



“A mobilidade do futuro constrói-se com inovação, dados e sustentabilidade”

— Com uma estratégia assente na confiança dos clientes, na inovação e na transição energética, a Arval Portugal encerra 2025 com resultados acima do mercado e novos produtos que reforçam a sua liderança como parceira global de mobilidade

O ano de 2025 fica marcado por mais um ciclo de crescimento expressivo da Arval Portugal, impulsionado pela diversificação de clientes, pela aposta na digitalização e pelo reforço do seu papel na mobilidade sustentável. José Pedro Pinto, diretor-geral da Arval Portugal, explica como a empresa tem vindo a transformar a sua oferta, a ampliar parcerias estratégicas e a preparar o próximo plano estratégico 2027-2030, em alinhamento com o Grupo BNP Paribas. O gestor sublinha ainda a importância da inovação contínua, da proximidade com o cliente e da

melhoria constante dos níveis de serviço como base do sucesso alcançado.

A Arval Portugal tem registado um crescimento consistente. Que balanço faz de 2025?

O principal motivo de satisfação é ver que, ano após ano, cada vez mais clientes confiam na Arval Portugal. Temos crescido de forma sustentada — duas a três vezes acima do próprio mercado de renting — o que comprova a confiança na nossa equipa e capacidade de gestão. Este ano, destacaria também o acordo com a Ford, que nos permite disponibilizar soluções

de renting em todas as concessões da marca no país. É um passo importante na expansão do nosso canal indireto e reforça a diversificação da nossa carteira, com crescimento em grandes contas, PME e até no segmento particular.

Quais são os produtos que mais marcam a oferta da Arval neste momento?

A Arval distingue-se pela amplitude das suas soluções de mobilidade. Este ano destacaria dois produtos. O primeiro é o Share and Go, uma solução de car sharing que permite às empresas gerirem frotas em pool através de uma aplicação simples, sem chaves, que dá maior eficiência e flexibilidade aos utilizadores. O segundo é o Re-Lease, um produto de renting operacional para viaturas usadas, lançado em 2024, que está a ter uma excelente adesão, inclusive em elétricos. Permite aos clientes usufruírem de todas as vantagens do renting — manutenção, seguro e assistência — a um custo mais competitivo.

Quais são as prioridades estratégicas para os próximos anos?

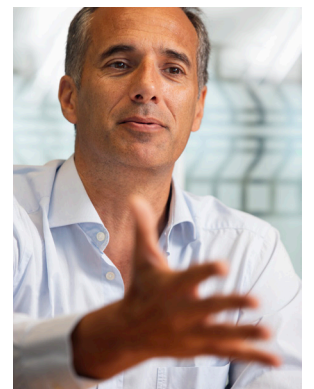
Estamos a preparar o novo plano estratégico 2027-2030, alinhado com o Grupo BNP Paribas. Até lá, o foco mantém-se em três eixos: continuar a crescer acima do mercado, acelerar a eletrificação das frotas e reforçar o papel da Arval como fornecedor global de soluções de mobilidade, não apenas de renting.

De que forma apoiam os clientes na transição energética?

Ajudamos numa lógica de apoio total: desde a escolha da viatura adequada à utilização, até às soluções de carregamento, tanto nas empresas como nas residências dos colaboradores. Oferecemos ainda cartões de carregamento com condições vantajosas, formações de condução elétrica e, se necessário, financiamento de infraestruturas através da BNP Paribas Leasing Solutions. O objetivo é acompanhar o cliente em todo o processo de descarbonização.

A digitalização tem sido outro pilar importante. Que iniciativas destacaria?

Estamos a lançar um percurso totalmente digital para o canal indireto, desde a cotação até à contratualização, o que vai melhorar a experiência dos parceiros e a eficiência interna.



Também estamos a renovar a app de avaliação de danos, que permite ao cliente calcular e validar autonomamente os custos no final do contrato — mais transparência e confiança. A digitalização é essencial para simplificar processos, melhorar a experiência e explorar os dados em benefício dos clientes.

Como avalia a procura por soluções de mobilidade flexível?

O renting flexível continua a ser muito procurado, mesmo depois da normalização dos prazos de entrega. É um produto que oferece total liberdade de duração e mudança de viatura, adaptando-se às necessidades das empresas. Mantém-se estável, o que mostra que é uma solução consolidada no mercado português.

A Arval tem dado especial ênfase às parcerias. Que papel desempenham na estratégia?

O nosso negócio é, por natureza, feito de parcerias — com marcas automóveis, bancos, oficinas e fornecedores tecnológicos. É através destas colaborações que conseguimos oferecer uma proposta única no mercado português, integrando soluções complementares e asse-

gurando qualidade e inovação de forma contínua.

A sustentabilidade continua no centro da estratégia. Que metas estão definidas?

A meta de reduzir 35% das emissões entre 2020 e 2026 será atingida antes do previsto. O próximo passo será integrar critérios de sustentabilidade também no pós-venda, promovendo uma manutenção mais eficiente, reutilização e reciclagem de componentes, sempre com a segurança como prioridade. Queremos ser o exemplo de um modelo de negócio mais responsável e eficiente.

E em termos de serviço ao cliente, que prioridades definem?

Temos um programa de melhoria contínua baseado em medições sistemáticas de satisfação em momentos-chave: entregas, manutenções, reparações e devoluções. Cada feedback é analisado e gera ações concretas. Paralelamente, estamos a dar mais autonomia ao cliente através da app My Arval, permitindo agendar serviços e gerir o contrato de forma simples. É esta combinação de digitalização e cultura de serviço que sustenta o nosso crescimento.