



Triumph planeja crescimento e programa novidades para 2018

A Triumph fechou 2017 com 3.919 motocicletas comercializadas no mercado brasileiro - o que indicou um pequeno crescimento de 0,56% ao mesmo tempo em que o mercado brasileiro de motocicletas caiu 12%, segundo dados oficiais da Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Motonetas, Bicicletas e Similares (Abraciclo). Para 2018, a Triumph projeta atingir um volume de 4.250 unidades vendidas, o que representará uma alta de 8,4% sobre 2017 e será o segundo melhor resultado da marca no País desde a sua chegada, em 2012 – em 2014, a empresa chegou a comercializar 4.600 motos no Brasil.

Para 2018, a Triumph também anuncia a renovação da parceria com Henrique Fogaça, Embaixador da marca no Brasil, projeta manter a sua liderança no mercado nacional de motos big trail até 800 cc com o lançamento da nova Tiger 800, pretende ampliar a participação da sua linha de clássicas nas vendas totais e ainda anuncia novos destinos de viagens internacionais para o Triumph Riding Experience (TRX), ampliando ainda mais o relacionamento com seu público-alvo.

TIGER 800, LÍDER DE MERCADO

O segmento de big trails até 800 cc atingiu um volume de 4.400 motocicletas em 2017, crescendo cerca de 5% sobre o total comercializado em 2016. Neste ano, a expectativa é que este segmento acompanhe o crescimento projetado pela Abraciclo, atingindo em torno de 4.700 motos (uma alta em torno de 6%). Do total obtido em 2017, a linha Tiger 800 respondeu por cerca de 44% do segmento, com 1.848 unidades vendidas, o que significou a liderança do setor pelo segundo ano consecutivo. “Em 2018, com o lançamento da nova Tiger 800, planejamos atingir um volume de 2.000 motos, crescendo perto de 6%” e mantendo esta liderança”, explica Waldyr Ferreira, General Manager da Triumph no Brasil.

A Tiger 800 é uma das motocicletas mais amadas, elogiadas e premiadas pela crítica internacional e brasileira. A nova Tiger 800 deve chegar às Concessionárias no final de junho, em diversas versões, com atualizações importantes na sua capacidade off-road, no conforto em qualquer tipo de piso e com mais de 200 melhorias no chassi e motor. “Além das inovações tecnológicas, contamos com a força da marca Tiger e o reconhecimento da qualidade da moto, comprovado, por exemplo, pelos inúmeros prêmios conquistados no Brasil para buscarmos mais uma vez a liderança do segmento”, acrescenta o executivo.



Waldyr destaca, ainda, que a Tiger 800, em suas diversas versões, é o modelo mais vendido pela Triumph no mercado brasileiro. No ano passado, respondeu por cerca de 47% das vendas totais da marca. “Este volume faz a subsidiária brasileira ocupar a primeira posição em volume de vendas e em share do segmento dentre todas as subsidiárias da marca no mundo, apesar do nosso mercado ser apenas o sétimo em potencial de mercado perdendo para Itália (9.400 motos por ano), Alemanha e Áustria (7.900), França (6.500), Estados Unidos (5.900), Espanha (5.600) e Reino Unido (5.500)”.

CLÁSSICAS DEVEM CRESCER EM 2018

A Triumph fechou 2017 com um total de 760 motocicletas clássicas comercializadas no mercado nacional, o que representou uma participação de 19% das vendas da marca. O destaque foi o modelo Bonneville Street Twin, com 241 unidades. Para este ano, a meta é saltar para cerca de 1.000 motos clássicas vendidas no Brasil, o que representará uma alta de 33,5% sobre o volume de 2017. Se confirmado, este volume representará uma participação de 23,5% sobre o total de vendas da fabricante inglesa no País em 2018.

“Nos últimos dois anos, a Triumph foi a marca que mais lançou modelos clássicos em todo o mundo e, por isso, hoje já é reconhecida como um dos principais players deste segmento”, explica Ferreira. A estratégia de trazer cada vez mais novidades para o segmento terá continuidade a partir de maio, com o lançamento da nova Bonneville T100 Black, exposta na última edição do Salão Duas Rodas. O modelo reúne a personalidade icônica da Bonneville, estilo atemporal inspirado nas Bonneville de 1959, muita tecnologia de ponta, acabamento sofisticado e mais de 150 acessórios para o cliente customizar a sua motocicleta, do seu jeito, na própria concessionária.

“Temos qualidade, muita tradição e uma grande variedade de modelos para diferentes estilos de pilotagem. Queremos ser referência no segmento de motocicletas clássicas no mercado brasileiro”, acrescenta o executivo. Quando se fala em tradição no setor, surge um dos principais diferenciais da Triumph no segmento de clássicas. Enquanto algumas marcas estão criando novos modelos com visual retrô, a Triumph relança modelos emblemáticos e de grande sucesso que fazem parte da sua longa história - em 2018, para se ter ideia, se completam 116 anos de criação da marca. Um bom exemplo é a marca Bonneville, criada nos anos 50, e considerada até hoje um dos maiores ícones da Triumph em sua história. As novas clássicas da Triumph resgatam não só este visual retrô, mas também um passado glorioso da fabricante, incorporando tecnologia de última geração.

PARCERIA COM FOGAÇA É RENOVADA

A parceria com o chef Henrique Fogaça, proprietário do restaurante Sal Gastronomia e dos bares Cão Véio e Admiral's Place e um dos jurados do programa Master Chef, da Band,



anunciada em janeiro do ano passado, acaba de ser renovada e Fogaça continuará sendo o Embaixador da Triumph no Brasil. “Quando fizemos esta parceria, nosso objetivo não era vender mais motos, mas sim dar mais notoriedade para a Triumph no Brasil e, com isso, contribuir para que um público diferenciado conhecesse a marca. Acreditamos que esta meta foi plenamente alcançada”, explica Waldyr, destacando que outros países, como a Inglaterra, já adotam estratégia semelhante de nomear como embaixadores da marca celebridades locais com um perfil identificado com o estilo e perfil da fabricante.

Ao longo de 2017, as postagens de Fogaça em suas redes sociais tiveram um impacto em quase 432 mil pessoas, com cerca de 4.500 comentários. O chef esteve presente em diversos momentos estratégicos, como na Avant Premier do Salão Duas Rodas, em eventos com a Rede, em lançamentos de novos produtos e também na inauguração do novo Visitor Center da Triumph, em Hinckley, na Inglaterra. “Neste ano, Fogaça vai continuar bem atuante com a marca nos principais momentos da empresa no País, como no lançamento da nova Bonneville T100 Black”, lembra Waldyr.

MARCA COM O CLIENTE MAIS SATISFEITO

Lançada no Brasil em 2012, a Triumph vem conquistando diversas premiações importantes do setor em pouco mais de cinco anos. A marca já soma 41 prêmios no País – sendo 15 deles somente em 2017. A satisfação do cliente com a marca e também com a qualidade dos seus produtos é um dos maiores orgulhos da Triumph. Um indicador importante desta aprovação do consumidor é a premiação “Cliente Mais Satisfeito”, realizada por uma publicação especializada anualmente. Em 2017, a Triumph conquistou este troféu pelo quarto ano consecutivo, atingindo um percentual de 97% de aprovação dos proprietários de motocicletas Triumph.

A Triumph foi eleita ainda, no ano passado, a “Marca do Ano”, na categoria “Motocicletas”, pela Fenabreve (Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores). Foi a segunda vez que a Triumph venceu este prêmio – a primeira foi em 2015. “Estas premiações confirmam a preocupação da empresa não só com a qualidade das suas motocicletas, mas também com a construção de uma Rede de Concessionárias moderna e bem treinada, capaz de prestar um serviço de pós-venda de primeiro mundo”, aponta Ferreira.

NOVAS AÇÕES DO TRX

O Triumph Riding Experience (TRX), programa de relacionamento da marca inglesa com os seus clientes, que impactou quase 4.000 pessoas em 2017, terá várias novidades ao longo deste ano, como a abertura de novos roteiros internacionais de viagens. Um deles será pelo Reino Unido, partindo de Londres, passando pelo novo Visitor Center e pela fábrica da Triumph, em Hinckley, e também pelo País de Gales, Irlanda e Ilha de Man. Um novo



roteiro internacional muito interessante será pela África do Sul e Namíbia, cruzando paisagens espetaculares, incluindo Cidade do Cabo, desertos e reservas naturais, com foco principal na pilotagem off-road.

Outra novidade para 2018 será a presença de um representante do TRX em mais Concessionárias pelo País. Atualmente, as Concessionárias Triple Triumph de São Paulo e Campinas, Autostar de São Paulo e Osten de São José dos Campos já contam com a presença deste profissional em tempo integral. A partir de agora, outros revendedores também terão um representante do TRX, com a missão não só de transmitir informações sobre os serviços oferecidos pelo programa, mas também dar dicas de viagens com motocicletas para o público da marca.

SOBRE A TRIUMPH

A Triumph Motorcycles Brazil é uma das 12 subsidiárias da empresa pelo mundo e conta com sede em São Paulo (SP) e fábrica em Manaus. A marca conta com 14 Concessionárias nas cidades de São Paulo (SP), Campinas (SP), Ribeirão Preto (SP), São José dos Campos (SP), Porto Alegre (RS), Brasília (DF), Curitiba (PR), Belo Horizonte (MG), Rio de Janeiro (RJ), Goiânia (GO), Florianópolis (SC), João Pessoa (PB) e Londrina (PR). Fundada em 1902, a Triumph Motorcycles é uma empresa global, atuando diretamente em 13 países, por meio de suas filiais, e indiretamente em mais 57 mercados, através de distribuidores independentes. A Triumph é a maior fabricante britânica de motos e a marca que mais cresce no segmento acima de 500 cc nos países nos quais está presente. O faturamento mundial da empresa gira em torno de R\$ 2,1 bilhões e suas vendas no varejo superam as 63.400 unidades anuais, com produção acima de 67.000 motos por ano. No mundo todo, a Triumph possui mais de 700 concessionárias e perto de 2.000 funcionários.

MAIS INFORMAÇÕES

g6 Comunicação Corporativa

Eduardo Sanches (eduardo@g6comunicacao.com.br)

Fones: (11) 5562-2782 e 99305-3328

www.g6comunicacao.com

www.facebook.com/g6comunicacaocorporativa

Janeiro de 2018

