmistificarem alguns preconceitos”.

Pedro Silva dá uma nota positiva ao país, afirmando que “o mercado português está a reagir e começa a existir uma alteração de comportamentos e mentalidades, com uma maior oferta da gama de veículos 100% elétricos e uma maior penetração dos mesmos na sociedade”. O CTO da Critical TechWorks, joint-venture entre o BMW Group e a Critical Software, destaca ainda o trabalho desenvolvido em conjunto com a BMW para a criação de “um programa de fidelização, a aplicação BMW Points, que em breve irá ser lançado em Portugal”. Este novo programa, pretende analisar o “comportamento elétrico” da população, já que por cada Km percorrido em modo elétrico, o condutor ganha 1 ponto, “que depois pode usar como crédito para fazer carregamentos gratuitos nos postos, de forma a criar uma motivação adicional”, salienta.

Já **Luís Natal Marques**, destaca que o objetivo da EMEL “é transformar Lisboa numa smart city” e que, por isso, têm sido criadas “ações concretas nessa resposta” para os centros urbanos, nomeadamente, com “cada vez mais restrições à circulação dos automóveis e com a existência de transportes mais limpos e partilhados”. Na visão da EMEL, é também necessário fazer um apelo aos cidadãos, para serem eles os protagonistas ao desafiarem os governos a adotarem medidas concretas neste setor. Reforça ainda que as entidades podem contribuir para a mobilidade através da criação de infraestruturas concretas, dando o exemplo da entidade que preside: a EMEL “a trabalhar na sensorização de todo o eixo central da cidade de Lisboa para analisar a taxa ocupação do estacionamento, uma vez que muito do trânsito que existe é o chamado “parasita”, isto é, com os condutores à procura de lugar para estacionar o seu veículo”. Medidas que, acredita, confirmam a disponibilidade e trabalho da EMEL no sentido de “ser parte ativa da solução para que a cidade de Lisboa evolua”.

Ainda sobre as vantagens da sensorização nos centros urbanos, **Nicolas Keutgen** realça alguns projetos que a Schréder desenvolveu em conjunto com a BMW nesse sentido: a utilização de postos de iluminação para carregar os veículos ou a colocação de câmaras que permitem aumentar a segurança ou até medir o tempo que o veículo fica em determinado lugar do estacionamento. Projetos que, considera, podem ser uma mais-valia para o trabalho que a EMEL está a desenvolver em Lisboa. Além disso, o criador da Schréder-Hyperion destaca alguns aspetos que podem contribuir para Portugal se posicionar na vanguarda do setor: nomeadamente, por ser um país pequeno, com cidades mais pequenas, onde as políticas públicas utilizadas são mais fáceis de integrar. Salienta, ainda, que em Portugal “temos a vantagem de termos instituições públicas mais sensíveis à

Comunicação Corporativa

Informação à Imprensa

inovação, a base para conseguirmos planear e imaginar a cidade inteligente do futuro”, conclui Nicolas Keutgen.

10 anos passados desde a entrada da mobilidade elétrica no país, a conclusão é unânime: Portugal tem ainda um grande caminho a percorrer, sendo essencial continuar a criar medidas que promovam esse crescimento e evolução e, sempre que possível, num esforço conjunto. Foi esse o propósito deste colóquio ao reunir representantes de instituições e entidades de setores diferentes, que já são uma parte ativa dessa vontade comum de mudança de paradigma para Portugal, e recorrendo a tecnologia e talento português.

Para mais informações, por favor contactar:**Adagietto**

Rita Magalhães

rita.magalhaes@adagietto.pt

Catarina Barata

catarina.barata@adagietto.pt**BMW Group Portugal**

João Trincheiras, Corporate Communications Manager

joao.trincheiras@bmw.pt**Sobre o BMW Group**

Com as suas marcas BMW, MINI, Rolls-Royce e BMW Motorrad o BMW Group é o construtor premium de automóveis e motocicletas mais bem-sucedido do mundo, oferecendo também serviços financeiros e de mobilidade. Em termos globais, o BMW Group detém 31 fábricas em 15 países e uma rede global de vendas em mais de 140 países.

Em 2019, o BMW Group atingiu um volume global de vendas de mais de 2.5 milhões de automóveis e mais de 175.000 motocicletas. O resultado em 2019, antes de impostos, foi de 7.118 mil milhões de euros, num total de 104.210 mil milhões de euros de volume de negócios. Em 31 de Dezembro de 2019, a empresa empregava um total de, aproximadamente, 126.016 colaboradores.

O sucesso do BMW Group tem sido, desde sempre, construído numa ótica de longo prazo e assente numa conduta responsável. Desta forma, a Companhia estabeleceu a sustentabilidade ecológica e social em toda a cadeia de valores, bem como uma ampla responsabilidade de produto e um evidente empenho na conservação de recursos, como parte integrante da sua estratégia.

www.bmwgroup.comFacebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup/>