



JAGUAR NA FÓRMULA E:

UM VISLUMBRE DO FUTURO NO PRESENTE

KETCHUM

RESULTADOS

470

de espaços ocupados
na imprensa tradicional
e redes sociais

+94
milhões

em alcance
(reach)

+R\$3.5
milhões

em valor publicitário
estimado
(AVE)

97% dos resultados foram positivos



MOMENTO 1: 1ª VEZ NO BRASIL

ALGUNS JORNALISTAS ATIVADOS



Marli Olmos
Valor Econômico



Felipe Demartini
Canaltech



Eduardo Passos
Quatro Rodas



Rodrigo Mora
Forbes



Ulisses Cavalcante
Autoesporte



Forbes

POR QUE A FÓRMULA E É A MELHOR PROPAGANDA PARA O CARRO ELÉTRICO

“ ‘Esse tipo de evento é muito importante para promover a marca e mostrar nossa proposta para clientes, parceiros e concessionários’, explica Paulo Manzano, Diretor de Marketing da Jaguar Land Rover.

‘Os resultados são obtidos das mais diversas maneiras. Além de uma grande exposição nas mídias sociais e em matérias em meios de comunicação importantes, também conseguimos mostrar aos nossos clientes um pouco de como será o futuro da Jaguar, que a partir de 2025 será uma marca 100% elétrica. Isso contribui para dar a dimensão de nossa visão de futuro, nossa herança de esportividade e para gerar entusiasmos nas pessoas’, conclui, avisando que a marca não sairá da competição tão cedo. ”

Fonte: <https://forbes.com.br/forbeslife/forbes-motors/2023/05/por-que-a-formula-e-e-a-melhor-propaganda-para-o-carro-eletrico/>



COM METAS CLARAS, JAGUAR LAND ROVER FOCA EM POPULARIZAR CARROS ELÉTRICOS

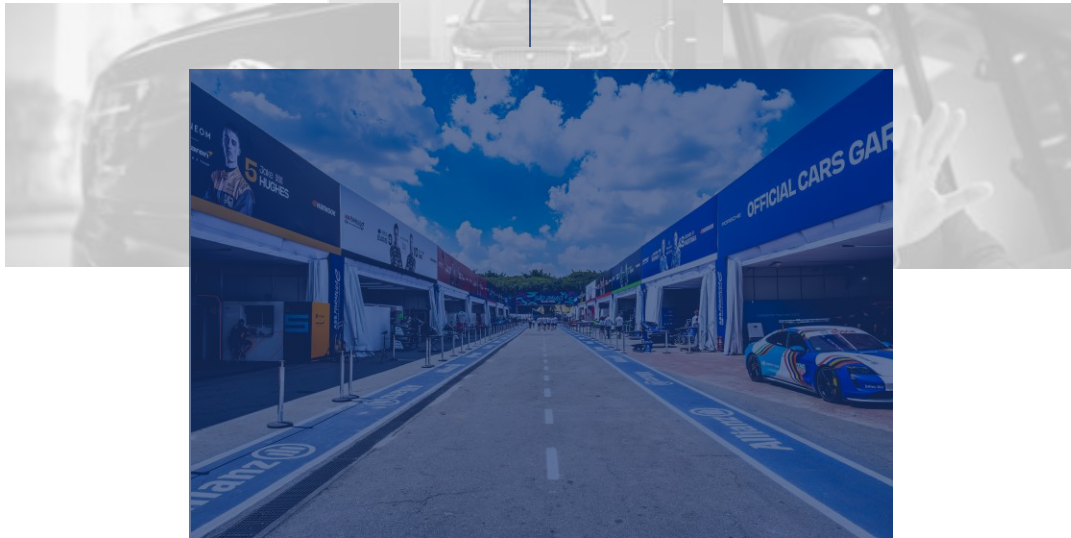
“ ‘É uma alegria ter a Fórmula E conosco’, comemora Patini. ‘A categoria tem dimensões importantes na popularização dos carros elétricos e tira a gente do campo teórico. A prova demonstra o que o carro elétrico pode ser, com uma competição muito divertida, que ajuda a disseminar a inovação.’

O foco na sustentabilidade e no meio-ambiente aparece em todos os aspectos da organização da Fórmula E, que tem postos com água gratuita para os espectadores e distribui garrafas para evitar o consumo e descarte de plásticos. Nas pistas, a mais alta tecnologia entra em ação de uma forma altamente palpável, que pode ser sentida pelos motoristas também nas ruas das cidades.

‘O esporte de alta performance desenvolve tecnologias, elevando seus padrões e limites. Mas a Fórmula E é muito mais acessível nesse sentido’, concorda o diretor da Jaguar Land Rover. ‘O que vemos naquele ambiente automobilístico pode ser rapidamente replicado nos veículos de passeio.’

A modalidade também conversa com as aspirações da própria Jaguar Land Rover, que no segundo ano de seu programa de inovação, quer se voltar à sustentabilidade além da própria eletrificação. A atenção, agora, será dada a iniciativas de redução de emissões, reciclagem de componentes e reuso, principalmente das baterias, produtos químicos e metais preciosos no interior destas células.

Estão em andamento iniciativas relacionadas à geração de créditos de carbono e retenção de talentos que possam contribuir para a empreitada da eletrificação, no que Patini cita como um novo ciclo de inovação para a Jaguar Land Rover. ‘O carro elétrico é o futuro do automóvel. Queremos garantir que essa realidade chegue o mais rapidamente possível ao Brasil’, finaliza. ”



FÓRMULA E CHEGA EM SP A 320 KM/H COM PERIGO INVISÍVEL E DESAFIO LOGÍSTICO

“ **Mais do que elétrica, verde**

A F-E [Fórmula E] tem uma função óbvia de laboratório para suas equipes. Em conversa com QUATRO RODAS, o diretor de produtos global da Jaguar Land Rover, Thomas Mueller, dá o exemplo de sistemas de gerenciamento elétrico que vieram das pistas para os carros das marcas. Mas a ideia vai mais além.

Como no mundo real, os elétricos de corrida só fazem sentido em um contexto de sustentabilidade. É por isso que a competição se orgulha de ser o primeiro esporte neutro em emissões de carbono do mundo, certificado por auditorias independentes e seguindo regulamentos estritos da ONU.

É algo que começa já na logística, e não tinha como ser diferente, uma vez que 74% das emissões do circo vem do frete, feito por navio e/ou avião. Chris Shortt, gerente de logísticas da Jaguar, conta que se assustou na reunião com a DHL, responsável pelo transporte de todos os carros e outros equipamentos. “Achamos que era impossível fazer etapas em lugares que vão do Brasil à Índia, passando pela África do Sul, com tão pouco equipamento. (...) Mas a pressão ajudou a darmos um jeito”.

Times como Porsche, Nissan, Jaguar, DS e Nio dividem um espaço que em nada lembra um paddock tradicional. Obviamente, não há barulho de motor ligando ou cheiro de gasolina.

QUATRO RODAS acompanhou parte das atividades do boxe da equipe inglesa e os fones do repórter permitiam ouvir as comunicações entre pilotos e engenheiros. Como na F1, eles trazem cancelamento de outros ruídos, mas isso não era necessário.

O abafamento era suficiente para anular o som dos carros que partiam para a reta principal. Sem os fones, se destacava um ruído alto, mas longe de um bôldo a combustão. O timbre lembrava um capacitor de câmera antiga zunindo constantemente, passando longe de incomodar pelo volume. ”



^{ECONÔMICO}
Valor

LAND ROVER PLANEJA PRODUZIR CARROS ELÉTRICOS NO RJ

“ O assunto sobre carros sustentáveis ainda é polêmico na indústria e há empresas, como a Toyota, Stellantis e Volkswagen, que defendem políticas voltadas ao desenvolvimento de carros híbridos movidos a etanol no país. O híbrido tem dois motores, onde um funciona com combustível e ajuda a carregar outro, elétrico. Ambos se alternam dependendo do uso.

François Dossa [Diretor Global de Estratégia e Sustentabilidade da Jaguar Land Rover] é contra o uso de etanol e diz, ao Valor, que o derivado da cana é um importante aliado para a descarbonização por um período, mas é contra o desenvolvimento de novas gerações de veículos com base nesse combustível. E para ele, a eletrificação é caminho sem volta. ‘Quando o carro ocupou o lugar da carruagem muitos diziam que não daria certo. Agora, na eletrificação, o Brasil ainda leva a vantagem da geração de energia limpa’, diz ao Valor.

E Dossa ainda diz que a sustentabilidade no transporte vai além das emissões dos veículos e envolvem a origem da energia, design, engenharia, materiais, fábricas ‘e até a forma de vender o carro’. ‘Meu sonho é vender um carro para toda a vida, o que requer materiais cada vez mais resistentes. Isso é sustentabilidade’, comenta o diretor a revista Valor. ”

Fonte: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2023/03/27/land-rover-planeja-fazer-eletrico-no-rj.ghtml>



NA FÓRMULA E, DADOS SÃO COMBUSTÍVEL PARA ELETRIFICAÇÃO DE TODA A INDÚSTRIA

“A [fabricante] Jaguar quer se tornar uma empresa cem por cento elétrica [até o final da década], e queremos alcançar zero emissões até 2039. E a Formula E é parte crítica dessa transição”, explicou aos jornalistas James Barclay, diretor da equipe Jaguar TCS Racing. A empresa está na categoria desde 2016, e foi o primeiro fabricante de luxo a nela ingressar.”

“A Jaguar tem uma história de inovação em corridas, e a Formula E oferece uma mesa de teste ideal para a eletrificação de carros. O ambiente competitivo empurra a inovação e a tecnologia”, disse Barclay. ‘Nesse sentido a TCS é um parceiro fundamental, oferecendo capacidade de computação e software.’”

[CLIQUE E LEIA](#)

INSIDE EVs

JAGUAR TCS ESTREIA NO BRASIL COM UM DOS ELÉTRICOS MAIS RÁPIDOS DA HISTÓRIA

“Esse ambiente de nuvem oferece aos engenheiros, tanto na pista quanto na fábrica, um acesso oportuno aos mesmos dados gerados pelo carro ou seu gêmeo digital, que é uma representação digital de um produto, sistema ou processo físico real ou planejado. A Jaguar TCS Racing aproveita essa tecnologia para expandir os limites do carro em um mundo virtual que visa melhorar o desempenho na vida real.

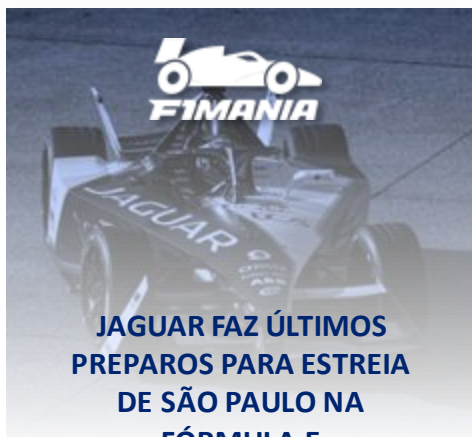
Os resultados obtidos na pista permitiram à Jaguar Land Rover aumentar a autonomia do I-PACE em 20 KM, uma melhoria que beneficiou o desempenho dos veículos rodoviários. Esses resultados permitem que a transição e a adoção de veículos elétricos sejam ainda mais rápidas e cresçam exponencialmente em todo o mundo.”

[CLIQUE E LEIA](#)



BIRD RESSALTA TRABALHO DA JAGUAR APÓS DOMÍNIO EM SÃO PAULO: “ACERTAMOS O TIMING DE TUDO”

CLIQUE [E](#) LEIA



JAGUAR FAZ ÚLTIMOS PREPAROS PARA ESTREIA DE SÃO PAULO NA FÓRMULA E

CLIQUE E LEIA



NOVA ZELÂNDIA FAZ DOBRADINHA NA PRIMEIRA CORRIDA DE FÓRMULA E NO BRASIL

CLIQUE E LEIA



FÓRMULA E: COM DOMÍNIO DO PÓDIO NO E-PRIX DE SÃO PAULO, JAGUAR VOLTA A BRIGA NA TEMPORADA

CLIQUE E LEIA

**MOMENTO 2:
ETAPA LONDRES**

OS CONVIDADOS



Victor Collor
Content Creator



Wendy Andrade
Content Creator



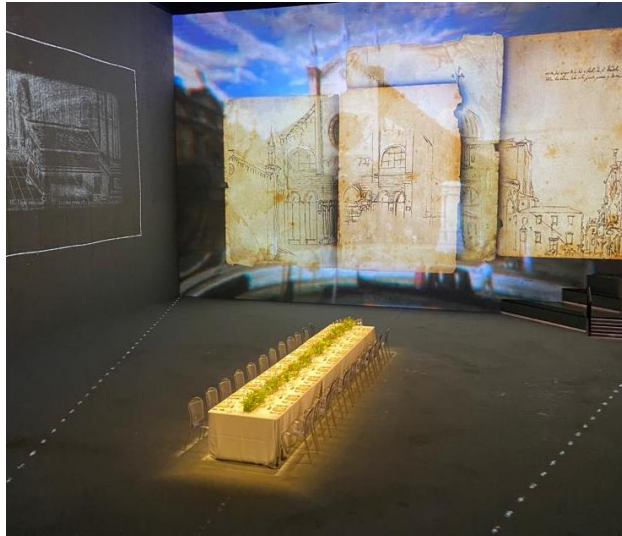
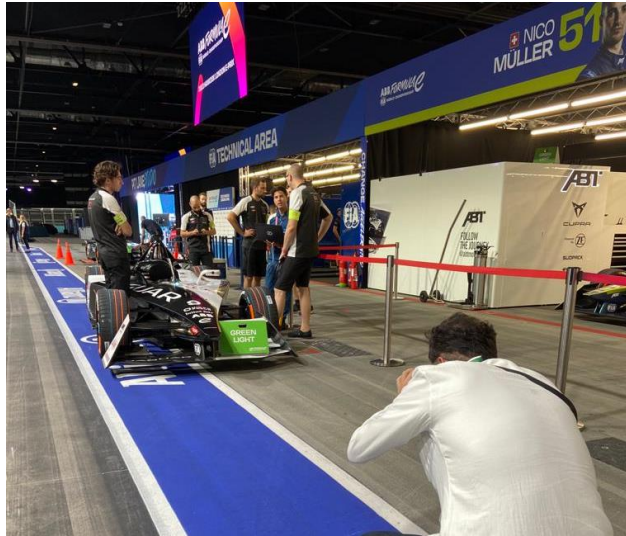
Andre Aloï
Harper's Bazaar



Felipe Demartini
Canaltech



Gilson Junior
Exame

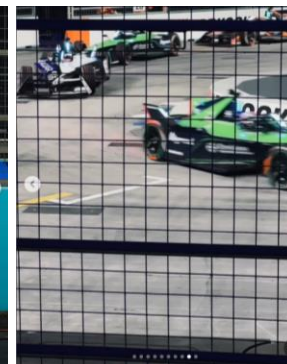
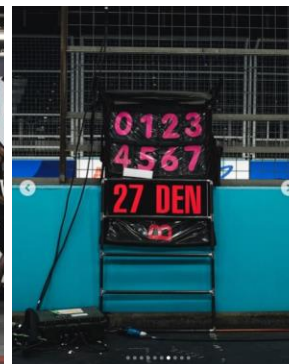
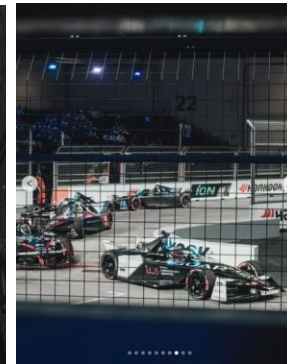
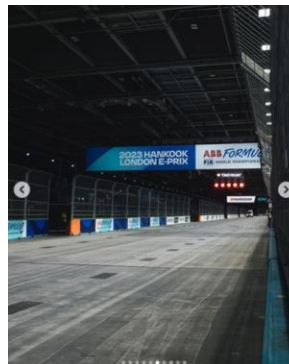
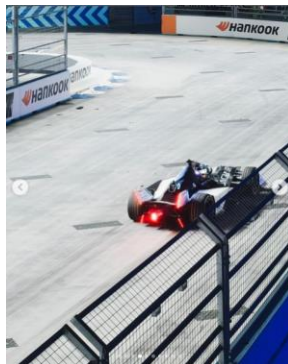




victorcollor
Londres



Post original



LEGENDA:

Há quem diga que há mais emoção na combustão. Sim, é o que estamos acostumados. Mas há uma nova emoção ao enxergar futuro. E ele é hoje.

Viver a Formula E é presenciar o futuro. É entender que o que estamos vivendo hoje é o que será contado em livros e fatos na história do automobilismo. A emoção cresce. O olhar tenso das equipes, a cada ultrapassagem, a cada bandeirada, é o que exalta o grande público.

O DNA esportivo da Jaguar está presente desde 1948 nas pistas mais icônicas do mundo como as 24 horas de Le Mans, e hoje tem a tecnologia mais avançada quando o assunto é eletrificação nos carros da [@jaguarracing](#). E, como já sabemos, é das pistas que a tecnologia se adapta às ruas das grandes cidades.

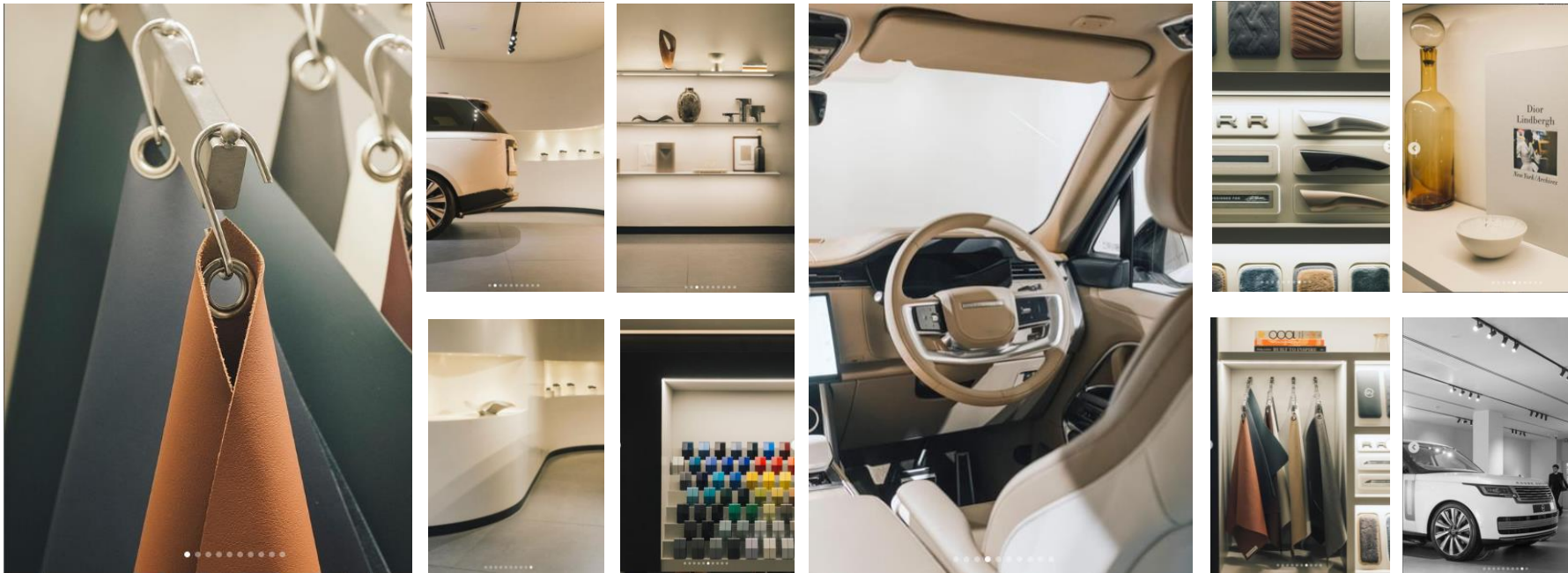
Alguns dizem que a pressa é inimiga da perfeição, mas para Jaguar isso não se aplica. O compromisso é que até 2025 a montadora inglesa terá sua frota 100% elétrica.

O futuro é de quem está à frente do seu tempo. E a Jaguar está nesse caminho.

[@jaguar](#)
[@landrover](#)
[@jaguarracing](#)



victorcollor
Londres



Post original

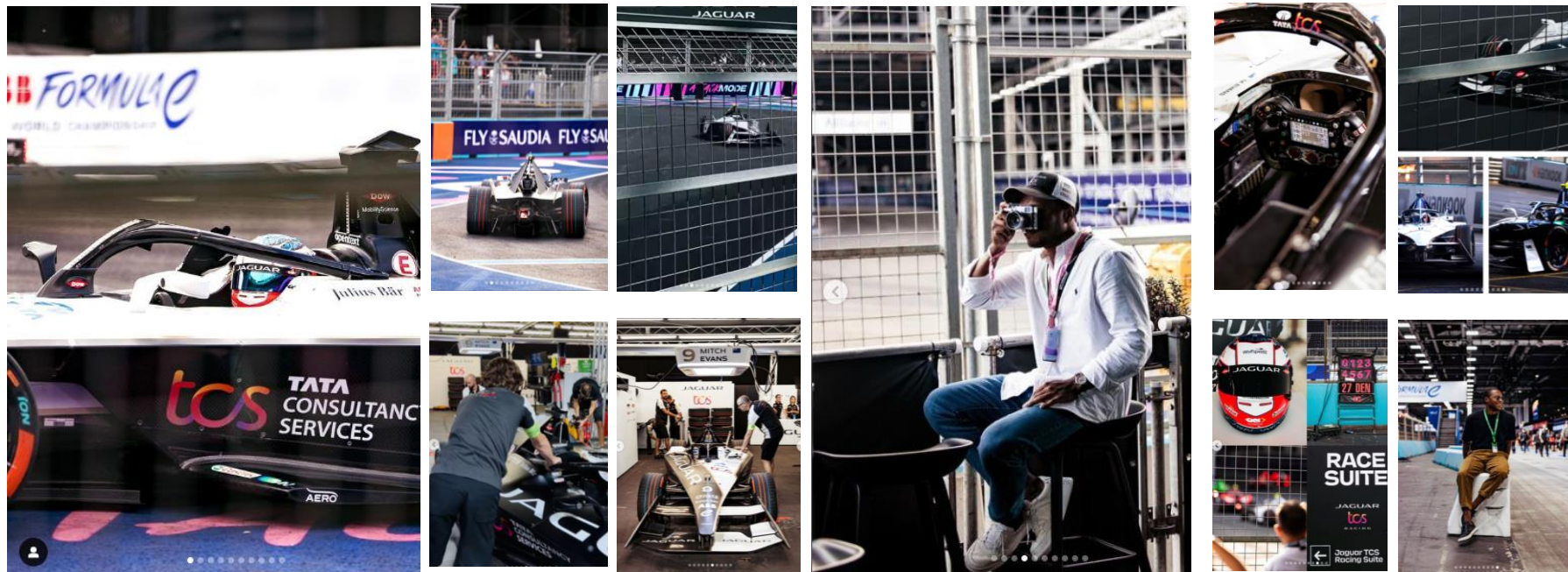
LEGENDA:

O tempo passa
O comportamento muda.
Antes, ir a uma concessionária ^[1]era buscar conhecimento. ^[2]Hoje, com a velocidade do digital, é imersão.

Em 1948 a Land Rover apresenta o Series 1.
O que vem a ser considerado o “primeiro” modelo Defender.
Um carro robusto com o proposta de permear as condições extremas ^[1]do Reino Unido como nenhum outro fez até os dias atuais.
^[2]Em 2023, a JLR - Jaguar Land Rover vai além do robusto e entrega elegância a través da imersão.
Um espaço criativo com o charme de Mayfair, ^[3]que a travesa conceitos do passado, com arte, tecnologia, design, arquitetura ^[4]e tantos outros símbolos icônicos e exclusivos como é um Range Rover.

[@landrover](#)
[@jaguar](#)
[@jaguarracing](#)

 _wendyandrade
London, United Kingdom



Post original

LEGENDA:

Olha.	A Fórmula E.
A Fórmula E.	É veloz.
É futuro.	Intensa.
É agora.	Rica em emoção.
E a Jaguar.	Alegrias.
Não vence.	Gritos.
Só na pista.	Lágrimas.
Vence.	E muita.
Quando decide.	Muitas ultrapassagens.
Que até.	Foi bonito.
2025.	E intenso.
Só terá.	Viver tudo isso.
Carros híbridos.	Ver tanta gente envolvida.
Veja.	Existem muitas vidas.
Verdade.	Pra dar vida.
Sustentabilidade.	A um carro.
Quando a Jaguar.	Esforço.
Pensa no todo.	Cuidado.
Se torna.	E dedicação.
Maior.	Definitivamente.
Do que é.	Uma família.
Sobretudo.	Obrigado Jaguar.
Quando seu olhar.	É só o começo.
Está voltado para o mundo.	A vida é grande!

[@jaguar](#)

[@jaguarracing](#)



_wendyandrade
London, United Kingdom



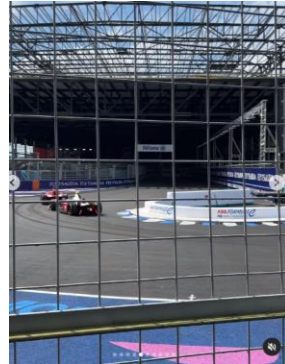
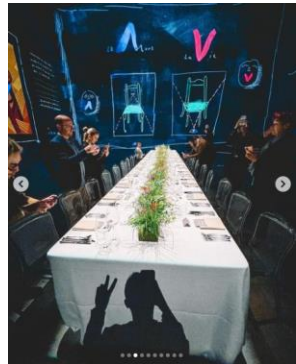
Post original

LEGENDA:

Olha.	Seja na forma.
Arte.	A estética.
Beleza.	A experiência.
Elegância.	Elevada.
Poder.	Num nível.
Potência.	Artístico.
Design.	Não é só mais um carro.
Conforto.	É uma obra arte.
Segurança.	Assim.
Jaguar Land Rover.	A loja.
Conhecimento.	Vira galeria.
Vem de lux.	Livros.
Que significa.	Tempo.
Luxo.	História.
Tudo isso.	Minimalismo.
Junto.	Impressiona.
JLR!	Marca.
Veja.	Olha.
Conhecimento.	Depois dessa experiência.
Também vem de luz.	Entendo perfeitamente.
E luz.	Porque.
Vem de ideia.	A Jaguar Land Rover.
E com verdade.	É atemporal.
A Jaguar Rand Lover.	Estão a frente do tempo.
Inauguram.	E o futuro é agora.
Um novo tempo.	
Onde todos esses signos.	@jaguar
Se ampliam.	@landrover
Em diversos.	@jaguarracing
Caminhos.	
Seja na loja.	



aloister ✓
London, UK



LEGENDA:

fim de semana #dump chez @jaguar:
 f-pace by @victorcollor
 lightoom experience
 treino @fiaformulae
 eu nos stories do sam bird
 ca ma rote @jaguarracing
 bespoke @landrover em mayfair
 @a ma zonicolondon
 indian food @krocketlondon
 —
 special tks @jaguarracing @paulomanzanoinsta e time

Post original

exame.

CASUAL

Ao longo da história, maisons centenárias de moda e estilo de vida passaram por transformações de conceito, adaptando produtos e as próprias marcas às necessidades dos consumidores. A Chanel, no início do século passado, fazia chapéus. Depois, lançou itens que se tornaram clássicos, da blusa Marinière ao famoso perfume Número 5. A Louis Vuitton vendia a mala mais desejada do seu tempo. Hoje, seu monograma estampa bolsas e peças desenhadas por Pharrell Williams. Da mesma forma, a Montblanc, conhecida por suas famosas canetas, vende até fones de ouvido, entre outros acessórios.

Todas essas histórias têm em comum a percepção de que as marcas de luxo são muito mais do que apenas um item. No percurso do tempo, elas se tornaram o objeto de desejo das pessoas quase de maneira independente do produto que as tornou famosas. É assim que a Jaguar quer se posicionar: uma marca de luxo que faz carros. A grande virada começou em junho deste ano, quando o grupo Jaguar Land Rover se transformou na JLR. A ideia, explica Ken McConomy, head global de relações públicas, é amplificar o valor das marcas Range Rover, Defender, Discovery — modelos da Land Rover — e a própria Jaguar, criando o que eles chamam de



Fotos de campanha da Jaguar, em que bolsas, roupas e joias ganham destaque: intenção de entrar em outros segmentos além do mercado automotivo



uma *house of brands*. “A estratégia anterior não estava funcionando. A Jaguar está nos carros, mas em breve pode estar em serviços e outros produtos. Vamos vender a experiência da marca, e não mais um produto”, diz McConomy.

Um dos passos mais visíveis desse processo de reposicionamento foi a logomarca. O jaguar virou coadjuvante, aparecendo em detalhes nos carros. Com isso, a palavra ganhou mais relevância em toda a comunicação da marca. As letras ficaram com linhas retas, nas cores preta e branca. Há alguns meses, nas imagens que a Jaguar divulga, é possível identificar com

mais clareza todo o novo conceito do rebranding. As campanhas trazem fotos com apenas uma cor predominante, detalhes do carro e até alguns acessórios, como bolsas, roupas e joias, dando um indicativo do que pode vir pela frente. Ken McConomy afirma que ainda não está definido se a marca vai entrar nesses setores, mas são possibilidades. O que está claro é que, entre as quatro marcas, a Jaguar tem o maior potencial de liderar esse reposicionamento da JLR.

O executivo de comunicação dá detalhes do que já está programado para a Jaguar. Em plena Mayfair, um dos bairros mais luxuosos de Londres, uma loja conceito da marca deve ser aberta nos próximos meses. “Serão em torno de 25 flagships em todo o planeta, começando por Londres, depois Paris e outras grandes capitais mundiais”, afirma. Apesar de ser um importante mercado para a marca, por enquanto não está nos planos abrir uma unidade no Brasil. Para entender o que será esse novo espaço é só entrar no número 14 da Rua Berkeley, em Londres. Ali já funciona uma loja da JLR. O ambiente é uma galeria de arte, e os automóveis expostos são tratados como as obras. Cada um deles é chamado de coleção, assim como as marcas de moda. Inclusive, basta olhar para as paredes e ver livros com a história de boa parte delas. Dior e Chanel estão por ali. Todo o processo de escolha e compra do carro coloca o consumidor como parte do processo, “o grande diferencial hoje da empresa”, segundo McConomy.

Para além do luxo, a Jaguar tem um plano ousado de eletrificar toda a frota de novos modelos até 2025. A estratégia também faz parte do entendimento de que é preciso se adaptar aos novos tempos. Todo o grupo JLR vai investir 15 bilhões de libras — algo em torno de 95 bilhões de reais — na eletrificação e transformação digital. Os resultados desse processo já começaram a aparecer. As receitas no primeiro trimestre do ano fiscal de 2024, contabilizado entre abril e junho deste ano, foram de 6,9 bilhões de libras, um aumento de 57% em relação ao mesmo período do ano passado. O caminho das passarelas ainda é longo, mas não se espante se em breve você encontrar alguém carregando uma bolsa Jaguar ou se hospedando em um hotel cinco estrelas da marca. ♦

O jornalista viajou a convite da Jaguar

agosto de 2023 99

TRECHO DE

DESTAQUE:

“A Jaguar não quer ser vista apenas como um fabricante de carros — e sim como uma marca de excelência que até vende automóveis”

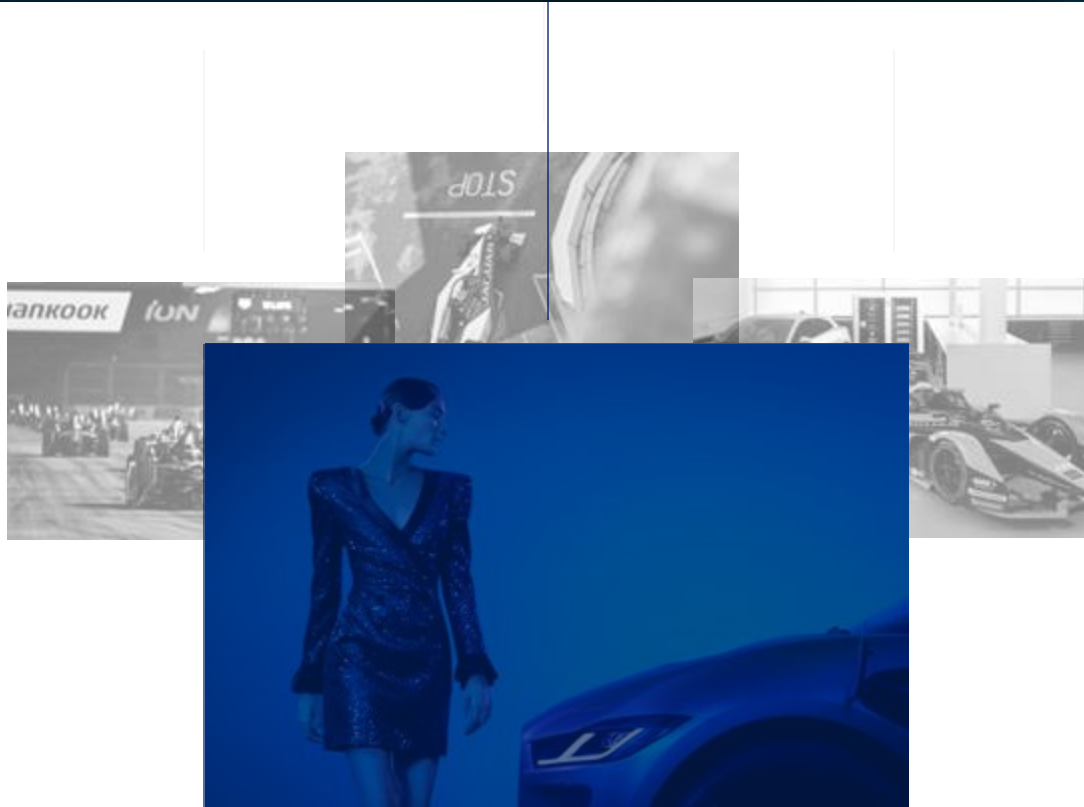
“Para além do luxo, a Jaguar tem um plano ousado de eletrificar toda a frota de novos modelos até 2025. A estratégia também faz parte do entendimento de que é preciso se adaptar aos novos tempos. Todo o grupo JLR vai investir 15 bilhões de libras — algo em torno de 95 bilhões de reais — na eletrificação e transformação digital. Os resultados desse processo já começaram a aparecer. As receitas no primeiro trimestre do ano fiscal de 2024, contabilizado entre abril e junho deste ano, foram de 6,9 bilhões de libras, um aumento de 57% em relação ao mesmo período do ano passado. O caminho das passarelas ainda é longo, mas não se espante se em breve você encontrar alguém carregando uma bolsa Jaguar ou se hospedando em um hotel cinco estrelas da marca.”

LUXO

MAIS QUE UM FELINO

A Jaguar não quer ser vista apenas como um fabricante de carros — e sim como uma marca de excelência que até vende automóveis

GILSON GARRETT JR., DE LONDRES



COMO A JAGUAR QUER SE TORNAR UMA "MARCA DE LUXO QUE TAMBÉM FAZ CARROS"

“ Para a companhia, não se trata mais de disputar no mercado tradicional para ver quem sai na frente em termos de carros vendidos ou linhas de sucesso. Desde a [mudança anunciada em junho de 2023](#), a Jaguar e suas outras marcas não miram mais apenas as fatias de mercado de nomes como Porsche, Bentley ou Mercedes-Benz. Nomes como Montblanc ou Ferrari também costumam aparecer nas falas dos executivos, como sinais de que o felino, em breve, deverá ter pelos bem mais lustrosos.

‘Não queremos necessariamente competir [com essas empresas], mas sim mudar a forma como nos posicionamos enquanto nome nesse mercado’, continua Glover. Nasceu assim a JLR, uma empresa-mãe cujo logo você não deve ver muito por aí, mas que coordena toda a movimentação e o foco aprimorado nas marcas em si.

O diretor geral da Jaguar explica uma estratégia de dividir para conquistar. Na visão dele, ao separar cada nome do que chama de ‘casa de marcas’, a empresa consegue garantir maior pureza na proposta de cada uma delas, além de alcançar diferentes espaços e reduzir sobreposições, inclusive entre os próprios membros deste grupo que, agora, se torna mais seletivo.

[...]

O reposicionamento, claro, também acompanha regulações globais relacionadas aos carros elétricos e também uma mudança no perfil do próprio consumidor. [A partir de 2025, toda a produção de carros da Jaguar deve ser elétrica](#), enquanto legislações globais caminham para o banimento completo de veículos a combustão — na Europa, casa da britânica JLR, por exemplo, esse limite foi fixado para 2035. ”



exame.

3 TECNOLOGIAS DA FÓRMULA E QUE VÃO PARA O SEU CARRO EM POUCOS ANOS

“Um dos exemplos é a autonomia da bateria. Se hoje vemos carros que conseguem percorrer distâncias de 400 quilômetros é porque essa tecnologia foi usada antes pelos pilotos da fórmula elétrica. James Barclay, diretor da Jaguar TCS Racing, destaca que está no objetivo da equipe desenvolver componentes e itens que serão levados aos carros da Jaguar.

‘A peça central de transferência de tecnologia é fundamental para o nosso DNA como marca e equipe de corrida. O fato de sermos o campeonato de carros totalmente elétricos, o auge das corridas elétricas, com os carros elétricos mais avançados e eficientes do mundo, é impressionante’, disse.

[...]

Um fator crucial para os pilotos da Fórmula E é garantir uma carga suficiente para cumprir a prova e ao mesmo tempo garantir boas arrancadas nas retas. ‘Uma estatística que trabalhei com a equipe é que durante os 40 ou 45 minutos de corrida, usamos o equivalente a 3,8 litros de combustível. E alcançamos velocidades de 180 milhas por hora em alguns circuitos. A questão é que, ao empurrarmos para esse limite, podemos alcançar esse nível de desempenho, e transferência dessa tecnologia’, diz. ”



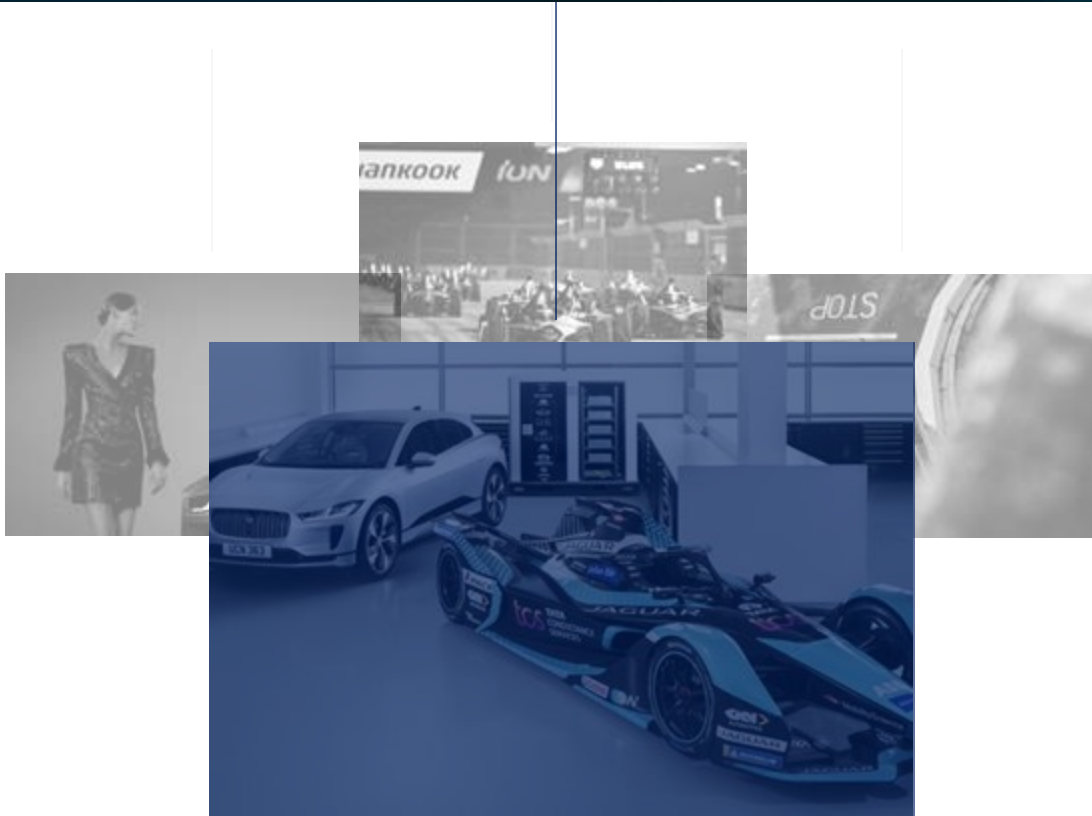
INOVAÇÕES DA FÓRMULA E E COMO ELAS CHEGARÃO AO SEU CARRO

“Fora das atualizações de software, o chefe da equipe Jaguar indica a possibilidade de produção e mudanças em mais de 1.000 componentes do I-TYPE 6, o carro elétrico com o qual disputa a Fórmula E atualmente. Diante de tudo isso, a equipe trabalha com um mapa de melhorias quadrienal, sincronizado ao lançamento de novas gerações de máquinas da Fórmula E e com um amplo foco nas regulamentações da categoria.

Ele explica que, em um esporte com regras claras para tornar todas as equipes parelhas, a diferença está nos detalhes. ‘Todos os finais de semana, jogamos uma partida de xadrez com 22 participantes. A vantagem está em trabalhar aquilo que está indefinido, tomar decisões estratégicas e aproveitar oportunidades de evoluir para sermos mais rápidos que os outros.’

Tal espaço é encontrado, por exemplo, no amplo uso de simuladores. [Tecnologias como os digital twins, da TCS](#), trazem para o mundo virtual as condições reais de pistas que, muitas vezes, nem mesmo estão disponíveis durante o ano e são experimentadas na prática somente no final de semana de corridas. ‘Quanto mais dados estiverem disponíveis e mais previsões pudermos fazer, mais rápidos seremos nas pistas, não só em um fim de semana, mas em toda a temporada’, completa Barclay.

A bateria, claro, é o centro das atenções. De acordo com o piloto Sam Bird, da Jaguar TCS Racing, já está em desenvolvimento pelas mãos da fornecedora WAE, uma das parceiras oficiais da Fórmula E, um componente de carregamento rápido que deve ser implementado em breve. ‘Em um ciclo de quatro anos, as atualizações de software são a chave do sucesso. Mas também saberemos em breve sobre as novas tecnologias que farão parte do regulamento.’ ”



5 TECNOLOGIAS DA FÓRMULA E QUE ESTÃO NO SEU CARRO

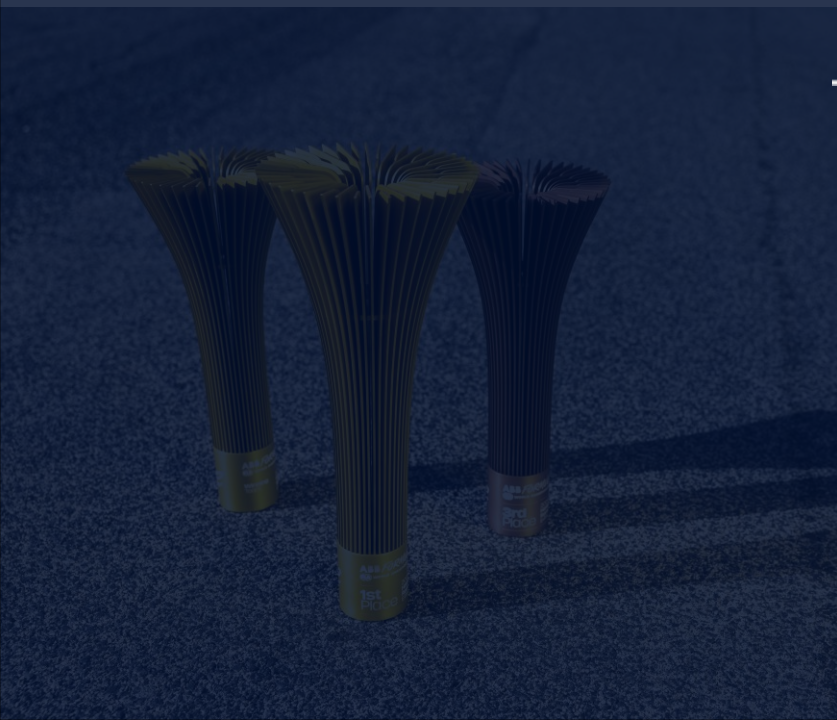
“ Enquanto chassis, baterias e outros elementos dos carros da Fórmula E são sancionados pela FIA (Federação Internacional do Automóvel) e garantem uma competição equilibrada na categoria, outros componentes são de responsabilidade de cada equipe e, claro, acabam indo parar nos veículos de rua. Um exemplo é o trem de força do I-Type 6, carro da Jaguar TCS Racing, cuja tecnologia é compartilhada nas recentes gerações do I-Pace, principal representante eletrificado da marca de veículos de luxo.

Troque a necessidade de velocidade por um uso ‘comum’ nas ruas das cidades e o que se vê é um veículo capaz de fazer diariamente o trajeto de São Paulo (SP) a Curitiba (PR) com uma única carga — ou rodar o dia inteiro nas mãos de um motorista de aplicativo. De acordo com as informações oficiais da Jaguar, o I-Pace é capaz de entregar autonomia de até 446 quilômetros a partir de uma bateria de 90 kWh.

‘O fato de termos uma equipe totalmente elétrica postulante ao título demonstra a eficiência dos carros elétricos para todo o mundo’, afirma James Barclay, diretor da equipe Jaguar TCS Racing. ‘Levamos [a eletrificação] até o limite para expandir os horizontes da tecnologia. Os resultados aparecem nas ruas e a emissão zero pode mudar nossas vidas.’

[...]

Enquanto isso, a equipe Jaguar TCS Racing trabalha em um projeto de refinamento e reciclagem de óleos, de forma a aumentar o reaproveitamento de materiais. A iniciativa, segundo Barclay, foi testada durante a corrida de Mônaco, em abril de 2023, e pode se tornar permanente nos próximos anos. Depois, claro, vêm os carros de passeio da JLR. ”



JAGUAR + KETCHUM

