

## Comunicado de imprensa

May 23, 2024 | Identificação: 328685

# Volvo EX30 chega ao Brasil para colocar marca em nova faixa de mercado

“O EX30 colocará a Volvo em um novo patamar de negócio, tanto no Brasil quanto no mundo.”

Esta é a expectativa de Marcelo Godoy, Presidente da Volvo Car Brasil, para a chegada do EX30 ao mercado nacional. O novo modelo, que já havia sido apresentado em solo brasileiro em setembro do ano passado, já está disponível nas 47 concessionárias da marca sueca espalhadas pelo país e, desde a semana passada, os clientes que fizeram a compra no período de pré-venda já começaram a receber seus carros.

O otimismo pode ser comprovado ao analisar o mercado automotivo do Brasil. Antes da chegada do EX30, a Volvo se restringia a um segmento premium que movimentava de 45 a 50 mil unidades por ano. A partir de agora, a ambição é atuar em um mercado expandido e repleto de desafios.

“Já temos uma série de dados dos mercados nos quais o EX30 já foi lançado, e eles nos deixam muito animados. Estamos saindo de um segmento de nicho, que movimentava cerca de 50 mil carros ao ano, para uma faixa bem maior da indústria, que gira em torno de 500 mil unidades por ano e que chamamos de segmento expandido. É este tipo de crescimento que o EX30 vai nos proporcionar”, revela Godoy.

Com os modelos atuais - XC40, C40, XC60 e XC90 - o número de concorrentes não era tão grande e nem tão acirrado, quanto a faixa de mercado à qual o EX30 vai fazer parte.

“É um desafio e tanto, pois existem muitos concorrentes neste segmento e na faixa de preço que estamos nos posicionando. De toda forma, como nunca antes, sabemos que vamos entregar um produto verdadeiramente premium pelo nível que ele tem. O EX30 traz muita qualidade, é tão premium quanto qualquer outro Volvo e carrega todo o atributo de segurança da marca. Além de tudo isso, o carro tem muitos itens tecnológicos e é o modelo com menor pegada de carbono já feito por nós”, completa o presidente da Volvo Car Brasil.

### Números concretos

Com base nos dados divulgados pela Volvo Cars no fim de abril, o resultado do primeiro trimestre de 2024 representou um aumento de vendas de 8%, em comparação ao mesmo período do ano anterior. O lançamento do EX30 foi um fator fundamental para este crescimento, mesmo sem estar presente em mercados como Estados Unidos e China.

Para o diretor de Vendas da Volvo Car Brasil, Christian Becker Sahd, estes números têm mexido com as expectativas da equipe brasileira.

“Nosso objetivo é que o EX30 leve a Volvo até a liderança do mercado automotivo premium no Brasil. A XC60 a XC90 são carros líderes em seus segmentos e pretendemos colocar o EX30 nesta mesma posição. Quando definimos os objetivos de volume de 2024 junto à rede de concessionárias, recebemos algumas perguntas sobre o como projetar o volume de vendas deste carro, e aí nossa resposta foi simples: ‘vamos dobrar de tamanho, confiem e apostem’. Estamos muito confiantes, inclusive com os números de outros mercados nos quais o EX30 já foi lançado”, analisa Sahd.

### Novas possibilidades

A plataforma do EX30 é completamente nova e traz muita tecnologia embarcada. Como parte da estratégia de divulgação do modelo, a marca terá um estúdio no Shopping JK Iguatemi. Mirella Cambrea, diretora de Marketing da Volvo Car Brasil, explica a estratégia para deixar o lançamento ainda mais próximo do público.

“Sabemos que temos produtos muito admirados e inspiracionais, mas com design já bastante conhecido pelo público em geral. O EX30 é um produto novo e que carrega uma linguagem de design exterior e interior muito moderna e nova para a marca, e queremos apresentá-la ao maior número de pessoas que pudermos. Teremos uma presença forte do carro em SP com o estúdio e outras mídias no Shopping JK Iguatemi (em São Paulo), mas também faremos um trabalho de sustentação extenso com nossos carros de frota em ativações e oportunidades por todo o Brasil. A cereja do bolo será a campanha de mídia que faremos para a chegada do carro nos meses de maio e junho, que inclui TV e mídia exterior.”

O modelo tem sido destaque em premiações pelo mundo afora. Em menos de um ano, o EX30 já recebeu prêmios internacionais, fato que é reforçado por Mirella. “O EX30 é um carro que reúne tudo: segurança, design, sustentabilidade, tecnologia intuitiva e uso de materiais reutilizados. É uma mistura de obra de arte, com gadget de última geração. Queremos que seja visto, apreciado e desejado!”, comenta.

### **Eletrificação já é agora**

Enquanto a maioria das montadoras ainda fazem planejamentos sobre carros elétricos, este assunto já é uma realidade na Volvo Car Brasil desde de 2017. Guilherme Galhardo, head de Eletrificação e diretor de Digital, celebra as conquistas da equipe ao longo dos últimos anos.

“O EX30 no Brasil vai ser uma grande mudança, pois nós estamos entrando em um segmento que a Volvo não atuou até o momento, com um volume muito maior de vendas e mais competidores. Vamos fazer o mesmo volume de vendas de 2023 só com o EX30. A expectativa é grande para a chegada e veremos muitos veículos nas ruas vai atizar a curiosidade do público. Quem for dirigir, com certeza irá se apaixonar”, analisa Galhardo, que também lidera a equipe responsável por um dos maiores projetos da Volvo Car Brasil.

“Eletrificação é um tema muito importante para a marca, tanto aqui no Brasil, quanto globalmente. Temos um investimento de R\$70 milhões em 101 eletropostos, por todo o país. Já alcançamos 50% da nossa meta de instalação e hoje cobrimos 19.000 km de estradas e mais de 36 rotas. As maiores dificuldades são encontrar parceiros e infraestrutura energética disponível. Não é qualquer região e estabelecimento que tenha essa energia à disposição para instalar os carregadores. Atualmente, já é possível dirigir do Sul do Brasil até o Rio de Janeiro (aproximadamente 2.000 km) utilizando nossos eletropostos. Nosso principal objetivo é apresentar para a população que o carro elétrico já é uma realidade e que você pode, sim, ter um veículo sustentável para fazer tudo o que precisa”.

### **Mais vendas, mais pontos de venda**

O plano de negócios da Volvo Car Brasil tem previsto crescimento de sua rede de concessionárias. Para atender ao aumento de vendas, esperado com o EX30, Tatiane Faria, diretora de Network, revela um incremento significativo no número de lojas em território nacional.

“Temos como principal objetivo ampliar nossa presença pelo país. Atualmente, temos 47 concessionárias e nossa ambição é chegarmos a 53, até o fim deste ano, o que significa um crescimento superior a 10%. Além disso, vamos inaugurar nossa primeira loja no estado do Tocantins, em Palmas; e ampliar nossa presença no interior, com concessionárias em Presidente Prudente (SP), Piracicaba (SP), Santos (SP), Dourados (MS) e Sinop (MT). Nosso objetivo é estar perto do cliente Volvo, que já sabe como é a experiência de ser atendido em uma das nossas concessionárias e tem a certeza de que, onde estiver, será atendido da mesma forma e com a mesma qualidade. Nosso grande cuidado será com os clientes novos, que vão chegar na Volvo através do EX30. O objetivo é, mesmo com o aumento de volume, manter a qualidade elevada e o atendimento exclusivo, que todos nossos clientes têm”, revela Tatiane.

### **Rede preparada para aumento de demanda**

O momento é muito importante para a Volvo Car Brasil e a coesão na expectativa pelo EX30 pode ser percebido ao conversarmos com as diferentes áreas da companhia. Todos garantem que a empresa tem trabalhado duro e unida para deixar tudo pronto para atender um volume bem maior de clientes, como conta Eduardo Oshima, Diretor de Pós-Venda.

“Vemos no consumidor do EX30, um cliente novo para a Volvo, que chega com uma expectativa, tanto do ponto de vista de produto, quanto de serviços, até acima de quem já tem um carro nosso. Já nos adiantamos para que todas as nossas concessionárias estejam preparadas para satisfazer o que é esperado por estes novos clientes”, conta Oshima.

“Outro ponto importante é que, por ser um carro muito tecnológico e produzido desde o início para ser um modelo totalmente elétrico, a manutenção do EX30 se privilegia por ter menos componentes em comparação aos modelos a combustão. Além de conseguirmos atualizar o sistema do carro remotamente, sem o cliente precisar ir até a concessionária. Por outro lado, já temos uma estratégia para nos manter próximos ao cliente, mesmo sem ele precisar sair de casa”, comenta.

A Volvo Car Brasil é também uma das cinco primeiras operações da marca no mundo a utilizar ferramentas remotas para monitorar as células de baterias dos veículos dos clientes. “Estamos à frente até da Suécia, neste ponto. Além da gente, apenas Noruega, Portugal, Holanda e Austrália já implementaram este monitoramento. Assim, quando percebemos que a bateria de algum veículo está se comportando de forma diferente, nos antecipamos, falamos com o cliente e já agendamos a verificação na concessionária de escolha dele. Este é um serviço que também estará disponível, em breve, para quem comprar o EX30”, diz Oshima.

Relembre tudo o que já falamos sobre o EX30 sobre o carro:

<https://www.media.volvocars.com/lat/pt-br/media/pressreleases/313242/compacto-pero-potente-saluda-al-volvo-ex30>

sobre design interno e UX:

<https://www.media.volvocars.com/lat/pt-br/media/pressreleases/312910/espacio-almacenamiento-inteligente-y-tecnologia-intuitiva-el-nuevo-volvo-ex30-encarna-lo-mejor-del-d>

sobre sustentabilidade:

<https://www.media.volvocars.com/lat/pt-br/media/pressreleases/312698/el-nuevo-volvo-ex30-esta-disenado-para-tener-la-menor-huella-de-carbono-jamas-vista-en-un-automovil>

sobre segurança:

<https://www.media.volvocars.com/lat/pt-br/media/pressreleases/312457/el-nuevo-volvo-ex30-lleva-la-seguridad-en-la-ciudad-a-un-nuevo-nivel>

prêmios:

<https://www.media.volvocars.com/lat/pt-br/media/pressreleases/327245/327245>  
<https://www.media.volvocars.com/lat/pt-br/media/pressreleases/325687/325687>

**Sobre a Volvo Car Brasil** - A Volvo possui cinco modelos em seu portfólio no Brasil. Em 2023, a empresa fez o pré-lançamento do novo Volvo EX30, que chega ao mercado com a intenção de dobrar o volume de vendas da empresa no país. O ano foi ainda o melhor da história da empresa em número de vendas de carros, com mais de 8.600 veículos emplacados e um crescimento de 65% em relação a 2022.

O Volvo XC40, primeiro elétrico da marca no Brasil, foi o BEV mais vendido do país, representando 36,1% das vendas de elétricos no mercado Premium. Outro grande ícone da marca, o Volvo XC60, seguiu liderando as vendas de híbridos na categoria Premium, com mais de 4.627 veículos emplacados em 2023 e representou mais de 35% das vendas na categoria.

A Volvo é a empresa que mais investe em eletrificação no país, com um investimento superior a R\$ 70 milhões para criar uma rede de mais de 100 eletropostos em todas as regiões do Brasil.

## Palavras-chave:

Corporate News, Press Releases, EX30, 2024

---

Descrições e fatos neste material de imprensa relacionam-se com as especificações globais dos modelos da Volvo Cars. Recursos descritos podem ser opcionais. As especificações do veículo podem variar de um país para outra e podem ser alteradas sem notificação prévia.

## Contatos de Imprensa

**Leonardo Murgel**

Móvel: +55 (11) 99441-7534  
leonardo.murgel@insideoutpr.com.br

## Imagens relacionadas



Mais imagens >

[media.volvocars.com](https://media.volvocars.com) >

[volvocars.com](https://volvocars.com) >

Copyright © 2025 Volvo Car Corporation (ou seus afiliados ou licenciadores).