



**Estudo de caso:
DHL (Deutsche Post DHL Group)**



República Federativa do Brasil

Presidência da República

Jair Messias Bolsonaro

Ministro da Economia

Paulo Roberto Nunes Guedes

Secretário Especial de Produtividade, Emprego e Competitividade

Carlos Alexandre da Costa

Secretário de Desenvolvimento da Indústria, Comércio, Serviços e Inovação

Gustavo Leipnitz Ene

Apoio técnico

Cooperação Alemã para o Desenvolvimento Sustentável por meio da Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Diretor Nacional

Michael Rosenauer

Diretor do Projeto

Jens Giersdorf

Equipe coordenação e operação

ME - André Sequeira Tabuquini, Bruno de Almeida Ribeiro, Gustavo Duarte Victer, Igor Calvet, Leonardo Boselli da Motta, Ricardo Zomer e Thomas Paris Caldellas.

GIZ - Fernando Fontes, Jens Giersdorf.

Autor

Victor Andrade (LABMOB)

Coordenação técnica

Carolina Ures (Sidera Consult)

Revisão técnica

Fernando Fontes (GIZ)

Coordenação de Comunicação

Anderson Facao (GIZ)

Projeto gráfico

João Neves

Diagramação

Filliphi da Costa

Publicado por

Projeto Sistemas de Propulsão Eficiente – PROMOB-e (Projeto de Cooperação Técnica bilateral entre a Secretaria de Desenvolvimento da Indústria, Comércio, Serviços e Inovação - SDIC e a Cooperação Alemã para o Desenvolvimento Sustentável (GIZ)

Contatos**SDCI/Ministério da Economia**

Esplanada dos Ministérios BL J - Zona Cívico-Administrativa,

CEP: 70053-900, Brasília - DF, Brasil.

Telefone: +55 (61) 2027 - 7293

www.economia.gov.br

Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

SCN Quadra 1 Bloco C Sala 1501 - 15º andar Ed. Brasília Trade Center,

CEP: 70711-902, Brasília-DF, Brasil.

Telefone: +55 (61) 2101-2170

www.giz.de/brasil

Informações legais

As ideias e opiniões expressas neste livro são dos autores e não refletem necessariamente a posição do Ministério da Economia ou da Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH.

A duplicação ou reprodução de todo ou partes e distribuição para fins não comerciais é permitida, desde que o projeto PROMOB-e seja citado como fonte da informação. Para outros usos comerciais, incluindo duplicação, reprodução ou distribuição de todo ou partes deste estudo, é necessário consentimento por escrito do Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços e da GIZ.

DEUTSCHE POST DHL GROUP

O grupo DHL (ou Deutsche Post DHL Group) é uma empresa alemã de capital aberto, líder mundial em correspondência e logística. O grupo atua em mais de 220 países e territórios, empregando cerca de 550 mil trabalhadores em todo o mundo, o que o torna um dos 10 maiores empregadores do planeta. Por hora, são gerenciados mais de um milhão de contatos de clientes. Em relação à receita, os números também são expressivos, ultrapassando os 61 bilhões de euros gerados em 2018.

Nos últimos 15 anos, a empresa vem dando uma guinada na sua logística, buscando um sistema de entrega mais sustentável. Para isso, vem eletrificando sua frota, aumentando a eficiência energética dos veículos ainda movidos a combustão interna, reorganizando a logística da última milha, aumentando o uso de bicicletas e triciclos elétricos e outras medidas. Mas talvez a ação mais impactante foi a decisão de produzir o próprio veículo elétrico

GOGREEN

Todas essas medidas voltadas para uma mobilidade mais sustentável estão inseridas na lógica do programa de proteção ambiental da DHL, o GoGreen. O principal objetivo do programa é a redução de emissões de gases de efeito estufa e poluentes para o ar. Segundo a empresa, a preocupação com o meio ambiente se deve pelo “tamanho do nosso grupo” e pela “sua importância para o comércio mundial”, gerando “um dever especial para nossos funcionários, a sociedade e o meio ambiente”.

O programa é amplo, envolve a empresa como um todo, e não só a questão da frota utilizada nas entregas. Mas é claro que, por se tratar de uma empresa de entregas e correspondências, o transporte é o principal ponto quando se busca



Prédio da sede da DHL, em Bonn, Alemanha

de entregas: o StreetScooter, um tipo de van de carga produzido em massa pela DHL desde 2015. Cabe ressaltar o ineditismo da DHL, que decidiu investir em toda a cadeia econômica, tornando-se a própria produtora dos seus veículos elétricos.

ser uma organização sustentável do ponto de vista ambiental.

Na prática, o programa trouxe metas ousadas para a empresa. A principal delas foi estipulada em 2017: até 2050, reduzir a zero as emissões de poluentes relacionadas à logística. Para isso, outras quatro submetas devem ser alcançadas até 2025. São elas: melhorar a eficiência de CO2 em 50% com relação a 2007; utilização de soluções limpas em 70% da operação dos serviços de primeira e última milha, por meio de bicicletas e veículos elétricos; certificar 80% dos funcionários como especialistas da GoGreen, por meio de treinamento e de participação em atividades de proteção ambiental e climática; e incluir soluções ecológicas em mais de 50% das vendas.

CONTEXTO AMBIENTAL

Para entender os novos rumos da DHL, as suas metas ousadas em relação ao meio ambiente e suas ações junto à própria frota, é preciso antes conhecer melhor a percepção que a empresa possui sobre a conjuntura internacional. Mais especificamente, como a DHL entende o que vem acontecendo com o meio ambiente, com as grandes cidades e com a prestação de serviços de entrega, de um modo geral. No entendimento da DHL, três fatores vêm forçando uma mudança de postura das grandes empresas de serviços que atuam nas principais metrópoles do planeta: o crescimento anual de 20% da poluição nos principais centros urbanos; os processos movidos

contra países e cidades que ultrapassam os limites de poluição determinados em acordo e tratados internacionais; e a proibição de circulação de veículos com motor a combustão em diferentes cidades.

Dentro desse contexto, a mobilidade elétrica vem bem a calhar, já que os veículos elétricos são muito ecológicos e silenciosos, quase completamente isentos de emissões de poluentes e ruído.

Além disso, sua independência dos combustíveis fósseis também faz com que o uso de veículos com acionamento elétrico seja um investimento no futuro.

DESCRIÇÃO DA FROTA

Ao todo, a DHL conta com uma frota própria de cerca de 92 mil veículos rodoviários em todo o planeta. Mas a empresa também conta com outros modelos de negócios em relação aos veículos utilizados, como é o caso da frota subcontratada, por exemplo. Mas isso é mais comum em outros países. Na Alemanha, quase 100% da frota é própria.

Em relação ao programa GoGreen, quando o assunto é transporte, a empresa vem atuando em duas frentes: aumentar a eficiência energética e substituir os veículos utilizados por opções limpas, que não lancem gases poluentes na atmosfera. Ou seja, dos veículos que utilizam combustíveis fósseis, o esforço é para que eles consumam menos combustível para percorrer as mesmas distâncias. E, paralelamente a isso, a empresa busca substituir esses veículos por unidades com fontes de energia renováveis.

Sobre a primeira frente de atuação, aproximadamente 20,5 mil veículos já passaram por modificações técnicas visando uma maior eficiência energética e, conseqüentemente, uma redução no consumo de combustíveis. Já em relação à segunda frente de atuação, a DHL vem mudando na Alemanha a forma

de entrega de encomendas em várias cidades desde 2016, substituindo a frota tradicional por veículos elétricos. Hoje a empresa já possui a maior frota elétrica do país. São 10 mil StreetScooters e 12 mil bicicletas e triciclos elétricos.

Hoje, na Alemanha, a frota total de furgões de entrega (incluindo as não elétricas) é de 50 mil veículos. Assim, a frota de StreetScooters representa, então, 20% desse total (10 mil). A meta para o fim de 2020 é chegar a 40% (20 mil). E para 2025, 70% (35 mil).



StreetScooter: veículo elétrico produzido pela DHL

DESEMPENHO NAS RUAS

Originalmente, os StreetScooters foram pensados para entrega de cartas e pequenas encomendas na Alemanha, mas estão se expandindo pelo mundo.

A autonomia máxima do veículo é de 80 quilômetros. Para realizar as entregas de correspondência e encomendas, o StreetScooter tem que lidar com até 300 paradas e partidas por dia. Com seu design robusto e simples – o veículo tem cerca de 4,7 metros de comprimento –, a superestrutura fornece capacidade de carga suficiente para cartas e encomendas e também é equipado de acordo com todos os padrões de segurança. O veículo é silencioso, pode viajar a velocidades de até 85 km/h e é projetado principalmente para entregas em áreas rurais, bem como cidades menores e médias. Tem

E-BIKE, E-TRIKE E CUBICYCLE

Além da frota de Scooter (a diesel) e de StreetScooter (elétrico), a DHL conta com uma frota de 12 mil bicicletas e triciclos elétricos (e-bikes e e-trikes, respectivamente) em operação na Alemanha e, ainda, os cubicycles (ou “cubiciclos”), que estão em fase de implantação.

As bicicletas e os triciclos elétricos são modos de transporte voltados para a entrega de cartas e que alcançam até 25 km/h. As e-bikes transportam até 50 kg, e os e-trikes, até 90 kg.

Outra aposta da DHL, para além do StreetScooter, é o Cubicycle (“cubiciclo”), uma bicicleta de carga personalizada que pode transportar um contêiner de um metro cúbico com uma carga de até 125 kg. Esse modo de transporte está dentro de um novo conceito de centro de distribuição (City Hub) da DHL, que tem como objetivo aumentar o uso de bicicletas de carga nas regiões centrais da cidade.

Para isso, essa nova proposta conta não só com a bicicleta de carga (o “cubiciclo”), mas também com o City Hub: um trailer customizado que pode carregar até quatro contêineres para as bicicletas. Na prática, esse City Hub é um centro de distribuição móvel.

uma saída de até 48 kW, que é produzida por uma bateria de lítio e um motor elétrico.

Na Alemanha, um StreetScooter opera, em média, de oito a nove horas diárias. Em relação a distância percorrida, são de 25 a 40 km/dia, numa carga anual de até 300 dias de trabalho, o que significa 12 mil km/ano. A DHL planeja manter um StreetScooter na empresa de oito a dez anos. Após esse período, a expectativa é que o veículo seja vendido para outras empresas de serviços.

A quilometragem percorrida pela frota de StreetScooters já ultrapassa os 75 milhões de quilômetros. Para o meio ambiente, isso significa uma redução na emissão de CO₂ na ordem de 35 mil toneladas por ano.



E-bikes: as bicicletas elétricas da DHL são voltadas para a entrega de cartas



O cubiciclo transporta um contêiner de um metro cúbico com uma carga de até 125 kg de cartas

A operação funciona assim: uma van da DHL entrega o trailer no centro da cidade. Lá, os contêineres podem ser rapidamente acoplados às bicicletas para que façam a entrega na última milha.

Essa nova proposta reduz significativamente as emissões de gases poluentes, minimizando

a quilometragem e o tempo gasto nas ruas por veículos de entrega padrão. Cada City Hub pode substituir até dois veículos de entrega padrão.

A Tabela 1 indica a capacidade de carga média sugerida de cada modo de transporte utilizado pela DHL.

Tabela 1: Capacidade de carga dos modos de transporte da DHL

Modo	Carga
E-bike	Até 50 kg
E-trike	Até 90 kg
Cubicycle	Até 125 kg
StreetScooter	Até 720 kg

MAS POR QUE INVESTIR NA PRODUÇÃO DO PRÓPRIO VEÍCULO?

Toda a cadeia de produção do StreetScooter é dentro da DHL. Desde o desenvolvimento tecnológico até a produção. Só que, até chegar aos atuais 10 mil StreetScooters nas ruas, houve um processo de longo prazo, que começou há cerca de 15 anos. Por volta de 2005, técnicos da DHL começaram a se interessar em mobilidade sustentável e em soluções sustentáveis para a frota. A partir dali, então, passaram a pesquisar sobre o tema.

Na época, numa feira de tecnologia em Hamburgo (Alemanha), dois professores da universidade RWTH, de Aachen (Alemanha), apresentaram uma ideia original para veículos elétricos. Representantes da DHL presentes no evento gostaram da apresentação e perguntaram aos professores, então, se seria possível que eles desenvolvessem um protótipo para a DHL. Eles disseram que sim. E a DHL financiou uma empresa incubada dentro da universidade para desenvolver esse protótipo. Assim, o protótipo foi construído em parceria entre a DHL e a empresa incubada na universidade. Posteriormente, a DHL comprou essa empresa - a StreetScooter GmbH.

Mas por que a DHL decidiu produzir o próprio veículo e não comprar de alguma fabricante já estabelecida no mercado?

Naquele momento, não havia ninguém no mercado que oferecesse um veículo que atendesse à expectativa da empresa. Já a decisão de começar a investir nesse setor não teve como objetivo economizar dinheiro. Até porque naquele momento não havia clareza sobre os custos de investimento e manutenção de uma frota eletrificada. O objetivo no início foi poder ter a estrutura e tecnologia para poder comparar e, a partir daí, tomar decisões.

TESTE

Em 2012, ficou pronto o primeiro protótipo. A partir dali, deu-se início à fase de testes até 2015. Primeiro, indoor, em oficinas; depois, no estacionamento; e, por último, nas ruas, tanto no verão quanto no inverno. No início de 2014, a DHL colocou em operação um total de 150 veículos pré-série em várias bases de entrega em toda a Alemanha. Em todo esse processo, o StreetScooter mostrou-se adequado em termos de equipamentos, capacidade de carga, padrões de segurança e, principalmente, eficiência e compatibilidade ambiental.

Após esses testes, a companhia incubada na universidade foi comprada pela DHL.

EUROPA

Em 2018, a DHL conseguiu da KBA (agência federal alemã responsável pelo registro de veículos) a autorização para rodar com a StreetScooter em todos os países da União Europeia. Esse departamento, apesar de alemão, tem autoridade para avaliar veículos para serem conduzidos em toda a União Europeia. E, a partir de então, a StreetScooter não mais se limitou à Alemanha, passando a rodar em todo o continente.

PRODUÇÃO

Atualmente há três plantas industriais da StreetScooter: Arnhem (Holanda), Durham (Inglaterra) e Colônia ("Köln", Alemanha) As duas primeiras pertencem à DHL, e a última funciona numa parceria com a Ford. Sendo que, apesar da parceria, todo o modelo e o design do veículo pertencem à DHL.

Atualmente, a família de modelos produzidos inclui veículos utilitários elétricos em vários tamanhos. A StreetScooter GmbH frisa: o foco da produção do StreetScooter sempre esteve no cliente. Assim, o

primeiro modelo do veículo foi desenvolvido desde o início com o objetivo de ser uma ferramenta apropriada para a entrega da DHL. Ou seja: um carro desenhado para melhorar o fluxo de trabalho operacional da gigante alemã com soluções de mobilidade sustentável.

DESENHO DO VEÍCULO

Todo o design do StreetScooter tem o DNA da DHL: foi desenvolvido em conjunto com funcionários e funcionárias da empresa, que informaram quais eram suas necessidades. Assim, cada parte do veículo foi desenhada para atender a essas necessidades, dos que viriam a trabalhar diariamente com ele.

Os assentos e o volante são ergonômicos. Dentro do carro, há aut falante para a comunicação com o motorista. Já no compartimento de cargas: o piso é antiderrapante; a abertura das portas é na altura do funcionário, para que ele não precise se abaixar e possa manusear a mercadoria como se estivesse em uma bancada; e a porta de trás abre para cima, para proteger as mercadorias da chuva.



O interior do StreetScooter: desenhado em conjunto com os funcionários

TREINAMENTO DOS MOTORISTAS

Uma etapa importante do processo de eletrificação da frota é o treinamento dos motoristas, já que a empresa entende que é preciso mudar a mentalidade desses profissionais para que eles possam dirigir o StreetScooter. Antes de eles começarem a operar os veículos, eles assistem a vídeos e palestras. Além disso, há um QR Code dentro do carro para que o motorista, em caso de dúvida sobre o funcionamento do veículo enquanto estiver a serviço, possa ser direcionado a um site de tira-dúvidas.

TREINAMENTO

Na Tabela 2, é possível ver uma comparação entre um veículo de entregas movido a diesel e um movido a eletricidade. Nota-se que, entre os sete critérios avaliados, o carro elétrico tem resultados mais positivos em cinco deles: consumo menor de energia, custo de energia mais baixo e mais baixas emissões de CO₂, óxido de nitrogênio (NOx) e carbono negro. No entanto, o carro movido a diesel tem duas grandes vantagens em relação ao elétrico: um tempo de abastecimento muito menor e um peso da energia a bordo também muito mais baixo.

Tabela 2: Veículo a diesel X veículo a eletricidade		
	Diesel	Eletricidade
Consumo	191 kWh	17 kWh
Custo de energia	16,32 €	3,74 €
Emissão de CO ₂	191 kWh	17 kWh
Emissão de óxido de nitrogênio (NOx)	580 mg	0
Emissão de carbono negro	18,4 mg	0
Tempo de recarga	18 segundos	4,5 horas
Peso de energia a bordo	10,5 kg	121 kg

PONTOS DE RECARGA

Um dos principais desafios quando se lida com eletrificação de frota é a infraestrutura de recarga. Por isso, é preciso antecipar esse desafio quando se busca implantar ou expandir uma frota de veículos elétricos. No caso da DHL, com a produção dos StreetScooters, houve necessidade de alto investimento da empresa, que hoje opera com dois modelos de pontos de recarga: os que pertencem à própria DHL e os de propriedade de um "landlord" (locador), como é comum em aeroportos, por exemplo. A quase totalidade dos pontos de recarga fica no próprio depósito dos veículos.

Na Alemanha, quase 100% dos depósitos e pontos de recarga são da própria DHL. São cerca de 10 mil veículos elétricos e 12 mil pontos de recarga. Para a empresa, o ideal é ter uma proporção de um ponto de



Veículo alimentado por acionamento elétrico: pontos de recarga são um desafio

recarga para cada carro. Ou seja, hoje há uma folga de dois mil pontos no país. Para o primeiro semestre de 2020, a estimativa é que haja 15 mil veículos e 15 mil pontos de recarga.

Quanto aos pontos de recarga na rede de “landlord”, a gestão pode ser fácil, mas também é desafiadora. Caso haja necessidade de expansão da energia e pontos, por exemplo, é necessário negociar com o locador.

Um exemplo negativo é o aeroporto da cidade do Porto, em Portugal, onde a energia provida é o suficiente para recarregar apenas nove carros, sendo que lá operam 19 carros. No momento, há uma negociação para expandir a energia utilizável.

SUBSÍDIOS E POLÍTICAS DE INCENTIVOS

Um dos grandes desafios da DHL é a paisagem heterogênea de subsídios e políticas de incentivos para veículos elétricos. Em cada país, região e cidade, há uma realidade distinta nesse sentido. Mesmo na própria Alemanha, não existe um mercado uniforme: há diferenças nas regras, tarifas e permissões para rodar de região para região, cidade para cidade.



Prédio da DHL: empresa encontra paisagem heterogênea de políticas de incentivos

PROCESSOS DE TRANSIÇÃO

Uma linha do tempo é apresentada na Tabela 3, indicando os principais acontecimentos referentes à produção do StreetScooter.

2010	
Fundação da StreetScooter GmbH na universidade RWTH, em Aachen (Alemanha)	
2011	
Apresentação do protótipo “Compact”	
2012	
Apresentação do protótipo “Work”	
2013	
Pré-série testada e preparada	Licença de operação
2014	
150 veículos testados na Alemanha	StreetScooter GmbH se torna 100% subsidiária da DHL
2015	
Início oficial da produção em série	
2016	
Expansão do portfólio de produtos, com novos modelos e derivados	Aumento significativo na produção
2017	
Novo segmento de vendas: StreetScooters individuais para terceiros	
2018	
Expansão da produção: abertura de uma segunda unidade de produção em Düren (Alemanha)	
2019	
Lançamento da produção em série do Work XL	

TRANSIÇÃO PARA A MOBILIDADE ELÉTRICA

Na visão da DHL, uma transição suave e bem-sucedida da mobilidade tradicional para a mobilidade elétrica depende de cinco fatores essenciais: demanda operacional, caso de negócio, infraestrutura, manutenção e capacitação. Cada um desses fatores é explicado na Tabela 4.

Tabela 4: Fatores de sucesso para a mobilidade elétrica

Demanda operacional

- A seleção de produtos da mobilidade elétrica deve ser feita de acordo com a demanda operacional.
- No caso da DHL, esse ponto é bastante claro. Todo o design do StreetScooter foi feito com base nas necessidades dos funcionários que iriam trabalhar com o veículo diariamente: altura do compartimento de cargas, posição das maçanetas, volante, assento etc.

Caso de negócio

- Uma análise de caso de negócio (BCA) deve ser feita de acordo com o plano de implementação.
- Quando a DHL decidiu investir na mobilidade elétrica e no StreetScooter, o objetivo não foi um lucro imediato. O que se queria, naquele momento, era comparar os resultados da frota existente com a elétrica.

Infraestrutura

- A região deve estar preparada para receber e alavancar a mobilidade elétrica.
- O exemplo mais claro dessa questão é a infraestrutura dos pontos de recarga. Uma condicionante fundamental para o sucesso da transição da mobilidade tradicional para a mobilidade elétrica.

Manutenção

- Garantir que a manutenção do veículo esteja à disposição das necessidades operacionais.
- Para isso, é preciso, por exemplo, qualificar parceiros, como os “flying doctors” (engenheiros ou técnicos de plantão, disponíveis a viajar ao encontro do veículo para um eventual reparo).

Capacitação

- Instruções aos motoristas e aos gestores locais, com suporte no local e atendimento permanente ao cliente.

PERCEPÇÃO DO SERVIÇO

BRANDING

O programa GoGreen, a produção e a operação do StreetScooter e todas as demais ações socioambientais da DHL devem ser vistos também dentro de um processo de fortalecimento da marca pela empresa. Com essas medidas, a empresa busca se apresentar ao mundo como uma empresa verde. A DHL faz os investimentos, por exemplo, na

eletrificação da frota, mas se apropria da tecnologia para mudar a própria imagem. Um olhar desde a produção dos próprios veículos até a imagem da empresa. É o branding (ou, em português, gestão da marca).

No veículo produzido pela DHL, por exemplo, há a marca “StreetScooter” por todo o carro. Dentro e fora do veículo: tapete, placa, tintura etc. Na sede da empresa, há uma exposição mostrando as ações

sustentáveis e o programa de eletrificação da frota. Dentro dessa lógica, o próprio prédio é ecologicamente correto, como é o caso do sistema de aquecimento, por exemplo. A empresa está diminuindo a pegada de carbono como um todo, e isso faz parte do processo de fortalecimento da marca.

DEMANDAS DA EMPRESA

A percepção da DHL é de que o mercado para veículos de entrega elétricos está crescendo. Há uma crescente demanda por esse tipo de serviço. No Brasil, o Mercado Livre já solicitou à DHL que entregue comida com carros elétricos. Nos Estados Unidos, a Ikea está contratando a empresa alemã para fazer todo o serviço de entrega de mercadorias eletrificado.

RESPOSTA DOS CLIENTES

Em relação à resposta do consumidor final à nova forma de prestação do serviço pela DHL, a empresa entende que a primeira preocupação das pessoas é se a mercadoria é bem entregue. Atendido esse primeiro critério, o consumidor então se preocupa se o veículo é elétrico ou não. E, por fim, está a preocupação com o preço, já que o consumidor final quer saber se esse novo serviço, mais agradável ao meio ambiente, custa o mesmo do que o feito por veículos movidos a combustíveis fósseis.

GOGREEN ALAVANCA VALOR DAS AÇÕES

O programa GoGreen vem trazendo ainda um retorno financeiro importante para a DHL. Isso porque suas iniciativas de cunho ambiental têm se mostrado um fator de valorização das ações da empresa no mercado financeiro. Para muitos investidores e fundos de investimentos, a compra de ações na bolsa é condicionada à responsabilidade ambiental e social da empresa. Segundo executivos da DHL, a nova lógica do mercado é: quem quer comprar ação só compra se for de empresa verde.

VENDA A TERCEIROS

Em 2017, a produção de StreetScooter deixou de ser voltada apenas para atender à demanda de transporte de encomendas da DHL. Desde então, terceiros já podem comprar também um StreetScooter. A empresa incubada na universidade RWTH, em Aachen, e adquirida pela gigante alemã em 2014, oferece já um site exclusivo para o veículo (<https://www.streetscooter.eu>) onde quem quiser pode comprar um StreetScooter. No site, não há referências ou logos da DHL - exceto, é claro, na parte que conta a história da produção do veículo. Ou seja, é como se o carro tivesse ganhado vida própria. No site, o StreetScooter é apresentado como "o veículo ideal para o centro da cidade" e como



**Bis zu
€12.000
Förderung
sichern!**

**Sua oferta pessoal
do StreetScooter.**

Dependendo da sua localização, você pode economizar até € 12.000 na compra de um StreetScooter, combinando vários programas de financiamento. Quer se trate de conselhos sobre subsídios, leasing ou infra-estrutura de carregamento, oferecemos a solução completa de e-mobility. Deixe-nos avisá-lo agora!

CONSULTE AGORA!

“inteligente e-mobilidade para o seu trabalho diário”. Entre as principais qualidades do carro destacadas para o consumidor, estão: ambientalmente amigável, por ser livre de emissões; e econômico, já que seus custos de manutenção e reparo são significativamente mais baixos. Também ganha destaque no portal o fato de o veículo ser produzido na Alemanha.

“Nós temos nossas raízes no ambiente da Universidade de Excelência Aachen. Mesmo assim, tivemos a coragem de colocar boas ideias

em prática de maneira mais rápida, sustentável e consistente que outras. Hoje, o StreetScooter é o líder de mercado de veículos utilitários elétricos leves na Alemanha, com mais de 12.000 veículos vendidos”, informa o site.

Quem navega pela página se depara a todo momento com convites da empresa: “Compre o StreetScooter agora”. Há ainda informações sobre ofertas, financiamentos, test drives, revendedores autorizados e espaços para consultas de compras específicas.

REFERÊNCIAS

As informações e as fotos constantes deste relatório foram obtidas nos sites da DHL (<http://www.dpdhl.com>) e da StreetScooter (<https://www.streetscooter.eu>), entre julho e agosto de 2019, e em entrevistas presenciais realizadas na sede da empresa, em Bonn (Alemanha), na semana do dia 29 de julho de 2019.

PROMOB-e

Realização:



Por meio da:



MINISTÉRIO DA
ECONOMIA

