



Jornal

www.jornaldasavassi.com.br

Savassi

Life Style
Sociedade
Cultura
Gastronomia



IMPRESSO & ONLINE - Desde 1985 - Ano XXXIX - Nº 679 - O Jornal de Belo Horizonte - Semanas de 16/08 a 01/09/2024

Fass Boutique desfila sua nova coleção "Spring Allure"



Projeto "Circuito Proação"



UTO

BH CLASSIC[®] 2024
AUTO FEST



BH Stock Festival



Spring Allure: Fass Boutique desfila sua nova coleção

É o charme da transição entre o inverno e a primavera que dá o tom de "Spring Allure", a nova coleção que a Fass Boutique desfilou na Casacor Minas, no dia 2 de agosto. Sob direção criativa de Flávia Soares, que também divide o styling com Inês Yamaguchi, a boutique multimarcas apresentou uma seleção harmoniosa de looks de uma sofisticação discreta, descomplicada e confortável que bem define a curadoria da Fass. Entre os designs desfilados estão novidades de marcas internacionais como Melissa Odabash (Inglaterra), Silk Laundry (Austrália), Van Palma (França), Qu o (Turquia) e Angela Caputi (Itália) - a maioria exclusivas da Fass, em todo Brasil - além das brasileiras Viviane Furrier, Glória Coelho e Denise

Valadares.

"Com a primavera se aproximando, a natureza dá seus primeiros passos de renovação, mas os tons ainda são suaves, de uma quase timidez que já aponta sinais da força que tem por dentro. É essa a inspiração do nosso 'Spring Allure', uma elegância delicada mas cheia de potência e personalidade", apresenta a diretora criativa. Uma impecável alfaiataria divide a passarela com peças mais fluidas, sempre com desenho minimalista, de linhas limpas e paleta de off white, tons pastel e cores terrosas. Roupas atemporais, que flertam com o quiet luxury e permitem uma versatilidade de styling para, de fato, serem incorporadas à vida de quem vesti-las.



PARRILLA
Savassi 158

5. Cupim
7. Copo de file
8. File de costela
11. Contrafile
16. Picanha
15. Alcatra
19. Lagarto
18. Costela mole
20. Aba do file
21. Músculo traseiro
17. Picanha
14. Maminha
13. Ponta de agulha
10. Ponta de agulha
9. Aba do file
6. Ponta
1. Músculo dianteiro
3. Prescoço
4. Acém
2. Peito

**Em cada corte uma
EXPLOÇÃO DE SABORES**

(31) 99896-4357
R. PROFESSOR MORAES, 158 - SAVASSI

Temos serviço
de manobristas

Presidente da ACMinas será agraciado com Medalha do Mérito Consular

O presidente da Associação Comercial e Empresarial de Minas - ACMinas, José Anchieta da Silva, será agraciado com a Medalha do Mérito Consular Edição 2024. A cerimônia está agendada para ser realizada em 25 de outubro, às 19h30, no Auditório da Federação das Indústrias de Minas Gerais (Fiemg).

A iniciativa destaca personalidades que tenham, de algum modo, prestado serviços relevantes ao Corpo Consular de Minas Gerais - AMCC-MG, à Belo Horizonte, ao Estado de Minas Gerais ou ao Brasil. Além de José Anchieta, outros quatro notáveis profissionais também serão reconhecidos por suas ações em prol da valorização econômica, cultural e turística.



Os Super Queijos de Minas Gerais



Prestes a conquistar o título de Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade, a história do queijo Minas artesanal ganha um novo capítulo com os Super Queijos, um movimento de valorização e promoção dessas iguarias que desafia as regiões reconhecidas a produzir o maior exemplar já registrado, seguindo as regras e técnicas tradicionais. O projeto foi idealizado pelo produtor cultural e diretor da Rota do Queijo de Minas, Jordane Macedo, e com a meta de atuar em todas as regiões queijeras de Minas, já produziu o maior Canastra, Mantiqueira e de Araxá.

"A ideia inicial era fazer um queijo para entrar nos Guinness World Records e contei para a Lúcia e o Ivair, do premiado Queijo do Ivair, na Canastra, que embarcaram comigo na missão e disponibilizaram toda a sua ordenha do dia, 300 litros, para fazermos um único queijo", conta Jordane. O resultado foi o Canastra Imperial: um queijo de guarda com mais de 30 kg e um sabor surpreendente. Para o sucesso da empreitada, também trouxeram os especialistas em produção queijera Renata De Paoli Santos - sócia-proprietária da Curadoria do Queijo: Escola Ítalo brasileira de formação de mestre queijeiros; e Cassiano Pereira Peluso diretor da Jornada do Queijo. O grupo dos cinco decidiu, junto, batizar o projeto de Super Queijos.

"Para fazer um Super Queijo, os desafios são muitos: matéria-prima suficiente e de boa qualidade; estrutura física da propriedade que viabilize a produção e depois a maturação de um queijo enorme; fôrmas e instrumentos de manejo específicos; e a própria técnica em si", aponta a especialista da Curadoria do Queijo, Renata De Paoli. A intenção original era produzir o Super Queijo com uma mistura do leite de todos os produtores daquela localidade, como um símbolo de união e representatividade, porém por dificuldade de execução e até

uma impossibilidade pela técnica tradicional, tiveram de encontrar uma fazenda única que se enquadrasse no perfil necessário. "Um produtor que tenha, além da estrutura adequada, um pensamento coletivo que entenda que aquele Super Queijo, apesar de ter sido feito na sua propriedade, é um produto da comunidade queijera. É um queijo de todos e para todos", salienta Renata.

Com o sucesso do Canastra Imperial, a Associação dos Produtores de Queijo Artesanal Mantiqueira de Minas (APROMAM) convidou o grupo para repetir a façanha por lá. Em parceria com a queijaria Dom Carmelo, de Itamonte, foi feito o "Soborano da Mantiqueira", um queijo com 90 cm de raio e 35 cm de altura, e que deverá ter um peso final de 105 kg, após um ano de maturação. Para ser feito, foram usados 1350 litros de leite cru, e uma forma de aço inox construída pela Inoxul especialmente para o projeto.

Em seguida, foi a vez do "Gran Araxá" ser produzido na queijaria Queijo Mineirim, em parceria com a Associação Regional Produtores Queijo Minas Artesanal Araxá. Foram mais de 500 litros de leite usados, para um Super Queijo que deve pesar aproximadamente 50 kg, depois de um ano de guarda, com 60 cm de diâmetro e 30 cm de altura. A próxima região a ganhar um Super Queijo deve ser Campo das Vertentes, e outras também estão em tratativa com o projeto.

"Uma vez que o Super Queijo entra em maturação, aí é que começa o verdadeiro desafio, porque como nunca foi feito, precisamos acompanhar na prática como ele vai se comportar nesse processo. Isso exige controlar o ambiente, a umidade, virar a peça em momentos determinados... e prevemos a guarda de um ano, porém o tempo correto é só cada queijo que vai dizer", explica o idealizador Jordane Macedo.



**As delícias do Pizzarella
você recebe rapidinho
no conforto de sua casa
DELIVERY**

LOURDES - 3292.3000 SÃO BENTO - 3344.2200

Vinícola brasileira apresenta novos vinhos barricados

A partir de uma uva pouco cultivada no Brasil e uma variedade delicada e complexa, a marca apresenta dois novos vinhos, integrantes da linha super premium Amitié OAK Barrel Collection: OAK Barrel Montepulciano e OAK Barrel Pinot Noir.

Os lançamentos se juntam aos premiadíssimos Amitié OAK Barrel Chardonnay e Amitié OAK Barrel Viognier, brancos que inauguraram a linha.

Experiência, sensibilidade e vocação para subverter padrões guiaram a enóloga Juciane Casagrande Doro e a sommelière Andreia Gentilini, idealizadoras da Amitié, que se desafiaram a criar uma coleção de vinhos marcada pela passagem por madeira.

"Mesmo sutil, a utilização do carvalho está presente e é um elemento que une esses quatro exemplares. Um dos grandes desafios é definir o tempo de barrica adequado para o perfil de cada uva", explica Juciane Casagrande Doro.

No OAK Barrel Montepulciano, elaborado na Serra Gaúcha (RS) com uma variedade de origem italiana pouco explorada no Brasil, o tempo definido de passagem por barricas de carvalho foi de 8 meses, resultando em um vinho com aromas acentuados de frutas negras, alcaçuz e leve defumado, lembrando a charcutaria.

Tem ótima intensidade, taninos agradáveis e notas de chocolate bem integradas. A edição é limitada: são apenas 4 mil garrafas.

A delicada e complexa Pinot Noir também passa 8 meses em barricas de carvalho para dar origem ao OAK Barrel Pinot Noir, produzido com uvas cultivadas na Campanha Gaúcha (RS). A personalidade desta variedade está presente com seus toques terrosos, frutados, e notas de café e chocolate. Ele chega ao mercado em tiragem limitadíssima de 2 mil garrafas.

"O OAK Barrel Pinot Noir traz uma persistência surpreendente, característica rara de se encontrar nesta uva, marcada por finais menos longos. O OAK Barrel Montepulciano é superexclusivo e representa perfeitamente nosso propósito de inovar", resume Andreia Gentilini.



A identidade da linha está também presente nos rótulos dos vinhos, que trazem texturas semelhantes à do carvalho utilizado na maturação dos produtos. Os vinhos OAK Barrel Montepulciano, OAK Barrel Pinot Noir, OAK Barrel Chardonnay e OAK Barrel Viognier são comercializados individualmente e na versão box, em uma bela caixa de madeira com os quatro produtos.

Branco premiados

Elaborado com uvas cultivadas em Santana do Livramento, na Campanha Gaúcha (RS), o OAK Barrel Chardonnay foi o primeiro vinho da linha OAK Barrel e assim que chegou ao mercado, em 2022, conquistou uma Medalha de Ouro no Chardonnay du Monde, feito



que repetiu em 2023, se destacando no mais importante concurso francês dedicado a esta variedade.

Assumindo o desafio de produzir um Viognier na Serra Gaúcha - onde a uva brilhou -, Juciane Casagrande Doro e Andreia Gentilini elaboraram o OAK Barrel Viognier, uva cultivada na França há mais de dois séculos.

Em 2023, recebeu uma Medalha de Ouro no Decanter World Wine Awards, maior concurso de vinhos no mundo, e fez história no Brasil, pois foi a primeira vez que um branco brasileiro Viognier conquistou uma medalha na premiação.

Recentemente, a Decanter Magazine, referência em publicações especializadas em vinhos, destacou o Amitié Viognier na lista 'Top Viognier do Mundo'.

Almadén ainda mais brasileira



ALMADÉN

DESDE 1973 BRASIL

A Vinícola Almadén nasceu na Califórnia, nos Estados Unidos, em 1852, mas suas raízes no Brasil estão cada vez mais profundas em Santana do Livramento. São 50 anos em solo brasileiro, desde sua fundação em 1973, sendo 14 deles como uma das unidades da Miolo Wine Group, que aposta no terroir da Campanha Central e brinda o cinquentenário juntamente com a inauguração do Trem do Pampa. Nessa última década, a marca passou por uma grande transformação, reformulando produtos e modernizando embalagens, além de inaugurar o Complexo Enoturístico Almadén. Dos 1.200 hectares da propriedade, 450 têm vinhedos próprios em espaldeira. São 25 castas, de onde surgem 13 vinhos (sete tintos, cinco brancos e um rosê). Também é de lá o Miolo Vinhas Velhas Tannat, ícone da unidade que faz parte da Coleção dos Sete Lendários.

Pioneira na tecnologia de aço inox e controle de temperatura na fermentação, com uma capacidade total de estocagem de 8,5 milhões de litros, a Almadén tem mapeado todos os seus vinhedos. São 138 parcelas, das quais 111 estão em produção. Destas, a empresa preserva a história de 150 hectares com vinhas de mais de 45 anos (vinhas velhas). A vinícola foi a primeira da América Latina a introduzir a prensagem pneumática contínua. Este pioneirismo foi seguido pela Miolo Wine Group ao implantar no local a primeira colheita mecânica no Brasil, em 2011.

Com 100 dias de sol no Verão, a região já era considerada uma das melhores do mundo para a viticultura ainda em 1973, quando a Almadén investiu no local, sendo a primeira vinícola a se instalar em Santana do Livramento. Com o mesmo entendimento e acreditar-

do no potencial do terroir, a Miolo não apenas deu continuidade como também apostou no projeto que veio completar o grupo, unindo-se às unidades do Vale dos Vinhedos (Miolo), de Candiota (Seival) e do Vale do São Francisco (Terranova).

De 2009 para cá, grandes investimentos foram feitos na renovação e manejo dos vinhedos. Anualmente, durante a safra de pouco mais de dois meses, são produzidos aproximadamente 4,3 milhões de quilos de uvas, uma operação que envolve mais de 400 pessoas. Além de variedades mais conhecidas como as tintas Cabernet Sauvignon e Merlot e as brancas Chardonnay e Sauvignon Blanc, a Almadén mantém um amplo trabalho de pesquisa com o terroir que tem permitido cultivar 25 diferentes castas, apostando em uvas menos conhecidas como as tintas Alicante Bouschet, Arinarnoa, Marselan, Petit Verdot e Tempranillo e a branca Sémillon, por exemplo.

As práticas vitivinícolas inovadoras da Almadén no Brasil marcaram época, muito influenciadas pelos ensinamentos do agrônomo, enólogo, professor, político, escritor e cientista italo-brasileiro, Celeste Gobatto. O autor do Manual do Vitivinicultor Brasileiro, considerado a 'Bíblia' do vinho na década de 1970, fincou raízes no Brasil, considerado o grande pioneiro da vitivinicultura moderna no país. O ponto alto do seu estudo foi o mapeamento da Campanha Gaúcha como região vitivinícola do Novo Mundo, indo ao encontro das pesquisas desenvolvidas pela Universidade de Davis e da própria Almadén Califórnia, que delimitaram o local para a implantação da vinícola no Brasil. O que Gobatto já sabia e pregava naquela época ganhou ainda mais ênfase com a delimitação da Indicação de Procedência (IP) Campanha Gaúcha.

Projeto “Circuito Proação” une moda e solidariedade em prol da sustentabilidade

Com o tema “Laços”, diversas marcas participantes do projeto desenvolveu produtos exclusivos, cujas vendas serão revertidas para beneficiar a entidade “O Proação”

“O Proação”, uma entidade comprometida com causas sociais, lançou no dia 05 de julho de 2024, no restaurante Hacienda 1979, o Projeto “Circuito Proação”, uma iniciativa que visa arrecadar fundos vitais

para a sustentabilidade da organização e promover a interação entre marcas de moda, influenciadoras e o público final. Com o tema “Laços”, cada marca participante criou um produto exclusivo, cujas vendas se-

rão revertidas integralmente para a entidade.

Participaram do lançamento: Anna Barroso, Buclê (Novo talento), Denise Valadares, FFashion, Isa Paes, Kazy Sport Wear, Manoel

Bernardes e Patrícia Motta.

O editorial das peças é assinado por Rodrigo Cezário (Direção Criativa), Gabriel Reis (Stylist), fotografia de Isabela Montenegro, Dom Aguiar e making of de Kelly Reis. A

produção foi realizada no Serra Del Rey com modelos da Ford Models e Beleza sob os cuidados de Jô Martins, enquanto os cabelos foram moldados pelas mãos de Elias Ferry e Xuxa Paudilha.



klus.com.br

@kluis_alfaiataria

Algar Telecom anuncia novo presidente

A Algar Telecom, empresa de TI e Telecomunicações do grupo Algar, comunica que Luiz Alexandre Garcia assume a presidência da companhia a partir de 31 de julho. Garcia foi CEO do grupo Algar por 12 anos, possui vasta experiência no setor de telecomunicações e exercia a função de presidente do Conselho de Administração da Algar Telecom até o momento, cargo para o qual Luiz Alberto Garcia foi indicado. Essa decisão deve ocorrer em assembleia no dia 23/08.

O executivo possui graduação em Ciência Econômicas, pela Universidade Gama Filho (RJ) com MBA de Negócios em Administração pela Catholic University of América (Washington), especialização em Marketing pela American University of Paris e Programa de Desenvolvimento de Executivos pelo IMD (Lousanne, Suíça). Trabalhou em várias empresas mundiais de telecomunicações e foi presidente de entidades setoriais como Conexus, Febratel e Contic).

A empresa anuncia também uma reestruturação em seu Comi-



tê Executivo com Márcio de Jesus, atual vice-presidente de negócios Varejo, que assume também os segmentos MPE, Corporativo e Atacado.

Jean Borges, que ocupava a função de CEO, e Augusto Salomon, Vice-presidente de negócios B2B, deixam a companhia para desenvolver projetos pessoais.

Com essas mudanças, a empresa reforça seu compromisso com a qualidade e relacionamento próximo

com os clientes. Com uma trajetória de excelência e inovação, a empresa tem como pilares fundamentais a satisfação dos clientes, a busca contínua pela excelência em seus produtos e serviços e o fortalecimento das equipes regionais, sempre com o olhar voltado para o mercado. Por fim, a empresa reafirma seu compromisso em maximizar os recursos existentes, garantindo assim a perenidade dos negócios.

Pão de queijo da Forno de Minas será fabricado em Portugal



Diretamente de Minas Gerais para o mundo. A partir de janeiro do próximo ano, o famoso pão de queijo da Forno de Minas será produzido em Portugal, por meio de uma parceria com os portugueses. A princípio, os produtos serão vendidos dentro do próprio país, mas, posteriormente, sob demanda, serão enviados para clientes do Reino Unido, Espanha, Itália e França.

O grupo mineiro está fechando acordo com duas companhias portuguesas para um co-packing, prática comum na indústria de alimentos e bebidas, que consiste em uma espécie de terceiri-

zação da produção. Uma empresa será responsável por produzir a matéria-prima, o queijo, e a outra ficará encarregada de fabricar o item final, replicando o modelo de fabricação da Forno no Brasil.

As empresas parceiras adquiriram maquinários específicos com a orientação da fabricante de pão de queijo congelado, que vai supervisionar a fabricação. Insumos, como o polvilho, serão importados. Os itens fabricados terão a mesma fórmula dos que são produzidos em Contagem, na Região Metropolitana de Belo Horizonte (RMBH), garantindo a qualidade dos produtos.

Mais voos para o Caribe: BH Airport anuncia ampliação da rota para Curaçao e conexão com a Flórida

A rota Belo Horizonte-Curaçao, a única no Brasil com conexão direta para a ilha, acaba de receber mais voos no BH Airport. O aumento da frequência foi oficializado hoje (2/8), durante evento no Palácio da Liberdade, em Belo Horizonte. A partir de 9 de dezembro, a rota terá o dobro de voos com ida e volta em quatro dias da semana. Além disso, o trajeto ganhou a conexão com Fort Lauderdale, na Flórida, oferecendo aos passageiros a chance de ampliar o roteiro da viagem.

A ampliação acontece justamente quando a rota acaba de completar um ano de inauguração no terminal mineiro, o que aponta para a boa receptividade do destino. Inaugurada no dia 24 de junho de 2023 com um voo semanal, a rota ganhou mais uma frequência antes de completar um ano e, agora, o número de voos dobra novamente, passando para quatro por

semana. A ampliação contou com a parceria do Ministério do Desenvolvimento Econômico de Curaçao, Escritório de Turismo de Curaçao e Invest Minas.

O COO do BH Airport, Rodrigo Côrtes, comemora a ampliação. "Temos orgulho de ser o único aeroporto no Brasil que oferece essa rota, que é um sucesso e atrai passageiros de diferentes regiões interessados nas belezas dessa ilha caribenha. Agora, com mais voos semanais e a conexão com Fort Lauderdale, que agrega muito ao roteiro de viagem, essa rota ficou ainda mais atrativa e com certeza trará mais passageiros para o nosso terminal. Também estamos muito felizes com esse trabalho em conjunto com os governos de Curaçao e de Minas Gerais, que só fortalece o turismo e o desenvolvimento na nossa região", afirma.

Para César Grandolfo, Gerente de Relações Institucionais da Azul,



a ampliação é resultado da boa demanda. "Curaçao já é um sucesso de procura como destino para férias, é uma ilha com um clima agradável e que pode ser visitada em qualquer época do ano. Agora, também vamos incluir mais uma conexão no voo, que vai permitir, por exemplo, que o cliente vá para Curaçao e depois faça compras em Fort Lauderdale, usando o mesmo bilhete", afirma.

O Ministro do Desenvolvimento Econômico de Curaçao, Ruisandro Cijntje, comenta a importância da expansão. "Estamos muito contentes com o aumento da frequência nos voos da Azul entre Belo Horizonte e Willemstad. Ainda mais sendo em um ano que estamos batendo todas as metas na chegada de turistas do Brasil. Curaçao continuará de braços abertos para receber mais

brasileiros", afirma.

Já o diretor de Atração de Investimentos da Invest Minas, Ronaldo Barquette, reforça o potencial do trabalho desenvolvido pelo Governo do Estado de Minas Gerais para o setor aéreo, realizado pela Invest Minas. "São novas opções de conexão para os mineiros e novas possibilidades de mais turistas e mais investimento para o estado de Minas Gerais", afirma.

Minas Gerais lidera o crescimento da atividade turística

Análise do volume da atividade turística de maio apurado na Pesquisa Mensal de Serviços (PMS) do IBGE e realizada pelo Núcleo de Estudos Econômicos da Fecomércio MG, indica que, apesar da retração mensal de 0,7% (no mês de maio), Minas Gerais segue com crescimento no turismo se observado o acumulado nos 12 meses. A iminência da entrada do inverno desaqueceu igualmente o turismo no país que teve retração de -0,2% em maio. Nos demais períodos analisados: maio 2024 X maio 2023, acumulado do ano e no acumulado em 12 meses, o estado mineiro segue com números positivos superando o desempenho geral do turismo no Brasil.

Quando estabelecida comparação da atividade turística de Minas Gerais entre maio de 2024 e maio de 2023, o indicador mostra avanço de 8,1%. Essa taxa de crescimento mostra a tendência de estabilização da expansão da atividade no pós-pandemia já que em maio

de 2023 foi registrado crescimento de 18,4% frente maio de 2022. Ainda assim, a comparação com o volume da atividade de abrangência nacional, que registrou retração de -0,7% no quinto mês de 2024 ante maio de 2023, aponta para o crescimento consistente do turismo no estado que evolui nesta base de comparação ininterruptamente há quase três anos.

A expansão do turismo mineiro no acumulado do ano, observada nos últimos 36 meses, é outro dado que confirma a consistência do crescimento da atividade no estado, sendo superado apenas pela Bahia em maio. Entre janeiro e maio de 2024, Minas Gerais registra ampliação de 9,0% no volume da atividade turística enquanto no contexto nacional verifica-se alta de 1,1%. O incremento do turismo do estado sobre o do país nesta base de comparação é de 7,9 pontos percentuais.

Dentre todos os estados brasileiros, Minas Gerais se destaca por



apresentar o maior crescimento no setor turístico nos últimos 12 meses. Esse destaque pode ser atribuído a uma série de fatores que exercem um impacto significativo sobre esses números.

De acordo com Gabriela Martins, economista da Fecomércio MG, um desses fatores é o aumen-

to no número de turistas. "Desde 2023, Minas Gerais tem registrado a maior média nacional na atividade turística. Esse aumento no fluxo de visitantes resultou, consequentemente, na criação de diversos postos de trabalho, fortalecendo a economia local." Além disso, Minas Gerais tem investido na criação e

promoção de atrações turísticas. O estado tem valorizado a tradição dos bares locais, o comércio tradicional, a culinária mineira, a música regional e as rotas turísticas como, por exemplo, a do café. Essas iniciativas têm contribuído para atrair um número cada vez maior de visitantes", destaca Martins.

Clínica NaturCenter
Núcleo especializado em Saúde e Terapias Integradas
Equilíbrio físico, emocional e energético seguindo todos os protocolos de segurança e sanitários

- ✓ Reiki (atendimento e cursos)
- ✓ Acupuntura (técnica para equilíbrio, fortalecimento, harmonização da energia interna, problemas dermatológicos, ansiedade e estética)
- ✓ Auriculoterapia (tratamento utilizando os pontos de irrigação nas orelhas)
- ✓ Fisioterapia
- ✓ Pilates (aulas personalizadas individuais e em dupla)
- ✓ Nutrição (Nutrição clínica e esportiva para todas as idades/ fitoterapia/ palestras/ coaching)
- ✓ Massagem (redutora, relaxante e drenagem linfática)
- ✓ Aromaterapia
- ✓ Ventosaterapia (técnica para alívio de dores musculares e liberação miofascial)
- ✓ Psicologia (equipe de psicólogos nas abordagens cognitiva comportamental, analítica antistresse e transpessoal)
- ✓ Constelação familiar

Promoções para sessões de Massagem com Reiki

Av. Dom José Gaspar, 997 A - Coração Eucarístico
2551-4335 / 9 9204- 7359

PHD PACE HOSPITAL
ESPECIALIZADO EM
CIRURGIAS ELETIVAS.

NÍVEIS DE INFECÇÃO PÓS-OPERATÓRIO PRÓXIMOS DE 0%.

Respeitamos políticas internas rigorosas e fazemos uso de equipamentos avançados, treinamentos contínuos da equipe multidisciplinar e produtos de alto nível.

(31) 3343-6600
@phdpacehospital
linkedin.com/company/phd-pace-hospital/
www.phdpacehospital.com.br

“Bike Fest” leva mais de 40 mil pessoas e 23 mil motos a Tiradentes

Mais um evento de muito sucesso. Assim pode ser resumida a edição 2024 do Bike Fest de Tiradentes, que trouxe para a cidade histórica mais de 40 mil pessoas e 23 mil motos, vindas de 23 estados brasileiros; movimentando a economia local em mais de R\$ 60 milhões, gerando 800 empregos diretos e 1.500 indiretos e proporcionando aos expositores a venda de 140 motocicletas durante os cinco dias do evento.

Outro fato que ilustra bem o sucesso do Bike Fest como instrumento de divulgação e fomento da cultura do motociclismo foi o reconhecimento, a partir deste ano, como evento oficial da Federação Internacional de Motociclismo (FIM) Latin America e da Confederação Brasileira de Motociclismo (CBM).

Uma das novidades do encontro deste ano que agradou bastante a galera estradeira das duas rodas foi o Ride Bike Fest, que reuniu os motociclistas em passeios de moto guiados pela belíssima região de Tiradentes, explorando toda a sua rica cultura e culinária.

A 32ª edição do Bike Fest foi marcada por um momento de muita emoção: uma homenagem especial para o motociclista Guilherme Berg, que foi o fundador do encontro nacional de Harley-Davidson em Tiradentes em 1992 e que, ao longo dos anos, se transformou no melhor encontro de motos e motociclistas do País.

O diretor da Production Eventos, organizadora do Bike Fest, Milton Furtado, ressalta que o encontro mantém atualmente o espírito do encontro idealizado por Guilherme Berg de ser “um encontro de amigos motociclistas, uma oportunidade de confraternização para a galera das duas rodas”.

E foi nesse clima de confraternização e de paz que rolaram os cinco dias do encontro, nos quais não foi registrada nenhuma ocorrência policial e o público pode curtir toda a programação especial, que incluiu muita música boa, cerveja gelada e drinks variados e a melhor gastronomia em uma praça de alimentação completa.

Também foi um sucesso a exposição de motocicletas, que reuniu diversos modelos

das marcas, tais como BMW, Ducati, Harley-Davidson, Honda, Kawasaki, KTM, Royal Enfield, Triumph e Bajaj, além de diversos equipamentos e acessórios da marca X11. Os expositores contabilizaram um saldo de 140 motocicletas vendidas durante os cinco dias de evento. Os motociclistas também desfrutaram de serviços como troca de pneus (pela Michelin) e de óleo (pela Motul).

A edição deste ano também reservou duas atrações especiais para os participantes: a motocicleta Valkyrie, fabricada pela Honda entre 1996 e 2003, que já foi chamada de GL1500C nos Estados Unidos e F6C nos demais mercados e é equipada com motor de seis cilindros de 1.520cc de cilindrada mais potente; e uma moto especial projetada por Paul Teutul Sênior, Paul Junior e Mikey do Orange County Choppers (especializada em customização que tem um programa do canal Discovery) especialmente para homenagear Brasília.

Infelizmente, a rede hoteleira de Tiradentes não estava no mesmo espírito do Bike Fest de promover o turismo e a economia da cidade e aumentou em demasia os preços das diárias, fazendo com que os participantes buscassem por hotéis em outras cidades da região.

A 32ª edição do Bike Fest teve como patrocinador Master: a empresa X11; como patrocinador: Honda; como co-patrocinadores: BH Harley-Davidson, DCA Distribuidora, Ducati Belo Horizonte, KTM Valence, Moto Raja, Triumph BH e Bajaj Belo Horizonte; como lubrificante oficial: Motul; como pneu oficial: Michelin; como cervejaria oficial: Krug; como mídias oficiais: TV Band Minas, Rádio Band News e Moto Adventure; como organizadores: Production Eventos e Grupo Berg; com o apoio da Prefeitura Municipal de Tiradentes.



Revee assume a gestão da Serraria Souza Pinto

Importante empresa nacional do ramo de entretenimento, eventos e desenvolvimento de espaços multifuncionais, a Revee chega a Minas Gerais para assumir a gestão da histórica Serraria Souza Pinto. Pelos próximos 20 anos, a empresa será responsável pela operação das atividades do local por meio de um plano de ação imediata que prevê melhorias importantes e um investimento de R\$ 7 milhões no longo prazo. Muito em breve, esse importante destino voltará a receber grandes espetáculos, ampliando a vocação cultural e turística do equipamento e apoiando a revitalização do centro de Belo Horizonte.

Entre os atributos que ratificam a capacidade e competência da Revee para administração da Serraria, além de uma equipe com anos de experiência no setor do entretenimento, está o Distrito Revee. Localizado em Araraquara (SP), o megacomplexo de entretenimento multifuncional reúne, em um só lugar: pavilhão para feiras e exposições, anfiteatro, centro de convenções, ginásio de esportes, arena multiuso e ampla área externa.

Para o desenvolvimento da Serraria Souza Pinto, as primeiras obras e adequações têm previsão de início em 90 dias. Segundo a direção da Revee, a previsão inicial é de que a Serraria esteja adequada para receber eventos até o final deste ano. Do investimento total, nos primeiros dois anos serão aportados cerca de R\$ 3,4 milhões e, até o final da concessão, mais R\$ 3,6 milhões. Somente na fase de obras, devem ser gerados cerca de 250 empregos diretos e indiretos e, a cada realização de eventos de grande porte, podem ser gerados aproximadamente 450 postos de trabalho.

Entre os pontos de melhorias estão o sistema de segurança e CFTV; readaptação do espaço externo de eventos e estacionamento; obras de recuperação das partes elétrica, hidráulica, de esgoto e outras estruturas; acessibilidade e sinalização adequadas para o acesso de todos; além de diversas melhorias que garantirão a experiência dos organizadores de eventos e visitantes.



"Nossa entrega para a cidade contempla transparência e valorização do envolvimento de toda a população. Nossa missão é gerar entretenimento de alta qualidade que contribua para o crescimento socioeconômico da região, recebendo shows, feiras, eventos de negócios, para famílias etc. Estamos certos de que será o início de uma era de prosperidade com respeito ao patrimônio e à cultura de BH", comemora Luis Davantel, CEO da

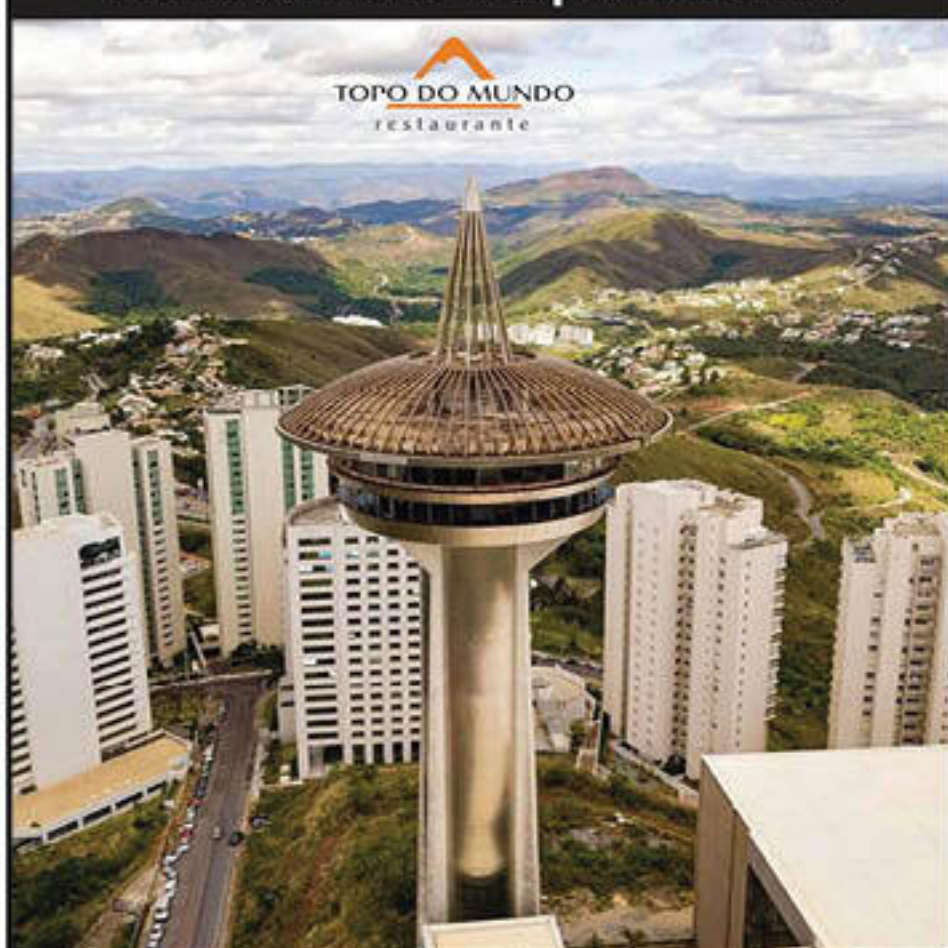
Revee.

Ele ressalta que a programação da Serraria vai refletir a cultura e os valores de Minas Gerais, considerando que o Estado tem uma identidade cultural única. Por isso, as atividades vão celebrar pontos importantes como gastronomia, música e arte mineiras. "Antes de lançar novos eventos, a Revee planeja fazer pesquisas de opinião para captar os interesses e preferências do público de BH. Essa

prática garantirá que a programação esteja sempre alinhada com as expectativas dos frequentadores", observa Davantel.

No entanto, a empresa também mapeou experiências de sucesso em outros Estados que prometem se conectar com o público em BH. Entre eles, estão os eventos próprios e itinerantes Expresso Folia (Carnaval) e Flameja Arraiá Fest (Festa Junina).

Venha conhecer o Topo do Mundo



Av. SENADOR MILTON CAMPOS, 145/2º ANDAR - TORRE ALTA VILA

31 3575-5545 - 31 98771-2884 - WWW.TOPODOMUNDO.COM



pontocertobrindes

pontocertobrandes6@gmail.com



Faca seu orcamento

31 3351-7765

31 99307-1538



AUTO review

www.autoreview.com.br

Filiado a



Editor: João Euclides P. Salgado

Edição 679

BH CLASSIC AUTO FEST 2024

Sucesso Total!



“BH Classic Auto Fest” 2024 - Sucesso Total!

Belo Horizonte e seu Parque Municipal Américo Renee Giannetti foi abrilhantado pela segunda edição do já famoso “BH Classic Auto Fest” que aconteceu de 15 a 18 de agosto. O evento, foi maior e com mais visitantes que a primeira edição; neste ano foram 458 veículos expostos e, nos 4 dias passaram pelos portões mais de 300.000 pessoas vindas de todas as regiões da Capital Mineira, de outras cidades e de outros estados além da presença

marcante dos maiores colecionadores e amantes da cultura do antigomobilismo de todo o Brasil! O apoio da Prefeitura de Belo Horizonte, do Departamento de Parques e Jardins, da Fundação Teatro Francisco Nunes e Palácio das Artes, do pessoal e das responsáveis pelo Parque Municipal, da Regional Centro-Sul, das Polícias Militar e Rodoviária Federal, da Guarda Civil Metropolitana, dos expositores da “Feira das Pulgas” e de todos os colaboradores

e voluntários, foram sem dúvida nenhuma os responsáveis pelo sucesso estrondoso do evento! Parabéns também a Aiva, realizadora do evento e aos clubes presentes com seus Clássicos, Hot Rod, Muscle Cars, Militares, Carros de Cinema, Air Cooled, Caminhonetes, Nacionais, Mustang, Opala, Puma, Motocicletas, Ônibus e Caminhões. A organização conseguiu mais uma vez oferecer ao público presente além da maravilha da cultura dos veículos antigos, muito lazer

e diversão para todas a família! O evento não tem fins lucrativos; é uma grande festa do povo e para o povo! Um esforço hercúleo para se tornar viável um evento de tamanha magnitude com entrada gratuita! Tudo foi possível graças ao esforço dos antigomobilistas de Belo Horizonte pois o evento não conta com recursos públicos e sim, de apoios advindos dos próprios expositores e das 40 entidades congregadas na AIVA, Associação Interclubes de Veículos Antigos.

Parabéns aos membros da comissão geral e da diretoria; onde destacamos, Valéria Palli, Glória Beltrão e Riesa Senna; Rodolfo Mallard, Presidente da Aiva; German Bauer 1º Secretário; João Euclides Prata Salgado, vice presidente; Jefferson Rios, Presidente do Conselho, mentor e criador do “BH Classic Auto Fest” e às diretoria das associações e clubes presentes! As fotos são de João Salgado, Clube CAF e Gabriel Outlaws





Harley-Davidson destaca diferenças e semelhanças entre as novas Street Glide e Road Glide

A Harley-Davidson lançou, no primeiro semestre de 2024, as novas Street Glide™ e Road Glide™. As novidades, que foram completamente renovadas e revolucionam a consagrada família Grand American Touring, marcam o início de uma nova era de desempenho, tecnologia e design para viagens em duas rodas.

Street Glide™ e Road Glide™ apresentam algumas semelhanças, como o atualizado motor Milwaukee-Eight™ 117, que conta com um novo sistema de refrigeração que otimiza ainda mais o conforto térmico para o piloto e melhora o fluxo de admissão e escape para aumentar o desempenho.

Apesar de dominar o segmento de motocicletas Touring, a Harley-Davidson tem como visão liderar o desenvolvimento da indústria, ao mesmo tempo em que

mantém as características que a tornaram um ícone no universo das motos. As novas Street Glide™ e Road Glide™ são o mais recente exemplo desse desenvolvimento ao apresentarem novo sistema de infotainment, alimentado pelo sistema operacional Skyline™ OS.

Através de uma tela sensível ao toque TFT de 12,3 polegadas, que substitui todos os instrumentos analógicos, os motociclistas podem selecionar os modos de pilotagem (Road, Rain, Sport e Custom), ativar o navegador GPS nativo do sistema, selecionar a estação de rádio de preferência, parear smartphones com o sistema iOS e até escolher como as informações da moto são apresentadas na tela.

A principal diferença entre os modelos está na dianteira. A Street Glide™ possui a carena-



gem no estilo Batwing, montada no garfo dianteiro, enquanto a Road Glide™ se caracteriza pela carenagem Sharknose, montada no quadro. Em termos práticos, a carenagem da Street Glide™ acompanha os movimentos de esterço durante a pilotagem. Já na Road Glide™ a carenagem permanece sempre vol-

tada para a frente. Nos dois modelos, a aerodinâmica foi aprimorada e o desconforto da vibração do capacete em altas velocidades foi reduzido em média 60%.

Independentemente da escolha pela nova Street Glide™ ou pela nova Road Glide™, os motociclistas terão à disposição modelos mais

potentes, confortáveis e leves, repletos de tecnologia de ponta. O caminho mais indicado para tomar uma decisão é, sem dúvida, pilotar cada modelo. Para isso, busque a concessionária mais próxima e consulte a disponibilidade de test-ride.



QUER ESTAR
ATUALIZADO EM
ESPORTE MOTOR ACESSE:

WWW.AUTOREVIEW.COM.BR

TUDO EM PRIMEIRA MÃO
SOBRE OS LANÇAMENTOS DE AUTOMÓVEIS,
MOTOS E CAMINHÕES

DICAS, FÓRUMS E MENSAGENS
INSTANTÂNEAS

WWW.AUTOREVIEW.COM.BR

Pirelli P Zero MS, o novo pneu all-season para equipamento original de carros premium e prestige

A Pirelli lança o novo P Zero MS, um novo pneu all-season de alto desempenho, projetado para fabricantes de automóveis premium e prestige que exigem equipamento original eficaz durante todo o ano para seus carros. O novo produto faz parte da oferta de pneus UHP all-season da Pirelli, juntamente do Scorpion MS lançado no ano passado, que é dedicado à última geração de SUVs. Vários fabricantes de automóveis já escolheram o P Zero MS para alguns modelos, incluindo a Audi para os novos A4 e A6 e-tron. Entre as principais qualidades do novo P Zero MS estão a aderência em curvas e superfícies secas e molhadas, resistência particular à aquaplanagem e alta quilometragem conforme exigido pelos clientes na América do Norte, o principal mercado de destino do produto.

Tecnologia Pirelli Elect, PNCS e soluções antifuro
Todas as principais especialidades da



Pirelli estão disponíveis no P Zero MS, começando pela Elect, o pacote de tecnologias que aprimora as características dos veículos elétricos e híbridos plug-in; Seal Inside e Run Flat, soluções que permitem a condução contínua após um furo, e PNCS (Sistema Pirelli de Cancelamento de Ruído, na sigla em inglês), que reduz o ruído de rolamento na cabine.

Mercedes-Benz apresenta novas versões com mobilidade 100% elétrica



A Mercedes-Benz Cars & Vans Brasil apresenta os novos automóveis Mercedes-Benz EQE 350+, nas versões Sedan e SUV, e o Mercedes-Benz EQS 450 4MATIC SUV a partir do final do mês de julho no mercado brasileiro. Desde março de 2020, a marca tem como um de seus objetivos para o Brasil a eletrificação de seu portfólio, trazendo produtos que se adaptem aos estilos de vida e necessidades dos clientes brasileiros, como reforça esse lançamento. Atualmente, a marca possui o maior portfólio de modelos 100% elétricos entre as marcas de luxo no país, com um total de sete modelos, entre sedans e SUV's.

As novas versões seguem a linha de design característica dos modelos 100% elétricos da marca, unindo conceitos aerodinâmicos refinados, com superfícies cuidadosamente modeladas e transições suaves e perfeitas. Um grande destaque é a exclusiva grade frontal com acabamento brilhante e que traz a estrela Mercedes-Benz multi-dimensional. Tudo criado para uma máxima eficiência e personalidade única.

Ambos os modelos trazem em suas longas listas de equipamentos de série, diversos itens de conforto a bordo como o sistema de entretenimento Mercedes-Benz User Experience (MBUX) de última geração, telas OLED de alta resolução e sistemas de som Burmester 3D. A segurança também está presente com os sistemas de assistência à condução DISTRONIC, que incluem inúmeras funções que auxiliam o condutor como o Attention Assist, a Assistência Ativa de Frenagem, a Assistência Ativa de Manutenção de Faixa e a Assistência de Limite de Velocidade.

Os novos automóveis estão equipados com o pacote de serviços Mercedes me Connect. Com ele, o automóvel estará sem-

pre "online", trazendo mais comodidades para o condutor. Por meio de um aplicativo de celular, o condutor poderá abrir e fechar as portas, detectar eventuais batidas e tentativas de furto, determinar zonas máximas de uso em um serviço e valet, por exemplo, receber atualizações de softwares online e agendar manutenções de forma totalmente automática e digital.

Mercedes-Benz EQE 350+ Sedan & SUV

As novas versões chegam em substituição as anteriores (EQE 300) com o foco em oferecer mais potência e maior autonomia. Ambas as carrocerias contam com o sistema de motor elétrico na traseira (PSM) que agora gera 292 cv (+44 cv em comparação ao antecessor).

A bateria de íons de lítio também possui nova capacidade de 96 kWh (+7 kWh), gerando uma autonomia de até 421 km com uma carga – de acordo com a metodologia do INMETRO. O sistema de recarga está localizado acima do eixo traseiro e pode ser usado para carregar a bateria por meio da rede elétrica pública com corrente alternada monofásica ou trifásica e uma capacidade de recarga máxima de até 22 kW (CA) / 170 kW (CC). A Mercedes-Benz emite um certificado para suas baterias de alta tensão, garantindo assim maior segurança aos clientes: 10 anos ou 250.000 km com uma capacidade residual definida.



**COM A CENTAURO,
ATÉ O CENÁRIO
FICA MAIS BONITO!**

**TRANSPORTE DE
FUNCIONÁRIOS**

www.centauroturismo.com.br

CENTAURO 35

31 3474 7014

Audi do Brasil lança novo Q3 em versão inédita Performance Black Plus

A Audi do Brasil anuncia a chegada da nova versão Performance Black Plus para a família Q3, modelo da marca das quatro argolas montado na fábrica em São José dos Pinhais (PR). A nova versão topo de linha já está disponível na rede de 42 concessionárias da marca em todo o país aos preços a partir de R\$ 358.990,00 (SUV) e R\$ 378.990,00 (Sportback).

A nova versão Performance Black Plus ganhou detalhes na carroceria que deixaram o seu visual ainda mais esportivo e exclusivo. Entre as novidades estão o acabamento preto brilhante nos frisos decorativos, Audi Rings e nas inscrições do modelo. Já os para-choques S Line ganharam pintura na região inferior na cor da carroceria, além dos arcos que realçam as rodas Audi Sport de 20 polegadas.

Internamente, o modelo ganhou duas opções de cores para revestimento dos bancos em couro sintético com inscrições S Line (preto e cinza), além de pacote de luzes customizáveis que transformam a experiência de condutor e passageiros a bordo do cockpit, tornando-a mais imersiva e envolvente.

"Estamos lançando a nova versão topo de linha Performance Black Plus como uma sucessora da série especial Anniversary Edition, que foi limitada a 100 unidades e logo se tornou um sucesso



de vendas. Ambas compartilham elementos estéticos e foram idealizadas para atender a um público exigente que busca tecnologia, conforto e estilo em um veículo versátil para enfrentar os desafios do dia-a-dia nas grandes cidades e nas escapadas nos fins de semana", afirma Marcos Quaresma, Gerente de Estratégia de Negócios da Audi do Brasil.

Os novos Q3 e Q3 Sportback oferecem motorização 2.0 litros de 231 cavalos de potência, 340 Nm de torque e transmissão tiptronic de oito velocidades que proporciona trocas de marchas mais ágeis e confortáveis. Com excelente dirigibilidade, estabilidade em curvas e desempenho impressionante, o modelo acelera de 0 a 100 km/h

em apenas 7 segundos e atinge a velocidade máxima de 240 km/h.

Entre os equipamentos de série, destaque para o Audi Drive Select com seis modos de condução (Auto, Comfort, Dynamic, Efficiency, Individual e Off-Road); controle eletrônico de estabilidade (ESC); ar condicionado digital com duas zonas, volante multifuncional, Controle de Cruzeiro Adaptativo (ACC) com função Stop&Go; sistema de Aviso de Saída de Faixas (Lane Departure Warning); e teto solar panorâmico "Open-Sky". Audi Virtual Cockpit com tela TFT de 10,25 polegadas; central multimídia MMI com tela de 8,8 polegadas sensível ao toque e conectividade aos sistemas Apple CarPlay e Android Auto;

Os itens opcionais são Faróis Full LED Matrix (R\$ 8.500,00) e Sistema de Som SONOS (R\$ 7.000,00). Em relação às dimensões, são 4,50 metros (comprimento), 1,84 metro (largura) – 2,02 metros com retrovisores, 1,56 metro (altura) e 2,68 metros (entre eixos). O peso total é de 1.676 quilos.

Além da nova versão Performance Black Plus, a família Q3 é composta, na carroceria SUV, pela versões Q3 Prestige 2.0 TFSI Tiptronic quattro (R\$ 297.990,00) e Q3 Performance 2.0 TFSI Tiptronic quattro (R\$ 329.990). Já na carroceria Sportback, na versão Q3 Sportback Performance 2.0 TFSI Tiptronic quattro (R\$ 349.990,00). Os preços e versões consideram o ano e modelo 24/24.



IVECO comemora marco com a produção do Daily de número 1,8 milhão na fábrica de Suzzara, na Itália



A IVECO comemora o marco de 1,8 milhão de Dailys produzidos na fábrica de Suzzara, na Itália, unidade que ganhou reputação de excelência na fabricação de veículos leves. É a casa do famoso Daily, veículo pioneiro que se reinventa continuamente, lançando muitas inovações e sendo revolucionário no setor sem abandonar suas origens. Com destaque para a versatilidade, ele atende perfeitamente aos requisitos específicos dos clientes, sejam quais forem as operações. O Daily construiu seu sucesso duradouro no mercado com base nesses pontos fortes exclusivos. Agora, o Daily consolidou ainda mais a posição como líder em soluções de transporte sustentáveis, ficando totalmente elétrico em toda a linha.

Fulvio Carillo, gerente Industrial da IVECO em Suzzara, afirma que o marco alcançado comprova o sucesso do Daily, veículo produzido na fábrica há mais de 45 anos. "Este sucesso duradouro destaca a presença crescente no mercado de um veículo comercial que estabeleceu novos padrões de inovação. Os pontos fortes são a versatilidade e a eficiência, qualidades continuamente reconhecidas durante a história do modelo. Temos muito orgulho nesta conquista, sabendo que o Daily ganhou popularidade entre clientes que valorizam a versatilidade e a durabilidade excepcionais, além do desempenho excepcional", completou.

Apesar da consolidação do Daily no mercado, a IVECO tem lançado constantemente inovações em termos de tecnologia a bordo e funcionalidade nas cabines, bem como expandindo o portfólio de serviços facilitados pela conectividade avançada, para fazer do Daily o parceiro ideal a cada cliente, dando conta de cada missão. Desde 2007, a fábrica trabalha com um sistema de produção específico que visa evitar falhas, desperdícios e acidentes.

O 1.800.000º veículo foi entregue à Tesco, principal supermercado do Reino Unido. Ele faz parte de uma frota de entrega em domicílio de 571 veículos eletrificados que a rede implantou.

A Tesco usa veículos IVECO Daily na frota de entrega desde 2010. A empresa optou pela IVECO para fazer a transição da frota para o transporte ecológico lançando o eDaily, que permite entregas a clientes com zero emissão pela instalação de baterias modulares inovadoras. O motor elétrico gera um desempenho potente com eficiência usando 140 kW e 400 Nm de torque disponível. Com capacidade de carregamento rápido de 80 kW, é possível adicionar 99 km de alcance em apenas 30 minutos, e um carregador de bordo de 22 kW faz com que a Tesco aumente a carga de carregadores CA nas lojas locais.

DAF celebra 18 meses de operação do primeiro caminhão Euro 6 do Brasil

A DAF Caminhões acaba de completar, em julho, 18 meses de operação do primeiro caminhão comercializado no Brasil com motorização Euro 6 / Proconve P8. O veículo, um CF FT 4x2, de 370cv, que pertence à Pães Milani, sediada em Caratinga (MG), tornou a DAF a primeira companhia do segmento a atingir essa marca no País.

“É um marco importante para a nossa companhia. O primeiro caminhão do Brasil com a tecnologia do Proconve P8/Euro 6 saiu da nossa fábrica em Ponta Grossa e foi o passo inicial para a consolidação da linha DAF Euro 6 / Proconve P8 no País. Antecipar a adaptação dos veículos com motor Euro 5, lá em 2020, e comercializá-lo na Fenatran 2022, reforça o compromisso da DAF em oferecer soluções eficientes para o mercado brasileiro”, comenta Luís Gambim, Diretor Comercial da DAF Caminhões Brasil.

CF no centro das atenções

O CF da Pães Milani transporta diariamente produtos para os centros de distribuição da companhia, com aproximadamente 23 mil pães por viagem. A sua aquisição para a frota teve início nas redes sociais, durante a semana de lançamento.

“Eu estava pesquisando modelos para atualizar a frota da empresa e vi um concessionário da marca anunciando os lançamentos da Fenatran 2022 nas redes sociais. Eu precisava de um caminhão 4x2, então enviei uma mensagem para ele com algumas dúvidas sobre as aplicações do caminhão e como ele poderia ser eficiente para a minha operação. Pouco tempo depois, fechamos o negócio. De lá pra cá, temos grande satisfação com o nosso CF com motorização Euro 6”, comenta Victor Carli, Diretor Comercial e de Logística da Lider Minas, proprietária da Pães Milani.

Desde a sua aquisição, o DAF CF da empresa é um dos mais requisitados pelos motoristas da empresa que circulam nas estradas. Segundo Carli, os atributos técnicos do veículo chamam atenção dos profissionais.

CF já é referência em MG

O CF tem sido procurado para diversas aplicações em Minas Gerais. Do setor de panificação, passando por mineração e até e-commerce, o modelo vem se destacando e ganhando espaço no mercado. Segundo Miguel Vieira, Diretor de Vendas da DAF Via

Trucks Minas Gerais, os futuros clientes da DAF já chegam à concessionária com foco em eficiência e desempenho.

“Estamos ganhando as estradas de Minas Gerais com um caminhão tecnológico e que atende às mais variadas demandas dos clientes do estado. O principal argumento que conquista os clientes é a robustez do CF, combinada com muita tecnologia embarcada e simplicidade de operação. É um caminhão simples, mas tecnologicamente avançado. A economia de combustível proporcionada pelo Euro 6 também elevou o patamar de liderança de vendas em nosso serviço”, comenta Vieira.

Outro destaque da linha CF é o atendimento em pós-venda. Vieira comenta que todo o processo de atendimento entre compra e manutenção vem fidelizando o cliente. Atualmente, o CF corresponde a 30% das vendas da DAF Via Trucks Minas Gerais e os atributos do modelo, destacados por atuais proprietários, têm atraído novos clientes à loja.

Suporte e pós-venda

Com o crescimento da frota de veículos, a qualidade dos serviços e o aprimoramento constante da área



de pós-venda da fabricante são pontos cruciais para oferecer o melhor suporte para o cliente DAF. O DAF Multisupporte oferece planos personalizados e proporciona cobertura nacional e garante uma frota com a manutenção em dia e a máxima disponibilidade dos veículos, permitindo que o motorista foque na sua principal atividade, o transporte.

Já o DAF Assistance é um serviço oferecido gratuitamente para os veículos no período de garantia e está disponível para os pacotes DAF Multisupporte. Atualmente, o serviço recebe cerca de 700 chamados mensais, dos quais 90% são solucionados remotamente ou no local da ocorrência. Desde 2013, o suporte de alta qualidade da DAF

na estrada está presente para todos os clientes da marca, refletindo em um crescimento na capacidade de atendimento oito vezes maior em apenas uma década.

Com uma central única que agiliza o atendimento ao cliente, o serviço oferece facilidade no agendamento das revisões com profissionais capacitados pelo DAF Academy e garantia de suporte e reposição de peças sem custo adicional. Ao entrar em contato pelo telefone 0800 703 3360, que também é WhatsApp, os clientes podem solicitar assistência técnica emergencial na estrada, agendar serviços nas concessionárias, esclarecer dúvidas e enviar sugestões.

Honda lança novo site de automobilismo

Em comemoração aos 60 anos da primeira participação da Honda no Campeonato Mundial de Fórmula 1 da FIA*, que começou em 2 de agosto de 1964, a Honda lançou hoje o “Honda Motorsports Website”, um novo site que apresenta uma visão geral da história da Honda no automobilismo até os dias atuais.

Além disso, a Honda dá início a uma exposição, por tempo limitado, do RA271, modelo que marcou sua estreia na Fórmula 1, no Honda Welcome Plaza Aoyama (Welcome Plaza) em Tóquio, no Japão.

Também será realizada uma corrida de demonstração na Monterey Car Week 2024, este mês nos Estados Unidos, com o RA272, modelo com o qual a Honda conquistou sua primeira vitória na F1 em 1965 – segundo ano de sua participação na competição.

A Honda criou e lançou um novo site no qual irá compartilhar continuamente informações sobre o início e a história das atividades de automobilismo da marca, bem como informações sobre atividades em eventos atuais e futuros. Durante este e no próximo

ano, em que são celebrados os 60 anos da participação da Honda na F1 e sua primeira vitória na competição, respectivamente, o site se concentrará, principalmente, em compartilhar conteúdos relacionados à Fórmula 1 e, então, continuará a ampliar os temas no futuro. O site inclui imagens raras digitalizadas, como imagens do Grande Prêmio do México de 1965, bem como vídeos e informações do Goodwood Festival of Speed 2024, um evento de automobilismo realizado no Reino Unido no mês passado.



BMW celebra liderança premium no mercado brasileiro

A BMW, marca líder do segmento premium no país, celebra o fato do BMW X1 e BMW 320i serem os mais vendidos no país no primeiro semestre de 2024. Os modelos emplacaram, respectivamente, 2.437 e 2.081 unidades até o fim de junho deste ano.

Carro premium mais vendido do Brasil neste ano, o BMW X1 teve um crescimento de 34% nas vendas em relação ao mesmo período do ano passado. Vendido em três versões e com dois tipos de motorização, o SAV é o queridinho do segmento. Além disso, o modelo fechou o semestre no Top50 de carros mais vendidos no Brasil.

Segundo carro premium mais vendido do Brasil, o BMW 320i é referência quando o assunto é sedã com pegada esportiva. Com o DNA do Puro Prazer de Dirigir, o modelo emplacou 2.081 unidades até junho deste ano. Destes, 1.476 carros (71%) são da versão M Sport, topo de linha.

Lançado no começo de 2023, o BMW X1 é um sonho de consumo dos brasileiros quando o



assunto é SAV Premium. O modelo está prestes a completar oito anos na liderança do seu segmento e é produzido na fábrica do BMW Group localizada em Araquari/SC. O modelo está disponível em três versões (GP, X-Line e M Sport) e com duas opções de motorização (1.5 TwinPower Turbo de 156 cv e 2.0 TwinPower Turbo de 204 cv).

Já o BMW 320i, carro premium mais vendido do Brasil em 2023 e líder no seu segmento, é produzido em suas três versões em

Araquari (320i GP, 320i GP Sport e 320i M Sport). Essas versões são equipadas com o eficiente e potente motor BMW TwinPower Turbo 2.0 litros (1.998 cm³), quatro cilindros em linha, 184 cv e 300 Nm de torque. A tração, segue a tradição de ser traseira e o câmbio é automático de oito marchas. Com esse conjunto, o modelo acelera de 0 a 100 km/h em 7,1 s e atinge a velocidade máxima de 235 km/h. Uma referência no segmento de sedãs médios premium.

Chevrolet apresenta o Blazer EV



A Chevrolet apresenta o Blazer EV, o carro que simboliza o início do período de maior transformação da marca no país. O modelo chega para reimaginar o conceito de automóvel e de experiência do usuário, com tecnologias inovadoras, como a plataforma Ultium e o cockpit virtual com Google built-in.

O SUV elétrico premium da marca estreia na configuração mais potente e completa disponível hoje globalmente, com acabamento RS, tração traseira, 347 cv e bateria de 102 kWh. É prazeroso e divertido de guiar, sem abrir mão do conforto, espaço interno e muita segurança. Além disso, oferece a maior autonomia da categoria: 481 km no ciclo do Inmetro, enquanto vai de 0 a 100 km/h em meros 5,8 segundos. Rápido também é o tempo de recarga, cerca de 3,5 vezes mais eficiente que EVs tradicionais.

Com estilo premiado internacionalmente, o Blazer EV conta com acabamento esportivo tanto por dentro como por fora. Destaque para as linhas atléticas, rodas aro 21 com apliques e proporções únicas para um SUV - mais comprido, largo e com teto mais baixo que o padrão. A bordo, a sensação é de estar em um carro do futuro. Tem ignição automática (sem chave ou botão), ajuste de resposta do volante e pedais, bem como recursos comandados por voz. Entre os vários sistemas de assistência, vale ressaltar o alerta de ponto cego para bicicletas e o alerta de acidente em cruzamentos, conjunto exclusivo no segmento.

Outro pilar de inovação está na conectividade. O painel é todo digital e configurável, composto por

duas telas, de 11 e 17,7 polegadas. A maior pertence ao multimídia, que conta com o sistema Google built-in nativo. Ele une o Google Assistant, o Google Maps e o Google Play que, junto com o OnStar, o Wi-Fi e o myChevrolet app, faz dele o pioneiro entre os automóveis da marca a não depender de um smartphone para projetar aplicativos. Além disso, permite conexão com um número superior de serviços e pode interagir com casas inteligentes.

O Blazer EV encanta também pelo conteúdo, superior até ao de SUVs elétricos de altíssimo luxo, inclusive com funcionalidades que só ele oferece. Este pacote inclui pré-condicionamento da bateria para carga rápida, pré-climatização da temperatura do ar-condicionado e dos bancos e assinatura de LED animada que interage com o usuário para informar diferentes status de operação, como a aproximação do motorista.

Completa a lista: teto solar panorâmico, volante com aquecimento, retrovisor central com câmera, abertura elétrica da tampa do porta-malas e do bocal de recarga, Head-up Display e opção de alerta vibratório no banco do condutor, por exemplo.

A pré-venda está planejada para começar em agosto, quando será divulgado o preço sugerido para o modelo. O Blazer EV fará parte do programa de blindagem recomendada pela Chevrolet com nível máximo de proteção balística permitido para uso civil (III-A) mantendo a garantia original do veículo quando adquirida na rede de concessionárias da marca.

Ford tem o melhor mês de vendas dos últimos três anos

A Ford registrou em julho o melhor mês de vendas dos últimos três anos, com 4.279 emplacamentos. A marca comemora também o bom desempenho acumulado no ano, com o total de 23.968 unidades, um crescimento de 68% comparado ao mesmo período do ano passado.

A Ranger, carro-chefe da marca, apresentou um crescimento de mais de 58% no ano e consolidou a sua posição como vice-líder das picapes médias. O Bronco Sport e a Maverick foram outros modelos que contribuíram para esse resultado.

O Bronco Sport assinalou em julho o recorde histórico de 271 emplacamentos, superando as 257 unidades de outubro passado. No acumulado de 2024, o utilitário esportivo exibe um crescimento de 170%, com o total de 1.336 unidades.



Fiat Strada é o veículo mais vendido de julho e alcança desempenho histórico

No mês de seu aniversário, a Fiat teve inúmeros motivos para comemorar. Celebrou 125 anos de sua existência, os 45 anos do Fiat 147 - primeiro carro a etanol no mundo, os 48 anos do Polo Automotivo de Betim e, para fechar com chave de ouro, encerrou o mês na liderança. Um dos grandes destaques da marca é a Strada, que detém o título de veículo mais vendido do Brasil e ainda obteve desempenho histórico com 14.192 emplacamentos, seu maior volume de emplacamentos desde setembro de 2014.

No mês, a Fiat emplacou 50.475 unidades e conquistou 22,1% de market share. Mais do que isso: a marca cresceu 3,3 p.p em participação comparado ao mês anterior. Para completar, a Fiat emplacou três modelos no ranking geral dos 10 mais comercializados do país: a Strada com a medalha de ouro, o Argo com o bronze com 8.663 unidades vendidas, e o Mobi alcançou a oitava posição com 6.807 emplacamentos.

A Fiat lidera o mercado diferentes categorias. Entre os hatchs, a marca ocupa

a primeira posição com 15.475 unidades vendidas, representando 26,1% do share do segmento. No universo das picapes, também está em primeiro lugar, com 20.554 unidades vendidas e 45,9% da fatia deste mercado. Já no segmento de vans, a Fiat mantém a liderança com 2.525 unidades vendidas, alcançando 38,6% de participação.

"Julho foi um mês de celebrações para a Fiat. É muito bom ter conquistado esse resultado impressionante com a Strada, assim como estar, mais uma vez, na liderança do mercado brasileiro ao mesmo tempo em que comemoramos os aniversários da marca no Brasil e no mundo. Vale dizer que a picape alcançou o seu melhor desempenho em 2024, como também, o maior resultado dos, praticamente, últimos 10 anos, com um crescimento de mais de 87% nas vendas comparado ao mês anterior", comenta Herlander Zola, vice-presidente sênior de Operações Comerciais da Stellantis no Brasil e de Veículos Comerciais Leves (LCV) para América do Sul.



Ram lança série especial para os amantes do V8



Poucos elementos do universo automotivo são tão venerados quanto um motor V8. Motivos não faltam: o ronco encorpado e borbulhante que saem pelas bocas do escapamento, a potência caudalosa despejada nas rodas que tentam em vão não derrear e toda cultura muscle car ao redor desse tipo de propulsor, formado por duas bancadas de quatro cilindros na diagonal.

Para celebrar o legado do icônico V8 HEMI®, a Ram anuncia 100 unidades de uma série mais que especial, a versão R/T para o modelo Classic. Mas antes de apresentar todos os detalhes dessa edição limitada, vamos mergulhar um pouco na linda

história da marca e entender onde tudo começou, há mais de um século.



SONHAR É MUITO BOM, REALIZAR É MELHOR AINDA!

Sua próxima conquista está há poucos cliques de distância.



Conquiste agora!



BAMAQ
digital



Acesse nosso site e saiba mais
bamaqdigital.com.br

“Sertões 2024” tem 3.704 km e novidades no regulamento



O roteiro do 32º Sertões foi atualizado após a última conferência da equipe técnica da competição, que acontece de 23 a 31 de agosto. Foram feitos alguns ajustes e, com isso, oficialmente a prova terá 3.704km – com 2.386km de trechos cronometrados – passando pelo Distrito Federal, Goiás e Bahia, em um percurso praticamente inédito.

A largada e chegada serão em Brasília (DF) que, pela terceira vez, recebe o evento (2005 e 2020). A concentração ocorrerá no estacionamento da Arena BRB Mané Garrincha, e as demais cidades anfitriãs são Formosa (GO), Santa Maria da Vitória (BA) e Luís Eduardo Magalhães (BA).

A 32ª edição do Sertões traz uma mudança importante no regulamento do evento. A etapa Maratona é um dos principais momentos da prova – no qual os participantes fazem a própria manutenção nos veículos e não podem contar com auxílio mecânico após o fim do pri-

meiro dia da etapa. Antes, pilotos e navegadores tinham 30 minutos para fazer a revisão, agora, serão 90 minutos.

Ainda, a fase Maratona (4ª e 5ª etapas) acontecerá em percursos diferentes, porém, simultaneamente entre os competidores afiliados à CBA (Confederação Brasileira de Automobilismo – UTVs e carros) e à CBM (Confederação Brasileira de Motociclismo – motos e UTVs). No dia seguinte, eles trocam de trajeto.

Para a equipe Braço Curto MotorSport, representada pelas duplas Mário Marcondes / Artêmio Pauluci e Luiz Manara / Léo Telles Silva, as mudanças são positivas e trará ganhos a disputa. “Com mais tempo, faremos os reparos nos carros mais assertivamente e com mais tranquilidade (sem tanto desespero). Acredito que isso possa ser um denominador importante na hora de nos manter competitivos no certame, assim como nossos adversários também”, analisou o piloto Mário.

Mais compacto

Apesar dos 3.704km de extensão, o 32º Sertões foi desenhado para oferecer mais praticidade e economia nos deslocamentos. Depois de largar de Brasília, fará duas etapas em formato de laço em Luís Eduardo Magalhães (BA) e mais duas em Formosa (GO). Enquanto pilotos e navegadores vão acelerar por 2.386km de trechos cronometrados, as equipes de apoio terão um deslocamento de 1.453km. No total, serão oito etapas e o prólogo.

“A organização do evento conseguiu encontrar regiões onde fosse possível fazer um rally de alta qualidade técnica e, que ao mesmo tempo, proporcionasse uma logística que facilitasse o trabalho das equipes, poupando os nossos mecânicos, além de economia de custos”, salientou Manara.

E quanto aos desafios de terreno, a Braço Curto MotorSport espera por mais um Sertões desafiador. “Estamos sempre preparados para o ‘pior’”, brinca Mário. “Mas acredito que teremos os obstáculos tradicionais do rally raid: erosões, setores de trial, pedras, estradas a beira de precipícios, terrenos mais arenosos, travessias de rios, estradas de alta velocidade, trechos travados, curvas de todos os tipos, além de muita poeira. Estaremos com a Ford Ranger e a Mitsubishi L200 Evo para ficar entre os Top 5 de nossas categorias”, completou. Mário e Artêmio disputam na categoria Ultimate T1, e Manara e Léo na categoria Ultimate Brasil.



Honda Racing vence as principais categorias do Ibitipoca Off Road



A equipe Honda Racing conquistou os títulos das principais categorias na 34ª edição do Ibitipoca Off Road. O capixaba Bruno Crivilin comemorou pelo segundo ano consecutivo a taça da Elite, enquanto o mineiro Gabriel Soares “Tomate” alcançou a primeira vitória na Graduado. Após dois dias de disputas, a prova válida pelo Brasileiro de Enduro de Regularidade terminou neste domingo (4/8), em Juiz de Fora (MG), e teve mais de 500 inscritos.

Dez vezes campeão brasileiro de Enduro (FIM), Crivilin está cada vez mais à vontade com a navegação e a exigência de cumprir a média de velocidade definida na planilha, superando grandes nomes do Regularidade com a moto CRF 250RX. Também na Elite, Tiago Wernesbach, com a CRF 450RX, fechou a prova na quinta posição. Mais um capixaba, o tricampeão brasileiro de rally na categoria Brasil se mostrou igualmente adaptado à outra modalidade.

Na Graduado, Tomate, atual campeão brasileiro de rally na Moto 2, conquistou a sonhada vitória com a CRF 450RX de forma dominante. Das quatro etapas que formaram o percurso deste ano, foi o melhor em três.

Alexandre Valadares, o Brankim, com a CRF 450RX, se recuperou de um erro no primeiro dia para também ir ao pódio em sua estreia no Ibitipoca Off Road, com a quarta posição na Gra-

duado. Outro mineiro, o chefe da equipe Honda Racing de Rally e um dos grandes nomes do Regularidade, Dário Júlio, sentiu um mal-estar durante o primeiro dia e preferiu não largar para o segundo, também pela Graduado, acompanhando de fora o desempenho do time.

Na Feminina, a goiana Bárbara Neves, com a CRF 250F, terminou como vice-campeã. Em dois dias, os pilotos encararam um percurso de 422 quilômetros de trilhas, com largada e chegada em Juiz de Fora e pernoite em Conceição do Ibitipoca, também em Minas Gerais.



Jonathan Wheatley será o chefe de equipe da Audi na Fórmula 1



Após a nomeação de Mattia Binotto na liderança do projeto da Audi na Fórmula 1, a marca das quatro argolas avança no realinhamento de sua estrutura de controle para ingressar na principal competição do automobilismo global. A fabricante alemã anuncia o britânico Jonathan Wheatley, detentor de uma carreira consagrada na F1. "Estou muito satisfeito por termos conseguido contratar Jonathan Wheatley como chefe de equipe para nossa equipe de Fórmula 1", celebra Gernot Döllner, CEO da AUDI AG. "Jonathan desempenhou um papel importante em muitas vitórias em corridas de Fórmula 1 e títulos de Campeonatos Mundiais em sua carreira na F1 até o momento, e possui uma vasta experiência no paddock. Ele é uma contratação muito valiosa à nossa equipe."

A carreira de Jonathan Wheatley na Fórmula 1 começou no início dos anos 90, na Benetton, onde se tornou mecânico-chefe. Ele então se mudou para a recém-fundada equipe Red Bull Racing, onde teve muito sucesso como Diretor Esportivo. Em seu tempo na Red Bull Racing, Wheatley esteve envolvido na vitória de todos os seis Campeonatos Mundiais de Construtores e sete de Pilotos. Mattia Binotto e Jonathan Wheatley chefiarão juntos a nova equipe administrativa da Sauber Motorsport AG. Em seus novos cargos, ambos se reportarão diretamente a Gernot Döllner na função de Presidente do Conselho de Administração da Sauber Motorsport AG. Eles assumirão conjuntamente a responsabilidade pelo sucesso da equipe na competição. Existe uma divisão clara de funções



e as responsabilidades foram definidas individualmente.

Como COO e CTO, Mattia Binotto assume a gestão operacional da Sauber Motorsport AG na unidade de Hinwil, na Suíça, e o desenvolvimento técnico dos futuros carros de corrida. Nesta função, ele será a interface técnica geral entre as equipes de desenvolvimento em Hinwil e a Audi Formula Racing GmbH na unidade da Audi na cidade de Neuburg, na Alemanha, que é responsável pelo desenvolvimento da motorização do veículo que está sendo desenvolvido para a Fórmula 1.

Até julho de 2025, Jonathan Wheatley completará a equipe administrativa da Audi para a Fórmula 1 nas funções de Diretor de Equipe e porta-voz da gestão. Ele se concentrará, acima de tudo, no desempenho da fabricante na

competição, na gestão operacional de todas as etapas da corrida e na representação da Audi no nível de Diretor de Equipe em assuntos relacionados à Fórmula 1.

A escolha pela dupla gestão da equipe integra o realinhamento da estrutura de controle da futura equipe de fábrica no contexto da aquisição total de todas as ações do Grupo Sauber pela Audi. "Com a nomeação de Jonathan e Mattia demos um passo decisivo para a nossa entrada na Fórmula 1", diz Gernot Döllner. "Estou convencido de que com os dois conseguiremos combinar um nível extremamente alto de competência para a Audi. A sua experiência e capacidade irão ajudar a nos estabelecer rapidamente no competitivo universo da Fórmula 1."

"Estou extremamente orgulhoso de ter feito parte da jornada da Red Bull Racing nos últimos dezoito anos e partirei com muitas boas lembranças. No entanto, a oportunidade de desempenhar um papel ativo na entrada da Audi na Fórmula 1 como chefe de uma equipe é uma perspectiva excepcionalmente excitante, e estou ansioso pelo desafio. Também estou feliz por trabalhar junto com Mattia, que conheço há muitos anos e que é a pessoa certa para colaborar neste projeto", declara Jonathan Wheatley.

"Conheço Jonathan há muitos anos e o considero um especialista experiente e comprometido em automobilismo. Estamos perto de 2026 e estou ansioso para formar a nova equipe de corrida da Audi junto com Jonathan e liderá-la ao sucesso", conclui Mattia Binotto, COO e CTO da Sauber Motorsport AG.

Mitsubishi Motors marca presença na 51ª Semana Internacional de Vela de Ilhabela



A Mitsubishi Motors, mais longa parceira da Semana Internacional de Vela de Ilhabela, marca presença na 51ª edição do evento que reúne velejadores de diversas partes do Brasil e do mundo. A competição tem início no dia 20 de julho e vai até o fim de semana seguinte, com encerramento no dia 27.

O maior encontro da modalidade na América do Sul contará com os principais nomes do esporte divididos em barcos de diversos tamanhos e classes distintas, e deve reunir mais de 120 veleiros. Neste ano, a Semana Internacional de Vela de Ilhabela realizará, em homenagem ao ano olímpico, um tributo à união dos medalhistas e amadores que há meio século dividem a mesma raia, inspirando gerações através do esporte.

A marca dos três diamantes marcará presença com diversas frentes de ativação durante a semana da competição – tanto no Yacht Club de Ilhabela quanto na Vila. A primeira delas com carros para a organização do evento e para shuttle de convidados.

No Yacht Club, a marca terá um lounge exclusivo com o SUV Pajero Sport em exposição. E,

para atrair ainda mais interesse pelo esporte, a Mitsubishi Motors apoiará o projeto Vivência em Vela, voltado a crianças e adolescentes que querem iniciar na modalidade – serão entregues também camisetas e bonés para todos os participantes. E, no dia 23 (terça-feira), a marca dá nome à Regata Mitsubishi – Eduardo Souza Ramos.

Já na Vila, que reúne milhares de pessoas durante todos os dias de competição, a marca dos três diamantes realizará ativação com car display e exibição do SUV Eclipse Cross, além de test-drive de toda a linha de veículos.

Neste ano, a Mitsubishi também apoiará o desfile da marca de roupas Carmin e promoverá, em parceria com a Revela, que utiliza materiais náuticos para fazer acessórios e peças de roupas, oficina circular e duas rodas de conversa para falar sobre sustentabilidade, meio ambiente, responsabilidade ambiental e boas práticas. É a união do estilo de vida aventureiro, explorador, ao ar livre, com a consciência ambiental e sustentabilidade.

Jeep Nature conecta clientes ao espírito da marca em experiências por todo o Brasil



A Jeep® faz parte de um grupo seleto de marcas icônicas, e por isso, está sempre em busca de oferecer experiências que trazem o melhor do espírito Jeep para os clientes. O objetivo é colocar em prática uma verdadeira filosofia de vida, repleta de muita liberdade, com atividades open air, e aventura, colocando a prova os veículos equipados com a melhor capacidade off-road no mundo. Também fazem parte do pacote a paixão em comum entre os clientes, que cria um forte senso de comunidade, e a autenticidade da Jeep, que possui um enorme legado, sendo a marca de SUVs que mais se conecta com as pessoas.

O Jeep Nature foi criado para conectar todos esses pontos e entregar aos clientes uma experiência única, percorrendo diferentes cidades pelo Brasil para celebrar a diversidade natural do país. Lá, eles poderão utilizar toda a capacidade de seus carros em trilhas tanto 4x2 como 4x4. Além disso, a Jeep também irá disponibilizar os seus modelos para que futuros clientes possam testar toda a capacidade da marca.

"Serão 30 eventos com trilhas guiadas em percursos 4x2 e 4x4, oferecendo momentos inesquecíveis de conexão com a natureza. A programação, pensada para toda a família e comunidade da marca, contará com muito entretenimento, atrações musicais e praça de alimentação, oferecendo uma imersão no universo Jeep", explica Adriana Orlandelli, Diretora de desenvolvimento de marca da Jeep.

Durante o segundo semestre, mais de 15 mil pessoas serão impactadas pelo Jeep Nature: clientes, membros do Jeep Wave, Legends e Clube de Fãs, Jeep creators e potenciais clientes, convidados para se apaixonar pelos modelos icônicos e pela comunidade da marca.

A experiência será lançada junto com a nova linha do Jeep Renegade, apresentada na última sexta-feira, 26 de julho, repleta de novidades que tornam o SUV mais vendido do Brasil desde 2015, com meio milhão de unidades produzidas, ainda mais competitivo. O local escolhido para a estreia é a cidade de Atibaia, no interior de São Paulo.

Copa HB20: Thaline Chicoski mantém liderança após rodada em Minas

Thaline Chicoski cumpriu seu objetivo para a terceira etapa da temporada 2024 da Copa Hyundai HB20, disputada neste fim de semana no Autódromo Potenza, em Lima Duarte (MG): se manter no topo da classificação da classe Elite. O objetivo foi alcançado com um Top-5 em dose dupla nas duas baterias realizadas: na primeira, a piloto Cavaleiro Sports terminou na quinta colocação. Na última, Thaline chegou perto de sua segunda vitória consecutiva e cruzou a linha de chegada em segundo lugar.

"Acho que finalizamos esta etapa com um saldo muito positivo,

pois viemos aqui para pontuar e manter a liderança do campeonato", destacou Thaline. "Conseguimos isso e ainda por cima indo ao pódio, o que me deixou muito feliz. Vamos buscar manter esse ritmo até o final e sustentar a liderança já ao término da próxima etapa, em busca da taça no final do ano", completou.

A próxima etapa marca o fechamento da primeira metade do campeonato da Copa HB20 em 2024. A prova será disputada no Autódromo de Interlagos, em São Paulo, nos dias 3 e 4 de agosto.



Ford anuncia o lançamento da Ranger Raptor no Brasil



A Ford anunciou a Ranger Raptor como um dos dez lançamentos programados pela marca este ano no Brasil. A picape off-road, ícone global de esportividade, vai completar a oferta de modelos da nova geração da Ranger, trazendo uma opção exclusiva no mercado para os clientes que buscam o máximo de desempenho e capacidade para a aventura em todo tipo de terreno.

A Ranger Raptor foi desenvolvida pela Ford Performance, divisão de esportivos de alto desempenho da marca, inspirada nos veículos de corrida no deser-

to. É uma picape de características únicas, trazendo o que há de mais avançado na motorização, potência, equipamentos e vocação off-road, incluindo amortecedores FOX e outros recursos inéditos no segmento.

"A Ranger Raptor é feita para quem quer o que há de mais avançado em performance todo-terreno. É um verdadeiro monstro das trilhas. Não há nenhuma picape da categoria que chegue perto dos atributos de desempenho que ela oferece para enfrentar os terrenos mais radicais do planeta. Assim como os demais modelos

da Nova Ranger, ela chega para redefinir o padrão na categoria", diz Daniel Justo, presidente da Ford América do Sul.

A linha Raptor é conhecida mundialmente como a grife de veículos esportivos da Ford desenvolvidos especialmente para o off-road, com características só encontradas em modelos de competição. Ela é mais uma opção inédita na linha da Nova Ranger, unindo o máximo de desempenho, tecnologia e emoção para os fãs de picapes.

Volkswagen do Brasil produzirá Novo Virtus no Paraná

A Volkswagen do Brasil produzirá seu sedã Novo Virtus também na fábrica de São José dos Pinhais (PR) a partir de 2025; o modelo continuará sendo fabricado na unidade Anchieta, em São Bernardo do Campo (SP). O anúncio foi feito hoje (17/6) em evento que comemorou os 25 anos da fábrica da Volkswagen e Audi no Paraná e os mais de 3 milhões de veículos produzidos na unidade. Na ocasião, a Volkswagen também anunciou R\$ 3 bilhões de investimentos para a fábrica paranaense, incluindo a produção de uma picape inédita.

O esporte regional faz parte do investimento de R\$ 16 bilhões da Volkswagen até 2028. Além disso, a Volkswagen investirá R\$ 11,7 milhões em projetos de saúde e qualificação profissional no Estado como contrapartida do Programa Paraná Competitivo.

“É um prazer imenso comemorar os 25 anos da Volkswagen do Brasil no Paraná, com mais de 3 milhões de veículos produzidos na fábrica de São José dos Pinhais. A unidade é referência global em competitividade e resultados operacionais, com o mesmo nível de qualidade das fábricas da Volkswagen na Europa. Esse é um mo-

mento especial para anunciarmos investimentos de R\$ 3 bilhões na fábrica paranaense, que receberá a produção de mais dois modelos: o Novo Virtus, a partir de 2025, e uma picape inédita. Outro anúncio que me enche de orgulho são os R\$ 11,7 milhões que a Volkswagen investirá em projetos de saúde e qualificação profissional no Estado como contrapartida do Programa Paraná Competitivo, beneficiando a população paranaense”, diz Ciro Possobom, CEO da Volkswagen do Brasil.

“A fábrica da Volkswagen do Brasil em São José dos Pinhais é fundamental para a estratégia global da marca. A começar pelo Novo T-Cross, o SUV mais vendido do Brasil, que é fabricado na unidade e exportado para 17 países da América Latina, sendo sucesso em todos os mercados. Com o início da produção da nova pick-up e dos volumes adicionais do Novo Virtus, continuaremos fazendo de São José dos Pinhais um hub de exportação de tecnologia do Paraná para o mundo.

A Volkswagen conta com 54 fornecedores diretos e indiretos (peças + compras gerais) no Paraná atualmente e comprou no ano



passado R\$ 5 bilhões no Estado. Os fornecedores paranaenses representam 20% das compras da Volkswagen no Brasil.

Com mais de 245 mil unidades vendidas, Novo Virtus será produzido em duas fábricas

Desde o lançamento do sedã Volkswagen Virtus, em 2018, o modelo é produzido na fábrica Anchieta, em São Bernardo do Campo (SP), onde continuará sendo feito, mesmo após o início de sua produção em São José dos Pinhais, em 2025.

Com um histórico de sucesso, o Virtus já soma mais de 245 mil unidades vendidas, sendo mais de 186 mil entregues a clientes brasileiros e mais de 59 mil exportadas para 13 mercados da América Latina: Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, Curaçao, Equador, Guatemala, México, Panamá, Paraguai, Peru, São Martinho e Uruguai.

Em 2023, o sedã foi totalmente reformulado em conforto, tecnologia, sofisticação e recebeu o nome Novo Virtus, com novo design mais imponente e iluminação 100% em LED. O Novo Virtus é o único mo-

delo da linha Volkswagen, e também o único de seu segmento, que conta com três opções de motorização: 170 TSI, 200 TSI e 250 TSI.

O Novo Virtus já se tornou um grande sucesso logo em seu lançamento, quando vendeu mais de 2.500 unidades em menos de 3 horas. Sedã com o maior espaço da categoria, o Novo Virtus também recebeu a nota máxima em segurança veicular (cinco estrelas) nos testes do Latin NCAP, que prevê a proteção a adultos, crianças e pedestres, além dos sistemas de assistência ao motorista.

Rampage comemora um ano de sucesso no mercado com grandes números

Com uma trajetória de sucesso, impulsionando mês a mês as vendas da Ram, desde seu lançamento, a Rampage celebra seu primeiro aniversário. Com apenas um ano presente em alguns mercados da América do Sul, o modelo já superou a marca de 20 mil picapes vendidas na região! Além do sucesso no Brasil, o modelo também é comercializado em outros mercados, como Argentina e Chile.

Falando especificamente do Brasil, a Rampage já vendeu mais de 19 mil unidades nos primeiros doze meses de sua comercialização. Se considerarmos somente 2024, já são pouco mais de 10 mil unidades no acumulado do ano até aqui e presença constante no ranking de picapes mais vendidas. Os números mostram todo o sucesso da picape em seu primeiro

ano completo de vendas.

E a chegada da primeira picape da Ram concebida e desenvolvida no Brasil, elevou a presença da marca em território nacional. Considerando o acumulado de vendas de 2024 em relação ao mesmo período do ano passado, o crescimento da Ram é de 205%. Definitivamente, a Rampage posicionou a Ram em um novo lugar no mercado brasileiro, com um patamar de vendas mensais.

E tudo isso em um ano muito especial para a Ram, pois em 2024, no mês de outubro, a Ram comemora 15 anos como marca independente. E, nada melhor para comemorar essa data do que vendas e números inigualáveis, pois muito além do crescimento nos emplacamentos, a Ram cresceu também a sua rede e hoje conta



com 125 concessionárias pelo Brasil. A Ram se preparou para o sucesso que vive atualmente!

Desenvolvida no Polo Stellantis de Goiana (PE), a picape reforçou os atributos de força, capacidade,

luxo e tecnologia que estão sempre presentes nas picapes Ram, mas agora dentro de um novo segmento de mercado para a marca e muito importante para o Brasil e de toda a América do Sul. Apoiados por ti-

mes internacionais, o projeto da Rampage foi realizado por mais de 800 engenheiros e técnicos no Brasil, superando 1,2 milhão de horas de desenvolvimento.

Recentemente, a Ram também apresentou uma nova variação para a Rampage, a Laramie Night Edition. Nesta configuração, equipada com o excelente motor 2.0L Hurricane 4 de 272 cavalos de potência, as peças cromadas típicas da versão Laramie dão lugar à peças em preto brilhante ou pintadas na cor da carroceria e o interior traz couro preto e revestimento do teto e das colunas também em preto. Uma variação para fortalecer ainda mais o sucesso da Rampage no mercado brasileiro.

Lexus anuncia novo RX 450h+ no Brasil



Primeira marca premium a ter um line-up 100% eletrificado no Brasil, a Lexus continua sua missão de unir luxo, tecnologia e eletrificação com a chegada do RX 450h+, o primeiro híbrido plug-in da marca no país. Ícone da descarbonização no segmento de luxo, o novo SUV da Lexus chega como a versão topo de linha da recém-lançada quinta geração do Lexus RX.

O Lexus RX 450h+ reúne em um mesmo pacote o design refinado característico da marca, a alta oferta de segurança e a experiência

de dirigir prazerosa, reafirmando o compromisso da Lexus de criar produtos com entusiasmo, emoção e paixão.

O SUV reforça a liderança global da empresa em eletrificação, além de contribuir com o objetivo da Lexus de reduzir as emissões de CO₂ de seus veículos em mais de 50% até 2035. Esse compromisso remonta a 2005, quando o RX 400h – na segunda geração do modelo – foi apresentado como o primeiro SUV híbrido de luxo do mundo.

Eficiência e performance em um pacote tecnológico

O Lexus RX 450h+ é um ícone da descarbonização no segmento de luxo. Seu conjunto mecânico composto por um propulsor a combustão de 2.5 litros de quatro cilindros associado a dois motores elétricos – um para o eixo dianteiro e outro para o traseiro – com bateria de íons de lítio de 18,1 kWh oferece autonomia de até 56 km no modo totalmente elétrico.

Com o melhor consumo da

categoria, o SUV faz 13,9 km/l na cidade e 12,4 km/l na estrada no modo híbrido, de acordo com o Programa Brasileiro de Etiquetagem Veicular do Inmetro. Já no modo elétrico – baseado na metodologia do Inmetro para equiparar consumo de energia ao uso de combustível (km/l e) –, a novidade faz 36,1 "km/l e" na cidade e 30,2 "km/l e" na estrada.

Com uma potência combinada de 308 cv e 23,6 kgfm de torque, o RX 450h+ traz o máximo da eficiência com alta performance. Esse conjunto mecânico leva o SUV de 0 a 100 km/h em apenas 6,5 segundos.

O Lexus RX 450h+ é equipado com o sistema AWD controlado eletronicamente, o que proporciona uma experiência de direção confiante e esportiva, fundamentada na assinatura Lexus Driving Signature. Com distribuição de torque otimizada entre os eixos dianteiro e traseiro, o SUV é capaz de se adaptar às diversas condições de estrada e estilos de direção.

O SUV híbrido plug-in oferece de série um carregador portátil e uma wallbox da WEG capaz de recarregar a bateria completamente em apenas 2h45min.

Design exterior elegante e inovador

A Lexus assumiu o desafio de criar uma identidade visual única para o Lexus RX 450h+ através do conceito Spindle Body, com uma grade frontal que combina forte presença e sofisticação.

O RX 450h+ traz um conjunto óptico composto por faróis de LEDs com acendimento e ajuste automáticos, além de altura personalizável e lavador. Os faróis têm função DRL em formato de "L", que reproduzem a identidade visual da marca, remetendo ao logo da Lexus. As molduras cromadas dos vidros laterais destacam a silhueta atlética da carroceria e ampliam a sensação de baixo centro de gravidade. O modelo também traz rodas de liga leve de 21 polegadas com acabamento diamantado e lanternas que se estendem para tampa do porta-malas, que oferece abertura e fechamento com a função hands-free.

O novo Lexus RX 450h+ chega ao Brasil com oito cores disponíveis: Branco Pérola, Prata Iridium, Cinza Cromo, Bronze, Preto Grafite e três exclusivas, sendo a Vermelho Rubio, Verde Musgo e Azul.



BH Stock Festival: um marco na história da capital mineira e no automobilismo brasileiro



O BH Stock Festival marcou um capítulo inédito na história da capital mineira, ao sediar pela primeira vez uma etapa da Stock Car Pro Series, e do automobilismo brasileiro, ao ganhar um circuito inédito e desafiador. O evento, realizado entre os dias 15 e 18 de agosto, atraiu mais de 70 mil pessoas ao entorno e Esplanada do Mineirão, em uma estrutura jamais vista em Belo Horizonte.

Sem um circuito na cidade, o BH Stock Festival proporcionou a muitos a primeira oportunidade de assistir a uma corrida da Stock Car ao vivo. A Esplanada e outros setores externos do Mineirão transformaram-se em um animado centro de entretenimento, com grande variedade de atrações, incluindo uma roda gigante, exposição de carros históricos, fan zone, praça de alimentação, espaço kids, pista de kart e simuladores, além dos animados shows musicais, com mais de 100 horas de programação, com destaque à banda mineira Tianas-

tácia e ao cantor Nando Reis.

Mas as maiores emoções foram na pista, com os pilotos acelerando os seus carros no circuito, batizado carinhosamente com o nome de Toninho da Matta, um ícone do automobilismo nacional. Para que a Stock Car Pro Series pudesse desembarcar em Belo Horizonte, foram utilizados 1.974 blocos de concreto, totalizando aproximadamente 7.500 toneladas, 140 toneladas de estruturas metálicas para fixação de telas, 50 km de cabos de aço, 280.000 grampos para fixação dos cabos, 18.750 metros de telas de proteção e 7.500 pneus para as barreiras na pista. A logística envolveu 220 viagens de carretas de São Paulo para Belo Horizonte e 190 viagens de retorno.

O evento contou com a presença de nomes de peso do automobilismo nacional, como Christian Fittipaldi, Toninho da Matta, Reginaldo Leme, Hélio Castroneves, Gabriel Bortoleto, Enzo Bortoleto e Sérgio Sette Câmara, que posaram

para fotos com o público e testemunharam o momento histórico do automobilismo. E por falar em história, o BH Stock Festival fez parte da comemoração de 30 anos do legado de Ayrton Senna e até um pódio foi montado no Gigante da Pampulha com uma imagem do ídolo nacional.

Belo Horizonte ganha com a Stock Car

O BH Stock Festival marca a estreia da capital mineira no automobilismo, com um autódromo montado em plena metrópole, que concede à cidade o apelido de "Mônaco brasileira", em alusão ao GP. O evento não apenas trouxe emoção e adrenalina, mas também um impacto positivo significativo para a capital mineira, com uma contribuição de R\$ 250 milhões na economia do município. Além disso, gerou 4.000 empregos diretos e indiretos e, atraindo turistas de 25 estados brasileiros, proporcionou uma ocupação hoteleira de 75%. O

empresariado abraçou a iniciativa, com 37 marcas envolvidas, entre patrocínios e parcerias.

Belo Horizonte foi projetada para o mundo, com a impressionante transmissão ao vivo para 171 países, em cinco idiomas: português, inglês, espanhol, italiano e russo. Além disso, foram credenciados mais de 260 profissionais de imprensa, de diversas partes do país, para a cobertura do evento.

O BH Stock Festival também teve um forte impacto social, arrecadando 7 toneladas de alimentos para o HUB Social. As iniciativas beneficiadas são: Soldados da Fé, Casa do Caminho, Associação Tálher Solidário, Dai-lhes Vós Mesmos de Comer, Projeto Bom na Bola Bom na Vida, e Aka - Valem pelo que somos.

Foram distribuídos 5.000 ingressos gratuitos, garantindo a inclusão de diversos públicos, entre convidados e as gratuidades previstas em lei. O evento recebeu cerca de 2.000 crianças carentes,

de diversas frentes de combate à vulnerabilidade social, dentre eles o Instituto Sérgio Sette Câmara e o Mano Down.

Com o intuito de promover a integração entre os estudantes e o mercado, o BH Stock Festival recebeu universitários do curso de Engenharia Mecânica da UFMG para uma visita guiada. Os graduandos tiveram a oportunidade de ver de perto como funcionam as máquinas que promovem as emoções na pista.

A Associação dos Catadores de Papelão e Material Reaproveitável (ASMARE) cuidou da reciclagem do lixo, contribuindo para a sustentabilidade do festival, que ainda implementou diversas ações. Esteve presente também o Fale Agora, protocolo do Governo estadual de enfrentamento à violência sexual, reforçando o compromisso do evento com a segurança e o bem-estar dos participantes.



Público aprova

Durante o evento, a Wblo realizou uma pesquisa para mensurar a satisfação do público. Foram avaliados aspectos como estrutura, visibilidade da pista, alimentação, banheiros, acesso, experiências, preços e o evento como um todo. Os resultados foram positivos, indicando um alto nível de aprovação dos participantes.

Os acessos e o transporte até o local do evento também foram elogiados. A parceria entre a organização do BH Stock Festival, a Prefeitura de Belo Horizonte, a BHTrans e a Guarda Municipal garantiram a chegada e o retorno dos participantes com tranquilidade

e segurança. Durante a iniciativa, 8.148 carros passaram pelos bloqueios, enquanto 1.553 veículos utilizaram o estacionamento do Mineirinho. Além disso, o serviço de ônibus Conexão BH Stock Festival transportou 400 pessoas, reduzindo consideravelmente o tráfego na região. O uso de aplicativos de mobilidade e táxis foi significativo, com 55% do público optando por essa forma de transporte, conforme dados informados pela Platum, empresa contratada pelo festival. Outro dado que chama a atenção é o número de ocorrências registradas pela Polícia Militar: apenas 12, nenhuma de maior relevância, com uma prisão por uso indevido

de drone na área do evento, que tinha o espaço aéreo fechado.

"Tenho dito que uma das vocações de Belo Horizonte é o turismo de negócios e eventos. Se alguém tinha alguma dúvida sobre isso, ela deixou de existir após o grande sucesso da Stock Car. Em 4 dias de evento, foram gerados negócios da ordem de 250 milhões de reais, geração de cerca de 4 mil empregos temporários, movimentando nossa economia, como os setores de bares e restaurantes, hotelaria, serviços de táxi, aplicativos de transporte e tantos outros. Temos um acordo para que sejam realizadas mais quatro etapas da Stock Car em BH. Mas espero, dado o gran-

de sucesso da primeira edição, que o evento fique por aqui por muito mais tempo", celebrou o prefeito de Belo Horizonte, Fuad Noman.

Para o presidente da Câmara de Dirigentes Lojistas de Belo Horizonte (CDL/BH), Marcelo de Souza e Silva, com o BH Stock Festival a capital mineira ficou estabelecida como um centro relevante em diversos setores. "Além do impacto econômico, colocamos Belo Horizonte no mapa do circuito automobilístico mundial, com transmissão para vários países. Esta corrida agregou a outros eventos da capital, como Carnaval, Natal e Réveillon, que movimentam toda a economia", disse. A CDL/BH foi uma

das apoiadoras do evento.

"Estamos muito felizes com o sucesso do evento. Os números são realmente maravilhosos. A aprovação do público que esteve presente é a grande prova. Tivemos uma grande audiência nas transmissões, para 171 países em cinco línguas distintas, o que projetou Belo Horizonte para todo o mundo. Temos um contrato com a Prefeitura de Belo Horizonte por mais quatro anos no mínimo! Vamos trabalhar duro para fazermos em 2025 um evento ainda melhor!", disse Sérgio Sette Câmara, um dos organizadores do BH Stock Festival.

McLaren celebra 50 anos de seu primeiro título no Campeonato Mundial de Fórmula 1

A presença da McLaren no Monterey Car Week 2024 se concentrará em sua notável história nas corridas e em como o pedigree de Fórmula 1 inspira seus supercarros na comemoração do 50º aniversário de seu primeiro Campeonato Mundial de Fórmula 1 no The Quail, a reunião do esporte a motor, em 16 de agosto.

1974 representa um ano marcante na história da McLaren. O piloto brasileiro Emerson Fittipaldi conquistou seu segundo título na Fórmula 1, o primeiro de um piloto da McLaren. Dois anos antes, Emerson havia se tornado o campeão mundial de F1 mais jovem da história, condição que ostentou até 2005. Ao mesmo tempo, a McLaren garantiu o seu primeiro Campeonato Mundial de Construtores.

A dupla vitória foi a validação definitiva do propósito da equipe McLaren. Concebida para vencer ao mais alto nível, a equipe alcan-

çou seu objetivo quatro anos após a trágica morte do fundador Bruce McLaren, em junho de 1970. A McLaren conquistou 12 Campeonatos Mundiais de Pilotos e oito títulos mundiais de Construtores, estabelecendo-se como uma força de elite não apenas na Fórmula 1, mas em um amplo espectro de esportes motorizados globais.

Fittipaldi venceu três corridas no caminho do título de 1974. Denny Hulme (um compatriota de Bruce que correu com ele na Fórmula 1 e na Can-Am durante a dominante sequência de cinco títulos consecutivos da McLaren) foi vitorioso no Grande Prêmio da Argentina, na abertura da temporada. Juntos, eles conquistaram o Campeonato Mundial de Construtores para a equipe inglesa.

Marcando a ocasião, o McLaren M23 de Fittipaldi, vencedor do título de 1974, estará em exibição. As evoluções subsequentes do carro participaram do Campeona-

to Mundial de F1 até meados da temporada de 1977. No total, o M23 ganhou 16 GPs e mais um Mundial de Pilotos com James Hunt, em 1976. É um dos projetos de Fórmula 1 de maior sucesso da McLaren e uma peça fundamental da rica herança automobilística da marca.

Refletindo a intersecção do DNA de pista da McLaren com o espetacular acabamento dos supercarros, um dos seis McLaren 750S com o tema "3-7-59" estará no estande com o M23. Revelada em novembro de 2023, a pintura especial apresenta obras de arte celebrando a conquista da Tríplice Coroa do automobilismo pela McLaren, homenageando as vitórias nas 500 Milhas de Indianápolis de 1974, no Grande Prêmio de Mônaco de 1984 e nas 24 Horas de Le Mans de 1995.

Neste ano, a McLaren celebrou o legado de Ayrton Senna 30 anos após sua morte com a revelação



de dois carros especiais no Grande Prêmio de Mônaco. Complementando uma pintura única para os Fórmula 1 MCL38 dirigidos por Lando Norris e Oscar Piastri, a McLaren Automotive revelou o McLaren Senna com a decoração "Senna Sempre". Este carro único e impressionante, com obras

de arte pintadas à mão pelos especialistas técnicos da McLaren Special Operations (MSO), é uma ousada homenagem a Senna nas pistas. O carro estará na América do Norte pela primeira vez e será apresentado ao lado de dois carros de Fórmula 1 de Senna.

Ford anuncia a nova F-150 2024

A Ford anunciou o lançamento da nova F-150 2024 no Brasil neste segundo semestre. A versão atualizada da picape, lançada no começo do ano nos Estados Unidos, traz aprimoramentos no design, na tecnologia e nos equipamentos para ampliar a sua liderança global no segmento.

"A F-150 construiu sua liderança global porque é um produto que está constantemente evoluindo e inovando, sempre à frente das tendências e antecipando as necessidades do mercado", diz Martín Galdeano, presidente da Ford América do Sul. "O lançamento do novo modelo faz parte do nosso compromisso de aprimoramento contínuo para oferecer aos clientes o que há de melhor em picapes."

Atualmente na 14ª geração e com mais de 41 milhões de



unidades produzidas, a F-150 é conhecida pela inovação. É a única com carroceria feita em liga de alumínio ultrarresistente, que reduz o peso e aumenta a rigidez do veículo. O interior requintado e espaçoso impressiona pelo alto padrão de conforto.

A nova F-150 2024 traz tec-

nologias e recursos desenvolvidos com propósito para avançar ainda mais na capacidade de enfrentar qualquer desafio, com o desempenho e robustez característicos da família de picapes Raça Forte da Ford. Todas as especificações da linha serão apresentadas mais próximo do lançamento.

Marco Aurélio Pacheco na direção comercial da IVECO no Brasil

Com o anúncio da chegada de Marco Aurélio Pacheco para assumir a direção comercial da IVECO no Brasil, a marca reforça o quadro de liderança com o objetivo de expandir as vendas de caminhões no mercado nacional. Acumulando 25 anos de experiência em importantes empresas do setor automotivo, Pacheco traz consigo uma vasta expertise no segmento que será de grande relevância para a estratégia comercial da montadora.

Graduado em Engenharia Mecânica pela Universidade Mackenzie e com MBA em Marketing de Serviços pela USP, Marco Aurélio Pacheco tem passagens em grandes montadoras por diversas áreas-chave, como vendas, pós-venda e marketing, com foco em resultados consistentes e sustentáveis.



A partir de agosto, o executivo, que responderá diretamente para Marcio Querichelli, presidente da IVECO para a América Latina, assume o desafio de liderar o time comercial da IVECO no país, onde a marca se destaca pela qualidade do amplo portfólio de produtos e serviços.

Leapmotor avança em sua estratégia de lançamento na região e estreia hotsite no Brasil

Quem quiser acompanhar todas as novidades da Leapmotor, empresa parceira da Stellantis para o desenvolvimento, produção e venda de veículos eletrificados inteligentes, já pode visitar o primeiro hotsite da empresa no Brasil. A página www.leapmotor-brasil.com.br irá reunir todas as informações da marca que estreia na região em 2024 com uma estratégia inovadora e portfólio desenvolvido para os consumidores da América do Sul, com design premiado e muita tecnologia. Na mesma página clientes também poderão acessar as redes sociais da Leapmotor no Brasil.

Interessados nas novidades e produtos da Leapmotor terão a

possibilidade de se cadastrar no hotsite para receber as últimas notícias da marca, incluindo informações do primeiro veículo a ser lançado na região, cujos detalhes serão divulgados nos próximos

meses. Além disso, serão detalhadas na página diversos conteúdos em torno da Leapmotor, incluindo informações sobre sua rede de concessionárias, que começou a ser montada e estará presente em

grandes centros e nas principais cidades do país.

A Leapmotor é uma montadora parceira da Stellantis e acaba de anunciar Fernando Varela como Vice-Presidente da marca para a

América do Sul. Ela iniciará suas operações no Brasil e Chile a partir de 2024, e seus primeiros produtos começam a desembarcar na região no início de 2025.



MINAS PNEUS
Oficina Multimarcas
BRIDGESTONE Firestone

**TODA LINHA DE PNEUS E SERVIÇOS
EM ATÉ
12 X
NO CARTÃO**

**DEU
A
LOUCA
NO
PATRÃO**

- Av. Pedro II, 3595 - (31) 2103-4488
- Av. Amazonas, 2929 - (31) 3118-4488
- Ceasa - (31) 3119-4488
- Av. Raquel T. Viana, 960 - S. Lagoas - (31) 2107-0200