

FLORIAN PUPETER MANAGING DIRECTOR – SIVAIPHS

“Em Portugal a eletrificação em geral já se encontra num nível muito elevado em comparação com a Europa, e continua a crescer muito rapidamente”

Entre a pressão regulatória, a nova vaga de elétricos urbanos e a necessidade de falar ao consumidor sem dogmas nem ruído, a SIVAIPHS procura afinar discurso e produto ao mesmo tempo. É esse equilíbrio que Florian Pupeter, administrador-delegado do grupo em Portugal, traça nesta entrevista, onde aborda a diferenciação entre marcas, o avanço da eletrificação, o desafio do carregamento e a ambição de fazer da nova mobilidade também uma história industrial com assinatura portuguesa.

Com um percurso internacional construído dentro da Porsche Holding Salzburg, onde entrou em 2013 na área de *Controlling International* e de onde seguiu para liderar, a partir de 2021, a Porsche Bulgária, Florian Pupeter assumiu em janeiro de 2025 funções como *Managing Director* da SIVAIPHS Portugal, repartindo a liderança com Daniel Wukowitsch e ficando responsável pelas áreas de Marcas, Comunicação e Digital. O seu trajeto ajuda a enquadrar o foco desta entrevista: mais do que falar apenas de produto, Florian Pupeter aborda a forma como a SIVAIPHS está a gerir a transição para a eletrificação, a diferenciação entre marcas num portefólio multimarcas, o peso crescente dos *PHEV* e *BEV*, os entraves ainda colocados pelos carregamentos, e também a ambição de ligar a nova mobilidade a uma narrativa comercial com assinatura portuguesa.

Como se garante que cada uma das marcas do Grupo mantém uma identidade clara quando vários modelos concorrem no mesmo território (segmento/preço/eletrificação)?

Florian Pupeter: A diferenciação nasce do posicionamento e é estratégica: tecnologia acessível na Volkswagen, espírito explorador na Skoda, mobilidade urbana na SEAT, performance emocional na CUPRA e liderança *premium* na Audi; cada marca responde a um perfil de cliente distinto. Este é o grande poder do portefólio multimarcas do Grupo Volkswagen.

O que representam os motores eletrificados nas vendas atuais das marcas SIVAIPHS e, dentro disso, qual é o peso dos 100% elétricos?

Florian Pupeter: No total das marcas da SIVAIPHS, os motores eletrificados representaram um total de 39% das nossas vendas em 2025, sendo que 16% são modelos 100% elétricos. Na Cupra, por exemplo, os 100% elétricos já ultrapassaram os 23% e na Audi alcançaram os 31% do *mix* de



vendas (com 55% de vendas eletrificadas – 31% *BEV* e 24% *PHEV*). Já em relação à Volkswagen, o grande destaque vai para o impressionante crescimento de 205% das vendas de modelos *PHEV* com um total de quase 3.000 unidades! Também a marca Skoda, com o novo Elroq e a nova geração do Enyaq, deu um passo significativo no sentido da

eletrificação. Em resumo, os modelos *BEV* registaram forte crescimento, mas a forte ofensiva do grupo com novos modelos *PHEV* fez com que esta tecnologia tenha alcançado maior peso no canal empresas. O mix varia por marca, mas a eletrificação já é estrutural no portefólio.

Que evolução tem observado em Portugal entre *HEV*/*PHEV*/*BEV* e quais os fatores que, na sua opinião, mais pesam: preço, autonomia real, carregamentos, *TCD*, incentivos, oferta?

Florian Pupeter: A eletrificação em geral já se encontra, em Portugal, num nível muito elevado em comparação com a Europa e continua a crescer muito rapidamente. A tecnologia *HEV* é cada vez mais uma nova normalidade, como demonstram os motores eTSI do novo T-ROC fabricado em Portugal. O crescimento dos *PHEV* está a ganhar uma nova dinâmica impulsionada por incentivos, mas sobretudo baseada em novos níveis de autonomia elétrica superiores a 100 km. O sucesso e o crescimento constante dos *BEV* baseiam-se em muitos fatores: a competitividade e o progresso tecnológico tornam os *BEV* cada vez mais acessíveis; os incentivos em Portugal são consideravelmente atrativos, especialmente para as empresas; o *TCD* continua a melhorar e torna a oferta ainda mais interessante para o cliente. O grande desafio em Portugal é continuar a crescer e modernizar a infraestrutura de carregamento. Na SIVA-*PHS* estamos também a apoiar este desenvolvimento da

infraestrutura com fortes investimentos na nossa própria marca de carregamento MOON.

No debate europeu sobre 2035 e possíveis ajustes de metas/rotas, que impacto real antecipa na estratégia de eletrificação e, sobretudo, na forma de a comunicar ao cliente final?

Florian Pupeter: A direção é irreversível; o essencial é garantir previsibilidade regulatória para permitir investimento industrial e uma comunicação transparente ao cliente final, onde a mensagem se mantém: mais eficiência, mais tecnologia e maior previsibilidade de custos.

Como se comunica a eletrificação sem cair nos dois extremos: evangelização (que cansa) ou medo (que trava)? Qual é a “mensagem simples” que funciona?

Florian Pupeter: Com pragmatismo e transparência. Escolher a tecnologia certa para cada utilização. A mensagem simples é: escolha a tecnologia que melhor se adapta ao seu uso diário.

Quais são hoje as maiores fricções do consumidor português para com os *BEV* e como a SIVA-*PHS* está a atuar em cada uma delas?

Florian Pupeter: Preço inicial, infraestrutura e valor residual. Atuamos com oferta mais acessível, como os futuros ID.Polo, Cupra Raval e Skoda Epiq. Uma grande vantagem das marcas do nosso grupo são os valores residuais fortes e estáveis. Além disso, apoiamos os valores residuais com soluções financeiras integradas. O carregamento doméstico e público sempre foi e continuará a ser um interesse fundamental do cliente. Com a nossa marca de carregamento MOON e outras soluções do grupo, somos capazes de oferecer ao cliente uma solução para cada necessidade.

Sobre a nova categoria europeia *M1e* (pequenos elétricos): vê aí uma oportunidade para democratizar os *BEV* no nosso mercado? Que requisitos seriam críticos (preço, autonomia, potência de carregamento, segurança, conectividade)?

Florian Pupeter: Os pequenos veículos elétricos desempenham um papel fundamental para tornar a mobilidade elétrica mais acessível e económica. Muito em breve, ainda este ano, lançaremos os modelos já mencionados Cupra Raval, ID.Polo e Skoda Epiq. Em termos de preço, qualidade, equipamento e estilo, eles serão verdadeiros revolucionários no mercado. Além disso, a rede pública de carregamento em Portugal está bem desenvolvida nas áreas urbanas, mas precisa de ser melhorada, especialmente nas áreas rurais, para apoiar a democratização da mobilidade elétrica em Portugal.

Quais as ambições do grupo para a *Electric Urban Car Family*, com o CUPRA Raval a aproximar-se: o que é que estes modelos têm de provar em Portugal?

Florian Pupeter: O Grupo Volkswagen é líder em mobilidade elétrica na Europa. Mas não baseamos o nosso sucesso na quota de mercado. Somos bem-sucedidos se conseguirmos responder às perguntas e necessidades dos clientes e, claro, trazer alegria, emoção e diversão para as ruas. Todos os

“Muito em breve, ainda este ano, lançaremos os modelos Cupra Raval, VW ID.Polo e Skoda Epiq. Em termos de preço, qualidade, equipamento e estilo, eles serão verdadeiros revolucionários no mercado”



modelos da *Electric Urban Car Family* – Cupra Raval, ID.Polo, ID.Cross e Skoda Epiq – são uma resposta forte. A nossa ambição com esses modelos revolucionários é satisfazer a procura dos clientes por mobilidade elétrica. O nosso papel de liderança no setor é apenas o resultado dessa filosofia.

Em relação ao futuro elétrico de entrada (antecipado pelo ID.EVERY1) e com produção prevista em Portugal a partir de 2027, como é que a SIVAIPHS prepara a narrativa “feito em Portugal” com credibilidade e impacto?

Florian Pupeter: O Grupo Volkswagen produziu novamente 9 milhões de automóveis em 2025. O foco principal do desenvolvimento e da produção está na Europa. Por isso, o Grupo Volkswagen tem um impacto significativo na indústria automóvel, na indústria fornecedora local, no emprego e na sociedade europeia. Estamos orgulhosos de que dois modelos importantes do grupo – o T-Roc e o ID.Every1 – sejam e continuarão a ser produzidos em Portugal. Trata-se de um enorme investimento em Portugal e, naturalmente, utilizaremos com orgulho a menção «feito em Portugal» na nossa comunicação, para sublinhar a forte relação entre Portugal e a Volkswagen.

O Audi Concept C aponta para um futuro desportivo elétrico. O que pode confirmar hoje, e como se comunica um desportivo BEV de forma emocional (para além do “rápido e silencioso”)?

Florian Pupeter: A Audi continuará a desenvolver desportivos elétricos, garantindo performance consistente e tecnologia de ponta. A emoção comunica-se pela entrega instantânea de potência, precisão dinâmica e controlo absoluto proporcionado pela engenharia elétrica. A entrada na Fórmula 1 reforça essa legitimidade técnica. O desportivo elétrico é uma evolução tecnológica da performance, não uma rutura com ela.

Das marcas SIVAIPHS, falta eletrificar (a 100%) a SEAT. Qual é a estratégia de futuro para esta marca e como se vai contar essa história ao mercado?

Florian Pupeter: A SEAT continuará focada em mobilidade acessível e sustentável com tecnologia PHEV avançada, por exemplo para o Leon, enquanto a transição elétrica total será progressivamente assumida pela CUPRA dentro do grupo.

Vários fabricantes (europeus e chineses) voltaram a falar em REEV (range extender electric vehicle). Vê esta tecnologia como solução transitória, um nicho ou uma peça importante do mix?

Florian Pupeter: O REEV pode ter relevância pontual em mercados onde a infraestrutura de carregamento ainda é insuficiente ou onde o cliente valoriza uma fonte adicional de autonomia para viagens mais longas. No entanto, trata-se de uma solução de transição e não a assumir um papel central na estratégia do grupo. A direção de longo prazo mantém-se centrada na eletrificação plena, suportada pela evolução tecnológica e pela expansão da infraestrutura.

Podemos vir a ver REEV em breve em alguma marca representada pela SIVAIPHS? Em que segmentos faria mais sentido?



“Estamos orgulhosos que dois modelos importantes do grupo – o T-Roc e o ID.Every1 – sejam e continuarão a ser produzidos em Portugal”

Florian Pupeter: A Volkswagen também está a analisar o REEV, mas, neste momento, ainda é muito cedo para comentar em detalhe sobre o assunto. No entanto, imagino que essa tecnologia possa ser interessante para o setor de transportes e camiões, garantindo distâncias ainda maiores ou permitindo pausas mais curtas para recarga.

Como se evita a confusão do consumidor entre HEV/PHEV/REEV/BEV e se constrói uma “regra prática” de escolha baseada no uso real?

Florian Pupeter: Com o meu A6 e-tron, sou um condutor de veículos elétricos a bateria (BEV) muito confiante. Mas cada uma das tecnologias mencionadas serve melhor a um certo estilo de vida e situação. A experiência é fundamental, por isso, antes da compra, recomendo uma regra simples: faça sempre um *test drive*.

Em Portugal, o carregamento continua a ser decisivo. O que faz mais falta: infraestrutura, simplicidade de pagamento, informação ou confiança?

Florian Pupeter: A mobilidade elétrica em Portugal já é muito bem aceite e mais de 80% dos condutores portugueses consideram comprar um veículo elétrico a bateria (BEV) na próxima compra. Portanto, não acho que a informação ou a confiança na tecnologia BEV seja um problema. Se me permitirem escolher um tema, gostaria de voltar a focar a atenção na rede de carregamento. Precisamos de mais pontos de carregamento e, especialmente, de carregadores rápidos em Portugal para lidar com o número crescente de BEV nas ruas.