AUDI DO BRASIL
PASSADO PRESENTE FUTURO

AUDI DO BRASIL
PASSADO PRESENTE FUTURO

Chico Barbosa

CB NEWS

AUDI DO BRASIL
PASSADO PRESENTE FUTURO

Chico Barbosa

CB NEWS

05
VIAJE NESTA HISTÓRIA

06
DIÁRIO DE BORDO

_A Audi em 25 acontecimentos

16
PRESENÇA MARCANTE

_25 carros que construíram a imagem da Audi no Brasil

60
UNIDOS PELA MARCA

_Histórias de quem faz parte da história da Audi

111
PASSADO PRESENTE

_As marcas que deram origem à Audi

126
...E O FUTURO CHEGOU

_Que venha a nova era da mobilidade!

VIAJE NESTA HISTÓRIA

É uma honra estar à frente da Audi do Brasil neste momento simbolicamente especial, quando a marca, cuja atuação mundial corre em paralelo com a criação e o desenvolvimento do automóvel, completa 25 anos no país. Para mim, esta data é ainda mais especial, porque, além da ligação profissional, tenho uma relação pessoal com o Brasil. Esta é minha segunda experiência no país. A primeira foi em 1999, quando ajudei a implantar a fábrica brasileira da Audi. Foi quando morei em Curitiba por alguns anos. Uma de minhas filhas, por sinal, é brasileira.

Cabe a nós, que estamos atuando hoje na operação, celebrar este momento único, cientes de que a história vem sendo construída dia a dia por funcionários, parceiros, clientes e entusiastas, que estiveram, estão e certamente estarão conosco por muitos e muitos anos.

Se olhar para o passado nos orgulha, pensar o futuro nos motiva neste tempo presente. O setor automobilístico está passando por uma transformação conceitual nunca antes vista, envolvendo não só os carros, mas o uso que se faz deles e o meio por onde circulam. Se o Brasil e a indústria tinham um perfil no fim do século passado, hoje o cenário é completamente diferente. E vai continuar se modificando, certamente. A Audi está envolvida com as quatro rodas (e as quatro argolas) neste cenário que já se anuncia nos dias de hoje, pensando, planejando, concebendo e se sentindo capaz de oferecer soluções revolucionárias de mobilidade, que, certamente, farão o orgulho das pessoas responsáveis por esses processos e proporcionarão satisfação aos nossos clientes. Nossa trajetória continuará a ser contada orgulhosamente.

Por enquanto, fique com a história até aqui.

AUDI DO BRASIL: PASSADO, PRESENTE, FUTURO é um retrato da marca hoje. Convido você, leitor, a pegar uma carona nestas páginas.



Johannes Roscheck
Presidente e CEO da Audi do Brasil

DIÁRIO DE BORDO

A Audi em 25 acontecimentos

...E 25 anos se passaram. Em 29 de março de 1994, a Audi era lançada no Brasil, durante festa em hangar no Aeroporto de Congonhas, São Paulo. Às 22h20, um avião cargueiro pousou na pista e, de dentro, desembarcou um Audi 80 Cabriolet, tendo ao volante o então apresentador de TV e humorista Jô Soares, no auge da popularidade. Sob aplausos e ao som do "Tema de vitória", música que acompanhava Ayrton Senna nas corridas de Fórmula 1, o ilustre motorista conduziu o carro até o palco, sendo recebido pelo próprio piloto. Assim que desceu do carro, Jô não perdeu a oportunidade de fazer piada:

— Já que eu vim dirigindo, faça o show agora.

Convenhamos, uma anedota que foi levada a sério. De certa forma, Senna deu início ao show da Audi no Brasil, e depois outros atores levariam adiante o legado vitorioso da marca no mundo, a exemplo do ídolo das pistas.

O conceito da apresentação da Audi foi desenvolvido para mostrar que estava vindo da Alemanha um carro em sintonia com o que havia de mais atual no mercado mundial. Mais do que um recurso cênico, a iniciativa revelava uma estratégia. Desde que chegou ao Brasil, Audi é sinônimo de inovação, seja qual for o aspecto que se analise: estilo, desempenho, tecnologia, conectividade, conforto, emoção ao dirigir e, em breve, também terá tudo para incluir nessa lista denominações como eletrificação e direção autônoma.

Os carros são os principais responsáveis pelo sucesso da marca, evidentemente, mas não são os únicos. Pessoas, ações de promoção, concessionários, parceiros, tudo e todos, cada um a seu modo, também foram e são essenciais para a Audi estar aqui, desejada e admirada, mantendo um olho no retrovisor da tradição e outro no para-brisa do futuro.

1

Prazer, eu sou a Audi

A primeira aparição oficial da Audi no Brasil ocorreu em 1992, no Salão do Automóvel de São Paulo, quando o sedã Audi 100 foi apresentado ao público. A reação foi positiva. Em breve, os modelos da marca alemã chegariam oficialmente, e dirigida por um piloto — literalmente.



2

Pelas mãos de Ayrton Senna

O piloto tricampeão de Fórmula 1 Ayrton Senna, em sociedade com o empresário Ubirajara Guimarães, finalmente assinou contrato para ser o representante da Audi no Brasil, por meio da Senna Import. Foram quase dois anos de negociações, até concluir o acordo, selado em 18 de novembro de 1993. Dali a alguns meses, enfim, começariam a circular pelas ruas os cobiçados carros de uma das mais tradicionais marcas de automóveis do mundo, mas que era quase desconhecida no Brasil.



3

Grife automotiva

A história da Audi se confunde com a do automóvel. Até formar as simbólicas argolas que se tornaram a identidade da marca, deu-se, no decorrer do início do século XX, um emaranhado de fusões, aquisições e dissociações, que serviu como uma depuração dos seus conhecimentos tecnológicos. Quando chegou ao Brasil, ela já estava quase um século no rol das mais respeitadas montadoras do mundo.





4

Na hora e no lugar certo

A oportunidade de representar os modelos da Audi chegou à família Senna em um momento particularmente atraente no Brasil. O mercado estava se abrindo. A alíquota de importação dos automóveis, que era de 85% em 1990, caía sistematicamente, e naquele ano de 1993 batera em 35%. Em 1994 cederia ainda mais, para 20%. O consumidor brasileiro, naturalmente, iria começar a transformar em realidade o sonho de poder rodar com produtos inovadores, que já faziam história mundo afora. Alguém disse Audi? Presente!



5

As argolas ganham as ruas. E os corações!

Pouco depois de a Audi chegar ao Brasil, curiosamente começaram a aparecer carros com o símbolo das quatro argolas estampado na traseira. E não se tratava de modelos produzidos pela inédita marca alemã. Eram veículos de outras montadoras, que nem na aparência, tampouco na essência, tinham algo a ver com um legítimo Audi. Não se sabe se esse comportamento foi um modo de o público se aproximar do ídolo das pistas que trouxera a Audi para o Brasil ou se a imagem daqueles carros fora tão avassaladora a ponto de criar uma relação afetiva com os motoristas. Talvez tenha sido um pouco de tudo...



6

Despertando o piloto que existe em cada um

Audi é sinônimo de esportividade. Não apenas, mas principalmente. Seja qual for a categoria que representa, seus modelos oferecem conforto, segurança, conectividade, estilo, classe para diferentes perfis. Mas um dos seus maiores apelos é o desempenho. É um automóvel para quem gosta de dirigir. E foi assim que ele se apresentou ao mercado. Os primeiros carros a chegar foram os S2 e S4, acompanhados da rainha RS 2, a perua mais rápida do mundo, que arregimentou fãs por onde passou. De sua costela nasceu a divisão de superesportivos da Audi, a Audi Sport, da qual fazem parte ícones como a perua RS 6 e o R8, o bólido de pistas com permissão para andar pelas ruas, transformando motoristas em potenciais pilotos. Em tempo: RS vem de Rennsport, que, em uma tradução livre, significa corrida de competição em alemão.

7

Marca espetacular

A Audi começou a se notabilizar não apenas pelos seus produtos, mas também pela forma ousada como os mostrava ao público. Desde que chegou, a montadora se pautou por inovação, irreverência, espetáculo e tecnologia durante a apresentação dos veículos para o público brasileiro, não importando o lugar. E assim vem sendo até os dias de hoje. Está em seu DNA. As ações da Audi são aguardadas com uma expectativa para além do lançamento dos seus carros. A marca, por si, é o atrativo.



8

Biscoito fino para as massas

Em 1994, a Audi participou pela primeira vez do Salão do Automóvel de São Paulo com estande próprio. E fez história, não necessariamente só pelo que levou ao Pavilhão do Anhembi, onde era realizada a exposição. Às vésperas da sua estreia, a marca exibiu para o grande público, em pleno Vale do Anhangabaú, no centro de São Paulo, o conceito Avus, que seria a estrela da mostra automotiva. Assim, o objeto do desejo pôde ser apreciado por uma ampla gama de pessoas que não teria acesso à novidade ao vivo e em cores, na melhor adaptação da expressão cunhada pelo escritor Oswald de Andrade: “um dia a massa ainda vai comer do biscoito fino que fabrico”.



9

Audi tropical

Dentro de uma estratégia global de crescimento nos mercados em expansão, em 1999 a Audi inaugurou em São José dos Pinhais, Paraná, uma das mais modernas linhas de produção, montada em parceria com a Volkswagen. Para viabilizar o negócio no país, a Audi AG adquiriu 51% do capital da Senna Import, formando a joint venture Audi Senna. Em 2005, a Audi AG assumiu 100% das atividades no país com a criação da Audi Brasil Distribuidora de Veículos.





10

Sotaque português

O primeiro modelo a sair da linha de produção de São José dos Pinhais, no Paraná, em 1999, foi o A3 Sportback, vendido no Brasil e em países da América Latina com os mesmos padrões de qualidade e tecnologia empregados na Alemanha. A iniciativa se mostrou acertada. Em 2015, o A3 Sedan 2.0, topo de linha, passou a ser montado no país e, em 2017, foi a vez de o SUV compacto Q3 ser feito ali, ocupando uma nova linha de produção, equipada com máquinas e robôs.



11

Mais que um carro

O sucesso da Audi ultrapassou as fronteiras do meio automobilístico. Estudo conduzido em 2004 pela Interbrand mostrou que a força da marca Audi superava a de ícones mundiais, como Louis Vuitton e Apple. Também estava à frente de empresas símbolos do consumo global, como Goodyear. Seus carros tinham o mesmo prestígio das criações do estilista Giorgio Armani e da linha esportiva da Nike. “A Audi já nasceu vitoriosa por ter seu lançamento atrelado à figura de Ayrton Senna, e conseguiu estabilizar-se no topo, graças aos produtos de qualidade, ao marketing de sucesso e ao relacionamento leal que a distribuidora mantém com os concessionários”, disse, à época, Eduardo Tomiya, então diretor de avaliação de marcas da Interbrand.



12

É Audi, é cool

A Audi foi considerada, ao lado da Ferrari, a marca de automóvel mais cool, tomando como base levantamento do Instituto Research International com jovens de 18 a 30 anos de São Paulo, Rio de Janeiro, Recife e Porto Alegre, publicado em reportagem da revista Exame de 26 de maio de 2004. Por cool, entendia-se “legal”, “com estilo”, “descolado”, “moderno” e “original”. O A3 foi o preferido entre todos os modelos do mercado. O texto esclarecia: “Para ser percebida como cool, uma marca não precisa custar mais nem ser de nicho ou de tribo. Também não deve ser confundida com fashion. A moda vai e vem, mas uma marca cool deve durar para sempre. O que realmente confere esse status, na visão do público jovem, é a personalidade autêntica, a capacidade de se diferenciar, o dinamismo e, principalmente, a criatividade para se reinventar. É claro que cobertura da mídia e boas campanhas publicitárias são indispensáveis também”. A Audi, portanto, estava no caminho certo.

13

1, 2, 3...10 anos de Brasil

Os dez anos da Audi, completados em 2004, foram comemorados com uma exposição de sua história na Oca, no Parque do Ibirapuera, São Paulo. Durante um fim de semana de agosto, o público pôde ter acesso aos bastidores que envolveram a construção da marca no Brasil, conhecendo, por meio de recursos interativos, campanhas e eventos que ganharam a mídia e os modelos que marcaram época. Um dos destaques foi depoimento gravado de Ayrton Senna, declarando seu sonho de transformar a Audi em líder em seu segmento.



14

A mais desejada

O que já vinha ocorrendo informalmente ganhou um selo de qualidade. Em 2014, a Audi foi escolhida "A marca mais desejada" pelos concessionários, em eleição da Fenabrave, a federação dos distribuidores, envolvendo representantes de todas as marcas e segmentos do Brasil. Em 2016, venceria o prêmio novamente — tendo ficado em segundo lugar no ano anterior. Até ali, a Audi tinha sido a única marca premium a figurar na lista da premiação.



15

O exemplo que vem das pistas

A repercussão do desempenho da Audi em competições mundo afora foi determinante para consolidar a marca no imaginário do consumidor, ciente de que o caminho natural das inovações exibidas nas pistas é desembocar nos modelos de rua. E a montadora tem sabido explorar essa vantagem competitiva de forma exemplar sempre que tem a oportunidade. O R8R foi um dos protagonistas dessas ações. Vencedor de três edições consecutivas da prova de endurance mais difícil do mundo, as 24 Heures Du Mans (24 Horas de Le Mans), o bólido foi a grande atração do Salão do Automóvel de São Paulo de 2002. Nos dias atuais, as atenções estão voltadas para a Fórmula E, categoria de carros elétricos em que a montadora mantém uma equipe, a Audi Sport ABT Schaeffler, e um piloto brasileiro: Lucas Di Grassi, vencedor da temporada 2017.



16

A propaganda é a alma do negócio

"BMW e Mercedes, cheguei". A primeira campanha publicitária da Audi trazia esse texto, delimitando quais marcas seriam seus concorrentes diretos e, pelo teor da mensagem, o tom irreverente que iria determinar sua atuação no mercado. Desde então, as peças promocionais continuaram mantendo o estilo provocador e criativo que chamam a atenção do consumidor e o convidam a refletir, seja pelas imagens, seja por textos como estes: "Num Audi, viajar é melhor do que chegar", "Venha ver no que dá o cruzamento de Audi com Porsche" (RS 2 Avant), "O carro do ano.
E do próximo século" (Audi A6).



17

Um passo à frente

Os carros conceitos apresentados pela Audi em mostras automotivas são um dos responsáveis pela construção da imagem da marca. Desde aquele Avus, com seu imponente motor W12, a marca alemã passou a ser vista como sinônimo de vanguarda automotiva. E essa imagem se firmou no decorrer dos anos, perdurando até os dias de hoje. Em 2014, os brasileiros conheceram o TT offroad concept.



18

Entrando em uma gelada

Se a neve não vem até o motorista, o motorista vai até a neve. Manobrar um carro em um circuito de gelo com temperaturas abaixo de zero e em alta velocidade é uma experiência e tanto para quem curte automóveis, desempenho, emoção, mas, por motivos óbvios, não tem como ser vivida no Brasil. Daí a proposta do Audi Ice Experience, programa de pilotagem na Escandinávia, precisamente na cidade de Arvidsjaur, ao norte da Suécia e a poucos quilômetros ao sul do Círculo Polar Ártico. Durante três dias, os participantes têm a oportunidade de acelerar em uma pista técnica de oito quilômetro de extensão, acompanhados de instrutores, ao volante de um esportivo e muita coragem e espírito de aventura. A estrela da edição de 2019 foi uma RS 4 Avant.



19

Para todos os gostos

A linha de produtos da Audi no Brasil tem tamanha diversidade que atende a amplo perfil de motorista. Hatch, sedã, perua, cupê, SUV, esportivo, conversível, distintas configurações e motorizações têm em comum um ponto: são carros para quem curte carros.



20

Mais uma...

A Audi inaugura a 47ª concessionária no Brasil, seguindo padrões internacionais de arquitetura e design. Com mais essa unidade, a empresa amplia presença em território nacional, cobrindo todo o país. A mais recente fica no badalado Balneário Camboriú, em Santa Catarina.



21

Sempre bem-acompanhada

Alex Atala, Gabriel Media, Lucas Di Grassi, Isabelle Drummond... A lista dos nomes dos parceiros da Audi é imponente e extensa, envolvendo personalidades prestigiadas em sua área de atuação e reconhecidas pelo público. Esportistas, artistas em geral, chefs e outros personagens vêm se revezando como embaixadores da Audi no Brasil nestes 25 anos, unindo forças e propósitos para ampliar e consolidar a imagem da marca no mercado.





22

Sustentabilidade a bordo

A nova era passa a ter nome: e-tron. Assim foi batizado o SUV, que é o primeiro carro da linha totalmente elétrica. O modelo vem equipado com dois motores elétricos de emissões neutras de CO_2, absolutamente silenciosos. Vem, ainda, com uma nova geração de tração quattro, garantia de excelência em aderência e dinâmica. E mais novos modelos e-tron estão por vir...



23

Dirigindo sem as mãos

Em 2017, a Audi apresentou o A8, o primeiro carro autônomo nível 3 do mundo. Em sua quarta geração, o modelo se manteve, para o mercado em geral, como referência em tecnologia, design e concepção. Desde o seu lançamento, o sedã vem incorporando gradualmente funções de condução autônoma, como assistente de estacionamento (“park assist”), assistente de garagem (“garage assist”) e assistente de trânsito (“traffic jam assist”).



24

Lugar no pódio

Em 25 anos, a Audi ganhou dezenas de premiações em reconhecimento do valor da marca, dos carros e dos serviços. Em 2019, por exemplo, recebeu o reconhecimento J.D. Power, como a empresa que melhor atende o consumidor na área de pós-vendas.



25

Bodas de Prata!

A Audi do Brasil promove um encontro de experiência na Chapada dos Guimarães, Mato Grosso, coroando o seu 25º aniversário no país. Embaixadores, clientes, concessionários, jornalistas e parceiros tiveram a oportunidade de celebrar a data em grade estilo: dirigindo o portfólio da marca em um dos cenários mais belos do planeta.

PRESENÇA MARCANTE

25 carros que construíram a imagem da Audi no Brasil

O avanço pela tecnologia está no DNA da Audi. Ou, para ser literal, Vorsprung durch Technik. É assim, em alemão, que esse slogan corre o mundo, deixando claro o posicionamento da marca, desde o seu nascimento até os dias de hoje. Os modelos da Audi se valem do que há de mais desenvolvido em sua categoria em favor do desempenho, do estilo, do conforto, da segurança, do bem-estar, da conectividade, da direção autônoma, da eletrificação. E muitos desses recursos chegaram inéditos ao mercado, um ineditismo que remonta aos primórdios da montadora.

A história registra que data de 1910 o primeiro modelo com a, digamos, genética Audi. O feito coube a August Horch, fundador de uma das empresas que comporiam a Audi AG, que construiu o veículo em sua pequena fábrica. Tão logo desfilou pelas ruas de Munique, na Alemanha, já conduzido pela família Zeidler, sua proprietária, o carro encantou os pedestres, intrigados com aquela engenhoca que não precisava de animais para ser tracionado. Guardadas as relações de tempo e espaço, esse deslumbramento da audiência continua movendo a Audi a desenvolver seus produtos. É motivador para a marca saber que, desde sempre, trabalha para colocar no mercado carros que irão surpreender positivamente pela proposta tecnológica, pela configuração, pela motorização e pelo acabamento. A proposta tem dado certo. Tanto é assim que muitos dos seus modelos marcaram época no Brasil nestes 25 anos.

A8 | ALLROAD | Q7

A7 | RS4 | S2 | RSQ3

RS2 | Q8 | R8 | A4 | TT

A3 | Q5 | A5 | A8 | A1

RS7 | Q3 | S4 | RS6

PREFERÊNCIA MUNDIAL

Sucessor do Audi 80, o sedã inaugurou a nova nomenclatura da marca. É um marco em sua categoria. Chegou em 1995 (foto menor).



A4

A4 AVANT

ATESTADO DE BELEZA

A perua debutou no Brasil com credencial de respeito: recebeu o maior prêmio do design alemão, o Federal para Design de Produto. Estreou em 1996 (foto menor).



A3

PERSONALIDADE IMPONETE

Importado desde 1997, o então modelo de entrada foi responsável pela expansão da marca nacionalmente. Passou a ser produzido no Brasil em 1999 (foto menor).



CHARME VINTAGE

Ao mesclar referências de carros clássicos com os de competições, o esportivo se tornou um ícone do design. Vendido desde 1999 (foto menor).



TT COUPÉ

TT ROADSTER

PARA SER VISTO

Versão com teto removível do cupê. Seu atrativo está na capota, que pode ser acionada em segundos. Nas ruas desde 2000 (foto menor).



RS 4 AVANT

SOBRENOME POTENTE

Herdeira da RS 2, a perua carrega o legado de esportividade do modelo que reconfigurou a ideia de carro de família. Aterrissou em 2001 (foto menor).



TAMANHO G

O SUV marca o ingresso da Audi no segmento de SUVs grandes. O modelo, com mais de cinco metros de comprimento, tem capacidade para sete pessoas. É de 2007 (foto menor).

Q7



CLASSE ESPORTIVA

Cupê de porte médio e quatro portas, destacou-se por transitar entre o casual e o elegante. Ano de lançamento: 2007 (foto menor).

A5 SPORTBACK



NEM MAIS, NEM MENOS

De porte médio, o segundo representante da categoria dos SUVs oferece blindagem de fábrica na versão Security. Nas ruas desde 2008 (foto menor).

Q5



SINTA-SE À VONTADE!

Não se deixe enganar pelas curvas joviais. O cupê de quatro portas concorre em conforto com os sedãs que privam pelo luxo. Começou a ser comercializado em 2011 (foto menor).

A7 SPORTBACK



MENOS É MAIS

Sucesso absoluto de vendas no mercado premium, o menor utilitário-esportivo da Audi passou a circular em 2012 (foto menor). Traz os mesmos padrões dos irmãos SUVs maiores. Foi produzido no Brasil de 2016 a 2018. A nova geração chega no começo de 2020.

Q3



RS Q3

DUPLA PERSONALIDADE

“Cruzamento” do SUV com a esportividade, o modelo traz todo o trem de força utilizado em competições oficiais. Começou a transitar em 2014 (foto menor).



DIGNO DE FÃ CLUBE

Derivado do A3 Sportback, o A3 Sedan começou a ser vendido no Brasil em 2013 (foto menor), tornando-se um sucesso de crítica de público, ganhando inclusive um fã clube, o Clube do Audi A3 8V Brasil. É produzido localmente desde 2015.

A3 SEDAN





QUESTÃO DE ESTILO

Perfeita simbiose entre SUV e cupê esportivo da Audi, o modelo tem sistema de condução semiautônoma e nova linguagem de design. Ganhou as vias em 2019.

Q8

CARROS DE COLECIONADOR

Modelos deixam de ser vendidos
e entram para a história

AUDI 80 CABRIOLET



O ABRE-ALAS

Primeiro Audi a rodar no Brasil, em noite de lançamento da marca, em 1994. Conversível na medida para quem buscava personalidade no trânsito. Saiu de linha em 1995.

S2



ESTREIA ESPORTIVA

A Audi chegou em 1994 exalando esportividade.
Foi a primeira vez que um sedã trazia tração integral
permanente e motor V8. Deixou as ruas em 1995.

A8



O ESTADO DA ARTE

Maior e mais luxuoso sedã da Audi, foi o primeiro veículo no mundo fabricado em ligas de alumínio. É o ponta de lança das inovações não só da marca, mas do mercado como um todo. Foi lançado em 1994 (foto menor). Parou de ser vendido em 2018, mas o veremos em breve nas ruas brasileiras novamente.



S4 AVANT



CARRO DE PILOTO

Eis o carro que Ayrton Senna escolheu
para chamar de seu, em 1994 (foto menor).
Parou de ser importado em 2018.



RS 2



RAINHA DAS PISTAS

Desenvolvida em parceria com a Porsche,
a perua chegou em 1994 como a mais rápida
do mundo. Atingia 260 km/h. Despediu-se do
mercado em grande estilo em 1995.

ALL ROAD



ADAPTAÇÃO DA ESPÉCIE

Versão fora-de-estrada da A6 Avant, lançada em 2001 (foto menor). Trazia suspensão a ar com regulagem de altura. Parou de ser vendida em 2017.



R8



SÓ FALTA VOAR

A imagem fala por si. O superesportivo está apto a rodar pelas ruas, mas seu habitat são as pistas. Atinge 332 km/h. Vendido de 2008 (foto menor) até 2018. Entretanto, seu retorno já está previsto.



RS 6 AVANT



AINDA MAIS RÁPIDA

O segmento das peruas subiu mais um degrau em 2010. Foi o primeiro carro de série do mundo a ser equipado com um V8 biturbo. Em 2019, saiu de cena para dar entrada à sua sucessora. Em breve estará de volta.



A1



PEQUENO NOTÁVEL

Seu público-alvo, quando lançado, em 2011 (foto menor), eram os jovens, mas atraiu adeptos de diferentes perfis. Não é mais comercializado desde 2018.



RS 7 SPORTBACK



FALOU EM DESEMPENHO?

Seu sobrenome não deixa dúvida: Performance. Tem motor de 4.0 litros V8 biturbo de encorajadores 605 cv. Veio em 2014 (foto menor) e parou de ser comercializado em 2019. Suas vendas, porém, serão retomadas.



R8 SPYDER



PILOTO À VISTA

...E do cupê se fez o conversível. Versão sem capota do superesportivo, esbanjou irreverência de 2018 (foto menor) a 2019.



UNIDOS PELA MARCA

Histórias de quem faz parte da história da Audi

Os carros e a marca têm seus méritos, evidentemente, mas as pessoas também são responsáveis por construir o sucesso que está por trás do nome Audi. Quais pessoas? Todas as que estiveram ou ainda estão envolvidas com a grife automotiva e seus produtos, fazendo parte do universo da montadora. Quem produz, quem vende, quem dá assistência, quem divulga, quem compra, quem promove, quem é promovido, quem conserta, quem admira, em resumo, todos os que exercem algo pela Audi e propagam suas experiências e impressões. Nessa categoria estão funcionários, concessionários, clientes, jornalistas, influenciadores, embaixadores, membros de fãs clubes, patrocinados e, claro, os que se identificam com os carros que estampam as quatro argolas em sua frente — ainda que nem sempre tenham um relacionamento direto com eles.

O público pode ser heterogêneo em sua origem, mas há algo em comum entre a parcela representada neste capítulo: ela tem muitas ou ao menos uma história para contar que diz respeito ao seu papel com a marca ou seus automóveis. Podem ser episódios alegres, reflexivos, curiosos, corriqueiros, inesperados, comoventes, infantis ou estar tudo junto ao mesmo tempo. Do mesmo modo, a participação de cada um se dá a seu jeito: como protagonista, como coadjuvante, como mero observador. Não importa. No centro dos casos está a Audi, como marca ou como produto e, claro, as pessoas. São 25 perfis, que tendem a representar dezenas, centenas, milhares que se identificarem com suas declarações.

DITO
E FEITO!

Audi era apenas um nome para o grande público no Brasil. Claro, os entusiastas do universo automotivo sabiam muito bem o que representava aquela marca das argolas, que atravessou o século XX contribuindo para a evolução dos seres motorizados. Mas esses especialistas eram relativamente poucos. Daí a importância da associação da montadora com o nome de **Ayrton Senna,** um dos maiores pilotos de todos os tempos — para muitos o maior —, tricampeão da Fórmula 1, a mais nobre categoria do automobilismo. Na foto ao lado, ele está ao volante de um carro de competição dos anos 1930.

No livro “A Chave do Sucesso — Como a Audi se tornou cult”, também escrito pelo mesmo autor deste livro e lançado em comemoração dos 10 anos da Audi no Brasil, em 2004, publicamos uma declaração de Ayrton Senna, de abril de 1994, que, por questões jornalísticas, históricas e documentais, reproduzimos aqui:

“O nome Audi era quase desconhecido em nosso país há dois meses, o que é inacreditável, tendo em vista a credibilidade, o status e a qualidade da marca no mundo inteiro.
Sendo assim, este é um grande desafio que nós decidimos encarar.
Minha equipe e eu temos um sonho. Um sonho muito ambicioso. Queremos que o nome Audi, até o ano de 2000, seja o mais desejado pelos clientes de carros importados no mercado brasileiro. Trabalharemos para que isso aconteça.”

Ayrton Senna

O piloto, visionário, venceu mais esta prova!





CONEXÃO BRASIL-ALEMANHA

Alexander Seitz, membro do conselho de administração e diretor financeiro da Audi AG, sente-se privilegiado pela sua ocupação na empresa. Pela natureza do seu trabalho, viaja constantemente pelo mundo, acompanhando de perto as estratégias e o desenvolvimento dos negócios da marca, em uma atividade em que é possível orientar e aprender em fluxo contínuo.

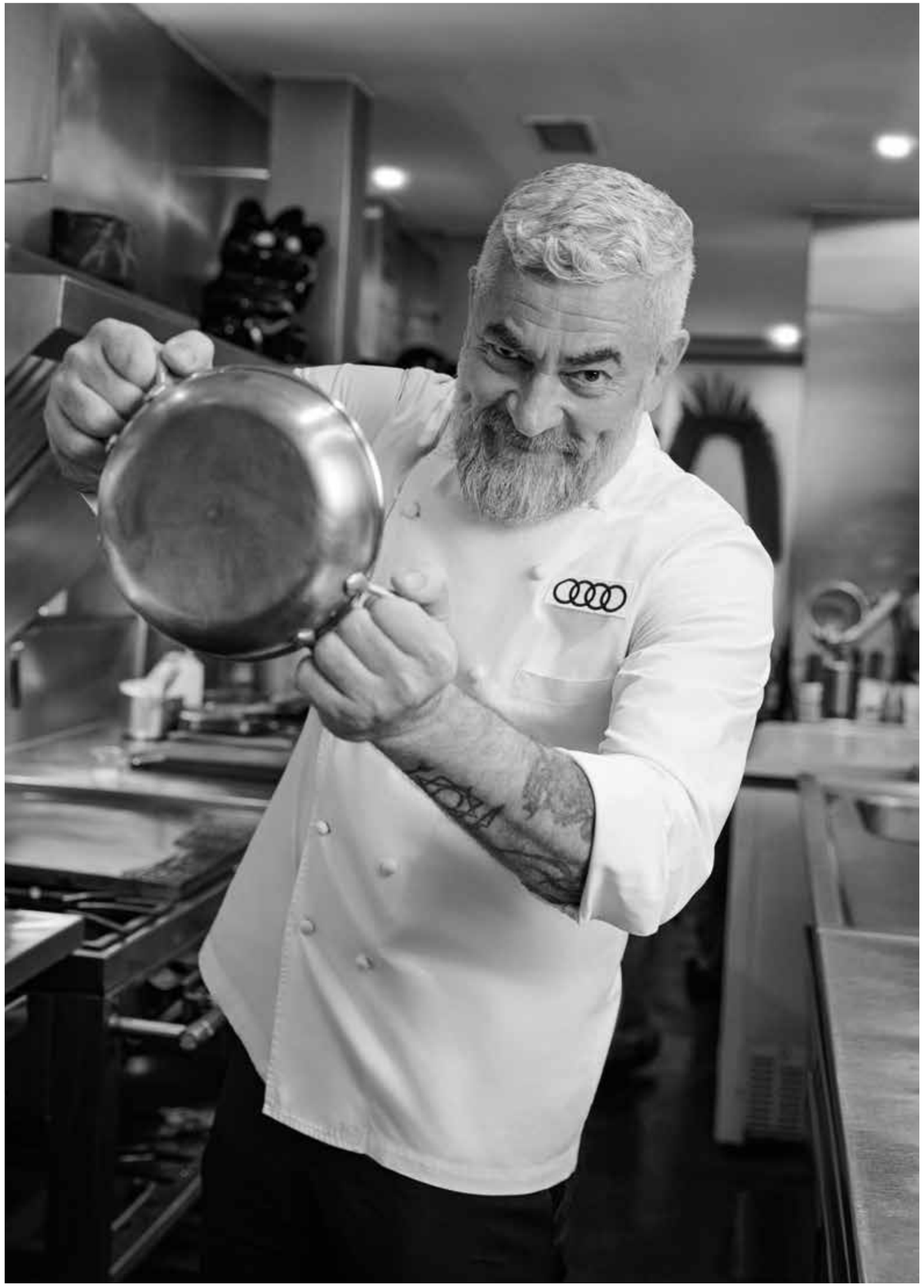
Seu coração bate pelo Brasil não só pelos negócios, mas também por razões pessoais: ele é casado com uma brasileira que possui e administra uma fazenda produtiva no interior de Minas Gerais, na região sudeste. Estando mais tempo no país, o executivo — além de manter uma fluidez no idioma — estreitou o relacionamento com os parceiros locais conhecendo in loco suas necessidades, e também os poupando de viajar à Alemanha para tratar de assuntos das operações. Ao mesmo tempo, ao inserir-se na vida cotidiana, ele tem tido a oportunidade de se aprofundar na diversidade cultural, gerando aprendizados para ambos os lados.

Dessa experiência múltipla, Seitz tirou uma conclusão: “Hoje em dia, com a tecnologia dos meios de comunicação, o cliente brasileiro da Audi, esteja onde estiver, tem um real conhecimento dos nossos produtos em termos globais e faz questão de ter acesso ao que nós possuímos de mais avançado”.

Bom que seja assim. O lema Vorsprung durch Technik, ou seja, a vanguarda pela tecnologia, atravessou fronteiras.

PRATO EQUILIBRADO

O chef **Alex Atala** tinha 18 anos quando decidiu conhecer a Europa por conta própria. Colocou o famoso mochilão nas costas e partiu para Bruxelas, capital da Bélgica, em busca de informação, diversão e experiências. Tão logo começou a circular pela cidade, ficou encantado com um fato que pode parecer ingênuo nos tempos atuais, globalizado, mas não para um pós-adolescente que cresceu no Brasil nos anos 1970: lá, havia nas ruas um local para vender exclusivamente pães, as boulangeries, como eram chamados aqueles templos para quem aprecia uma boa comida. Bem diferente das padarias de sua terra natal, que ofereciam de tudo — até pão...
Mal ele imaginava que as descobertas estavam só começando...
Ao andar um pouco mais e observar o outro lado da calçada, notou que os carros eram quase todos monocromáticos, diferentemente do que ocorria em seu país, onde a frota tinha exemplares de cores e tons para todos os gostos. “Que coisa impressionante”, pensou...Até que começou a reparar nos modelos que rodavam pelas ruas e se deparou com um automóvel que exibia quatro argolas em sua grade frontal. Uau! “Que carro diferente”, voltou a falar consigo mesmo, até dizer o nome que via colado na traseira: “Audi”. Desde então, a marca de carros inédita aos seus olhos virou sinônimo de descoberta do mundo, ocupando um lugar especial em sua vida. Não por acaso, Alex se sente orgulhoso por ser parceiro da Audi há mais de seis anos, uma convivência que ele considera naturalmente duradoura, dada a sua propensão para valorizar as relações de longo prazo. É assim que ele trata a sua vida e os seus negócios.
Passado o impacto do conhecimento de uma nova montadora, o que há de tão especial nos carros da Audi? Alex responde: “O luxo necessário”. Nem mais, nem menos.





EMBAIXADORA INFORMAL

Andréa Ramalho é testemunha privilegiada da história da Audi, referência para familiares e amigos admiradores da marca. Completando 23 anos de empresa em 2019, ela viu e vê de perto as transformações pelas quais passou a marca em quase todos os 25 anos, sempre como assistente executiva da diretoria, ou seja, muito perto de onde são tomadas as decisões da montadora que, em breve, irão chamar a atenção do consumidor.

O mais curioso é que, por mais que esteja familiarizada com a forma surpreendente de a Audi atuar nestes anos todos, Andréa ainda é capaz de se encantar com o ineditismo de determinado carro, com o espetáculo de um evento de lançamento, com a ousadia de uma propaganda. “Se eu, que estou dentro da Audi, fico boquiaberta, imagina quem está do lado de fora?”, explica Andréa, para concluir: “Tenho o maior prazer de levar para as pessoas que me perguntam sobre a marca um pouco desse mundo da Audi que eu admiro.”

TALENTO PRECOCE

Um dos primeiros brinquedos da piloto **Bia Figueiredo** (Ana Beatriz Caselato Gomes de Figueiredo, na certidão de nascimento) foi o volante de um carro, uma experiência definidora em sua vida. Ela tinha lá pelos seus três, quatro anos de idade, e não queria trocar aquela diversão por nada. O pai, psicanalista, também apaixonado pelo mundo das máquinas, desconfiou que a filha pudesse estar revelando uma vocação. Resolveu incentivá-la.

Quando a menina cresceu mais um pouco, a matriculou em uma escola de kart. Foi o início de uma carreira original, vitoriosa e inspiradora para as pilotos femininas, que Bia levou para competições, defendendo posições de destaques em um universo predominantemente masculino, subindo no pódio e vencendo provas em campeonatos importantes, como a Indy Ligths, nos Estados Unidos. Tornou-se a primeira mulher a ganhar na categoria.

Por falar em Indy Ligths, em uma etapa da competição, Bia se envolveu em um acidente, que não lhe causou nada de grave, nem física nem psicologicamente, mas provocou danos em seu instrumento de trabalho, melhor dizendo, em seu carro. Adivinhem quem salvou a temporada da piloto? Nada menos do que um A3 do seu pai. O modelo foi vendido e, assim, se levantou o dinheiro necessário para arrumar o bólido de Bia e colocá-la na pista de novo.





COMPRA DE OCASIÃO

O jornalista **Boris Feldman** voltava de Búzios, no Rio de Janeiro, a caminho de Belo Horizonte, em Minas Gerais, quando parou em um posto de abastecimento na beira da estrada. Ao virar a cabeça de lado, não acreditou no que via, e perguntou a si mesmo: aquele ali não seria o DKW GT Malzoni? Sim, era ele mesmo, o esportivo brasileiro que se tornou um ícone das pistas na década de 1960.

Mais do que depressa, desceu do carro e foi conversar com quem parecia ser o dono daquele bólido histórico. Quis saber mais sobre o modelo, se era dele havia muito tempo, se não pensava em vendê-lo, coisa e tal. Tentava esticar a prosa, quando foi interrompido, amistosamente: — Adianto que não tenho planos de vendê-lo, emprestá-lo, doá-lo, nem cedê-lo.

Boris entendeu o recado, se identificou melhor, entregou um cartão e disse que, caso o interlocutor mudasse de ideia, era só telefonar. Para sua surpresa, cerca de quinze dias depois, recebeu uma ligação de ninguém menos do que o dono do Malzoni. Dizia que havia mudado de ideia e poderia, sim, fazer negócio com o carro. Aquilo soou como sinfonia aos ouvidos de Boris — por sinal, além de colecionador de automóveis clássicos, ele é amante de música erudita. Não foi difícil chegar a um valor que agradasse a ambos.

Dias depois, o jornalista estava conversando com fornecedores, em busca de peças e profissionais para dar um lustre no carro. Não que houvesse muito para restaurar. O modelo, fabricado em 1966, estava um pouco castigado pelo tempo, por ter ficado meio esquecido em um sítio. Mas era só refazer a pintura e trocar alguns apetrechos. Por dentro, o acabamento era espartano, não dispunha nem sequer de carpetes. Era, afinal, de um carro de corrida, com banco em forma de concha e tudo o mais. O motor? Bem, era um três cilindros de 1 litro e por volta de 60 cavalos de potência. Outra época, outros parâmetros de desempenho.

Hoje o DKW GT Malzoni faz companhia a outra dezena de carros que Boris, orgulhosamente, mantém por perto em uma garagem-museu, e admite que tem uma deferência especial pelo modelo. Afinal, foi com um exemplar deste naipe que, em 1999, o jornalista participou de uma competição no autódromo de Laguna Seca, em Monterey, Califórnia, nas comemorações dos 90 anos da Audi, uma das marcas que viriam a compor a Auto Union, por sua vez embrião da Audi de hoje.

LETRA A, DE AUDI

Fosse uma criança “normal”, a informação poderia ter passado despercebida. Mas não para o futuro jornalista **Cássio Cortes,** “um esmiuçador de carros”, segundo se define: no vidro da janela do Passat estacionado na garagem de casa estava gravado o logotipo da Audi. Ué, mas o Passat não era produzido pela Volkswagen?, perguntou a si mesmo em voz alta, no topo da sabedoria dos seus oito, nove anos. Não demorou a ouvir a explicação do pai:

— Sim, era, mas o projeto era da Audi.

Não precisava dizer mais. Cássio, que tem a impressão de já ter nascido sabendo de cor e salteado quais eram as principais marcas e modelos vendidos no mundo, a maioria inédita no Brasil, iria preencher por conta própria essa “lacuna impensável” em sua formação, consultando revistas automotivas, orgulhosamente as verdadeiras responsáveis pela sua alfabetização — pelo menos a automotiva. De tão familiarizado com o assunto, não consegue identificar como tudo começou. “É pré-consciência”, acredita.

Mas da primeira vez que desejou um Audi continua bem consciente. Foi em 2005, em Los Angeles, Estados Unidos, quando trabalhava como repórter em uma revista de competição. Fazia dupla com um colega fotógrafo, que, bem remunerado, não passava vontade. Circulava com uma Audi S4 Avant, preta, equipada com motor V6 2.7 litros biturbo e câmbio manual, que desenvolvia 250 cavalos de potência. Aquele era o objeto do desejo de Cássio, que sempre gostou de perua esportiva, pela sua capacidade de ser ao mesmo tempo um carro prático para o dia a dia e também bom de aceleração.

O tempo não perderia por esperar. Quando voltou ao Brasil, tão logo assentou poeira, a primeira providência de Cássio foi colocar em prática seu sonho de pilotar uma station wagon arisca. Como a S4 Avant não estava disponível no mercado brasileiro, ele foi até o mais próximo que podia. Recorreu a uma A4 Avant, preta, como a do seu amigo, com o elogiado motor de 20 válvulas, de sonoridade única, e câmbio manual. Uma raridade. Acostumado a trocar de carro a cada ano, quebrou o paradigma e passou três anos com a A4 Avant.

Não ficaria muito tempo longe de um Audi. Para celebrar um novo momento profissional, comprou um A3 1.8 Sport, duas portas, vermelho, equipado com o elogiado câmbio S-Tronic de sete marchas. Era seu brinquedo predileto para rodar em estradas sinuosas, pôr seu lado piloto-obsessivo detalhista em prática, sentindo como o carro acelerava, freava, entrava na curva e retomava velocidade.





NA MIRA DOS PAPARAZZI

A jogadora de handebol **Eduarda Amorim,** a Duda, já nem estranha mais o fato. Todas as vezes que sai da Hungria e vai até a Macedônia, país natural do seu marido, ela sabe que terá que obedecer a um ritual quando circular pelas cidades da região: ao deixar ou entrar no seu Audi, algum nativo vai se aproximar, começar a perguntar detalhes técnicos sobre o seu funcionamento e pedir licença para tirar uma foto. Não se trata de um comportamento isolado, nem referente a um modelo específico. Não. A história se repetiu com todos os Audi que dirigiu. E olha que não foram poucos: A3, em que ela, orgulhosamente, aprendeu a dar os primeiros passos motorizados, Q5, A7, A6 e, atualmente, Q7, que, pelo seu porte, a faz se sentir no topo da cadeia automotiva.

Se esses paparazzi de ocasião souberem quem está ao volante dos modelos da Audi, certamente o carro vai ter que dividir as atenções. Afinal, Duda Amorim, natural de Blumenau, Santa Catarina, desde 2009 armadora do Györi Audi Eto KC, time da cidade húngara patrocinado pela marca alemã, tem um currículo profissional de arrancar aplausos de qualquer torcida por onde ela passar. Senão, vejamos: campeã mundial pela Seleção Brasileira (2013), campeã pan-americana pela Seleção Brasileira (2007/2011/2019), quinta colocação nos Jogos Olímpicos Rio 2016 (melhor posição do Brasil na competição), pentacampeã da Champions League (2013, 2014, 2017, 2018, 2019), com mais de 500 gols marcados na competição, decacampeã da Copa e da Liga Húngara. Mais: foi eleita a melhor jogadora de handebol do mundo (2014).

Discreta, Duda gosta da vida como está, preferindo que os holofotes continuem sob os carros da Audi, enquanto ela vai colecionando vitórias pelas quadras do mundo.

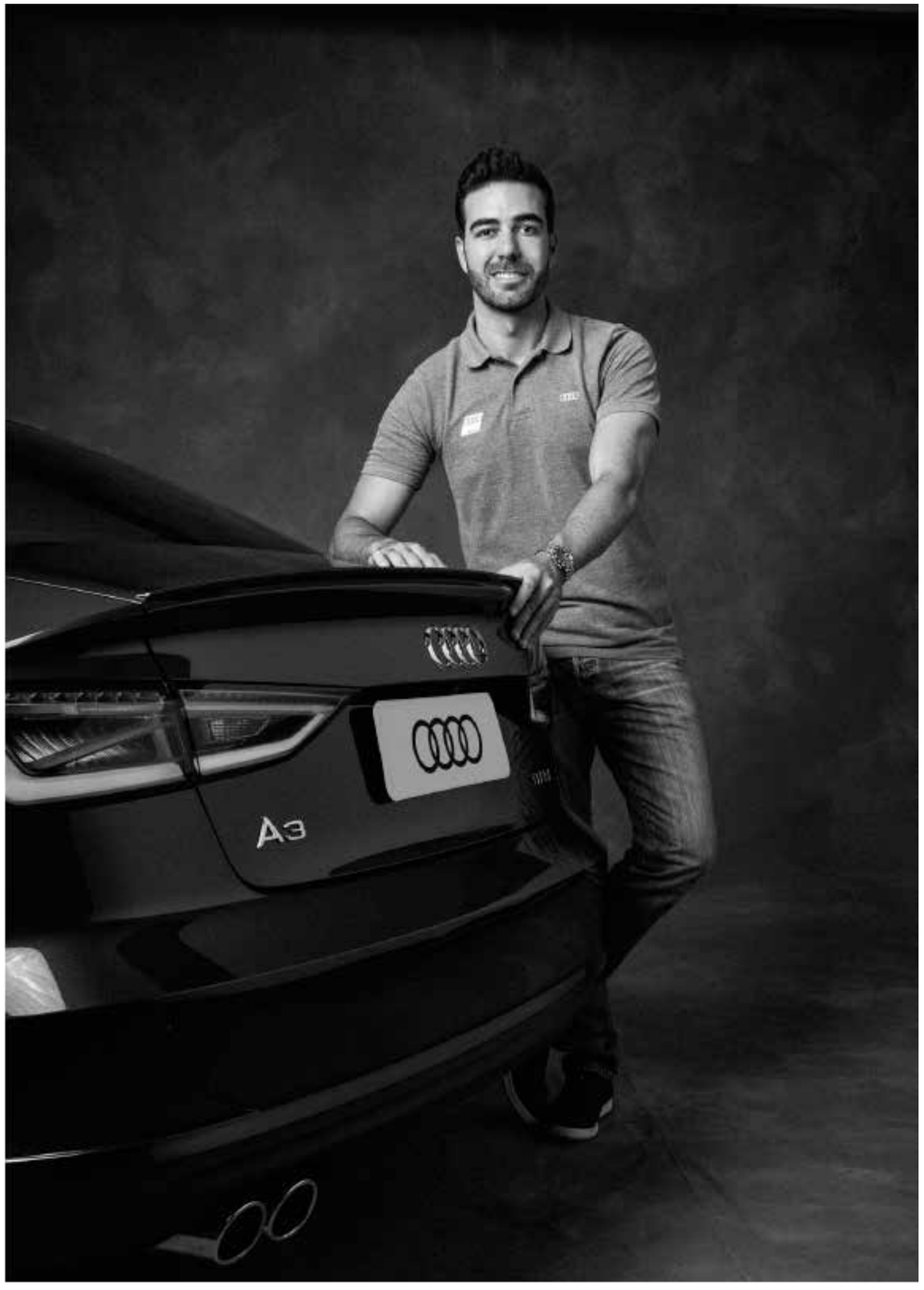
AQUECENDO OS MOTORES

O envolvimento de **Eduardo Pessoa de Mello** com a Audi se deu por vias indiretas, porém não menos legítimas. Ele é criador e presidente do Auto Union DKW Club do Brasil, desde a sua fundação, em 1979. Sim, o nome do clube está diretamente ligado ao antepassado da Audi. Recordemos: em 1932, a DKW se juntou à Audi, Horch e Wanderer, criando a Auto Union — por sua vez embrião da Audi que conhecemos hoje —, dando vida às quatro argolas que simbolizam a marca alemã.

Eduardo é um aficionado do DKW. Comprou o seu primeiro no final de 1958 e, desde então, perdeu as contas de quantos modelos já teve. Considera o carro um marco de desempenho para a sua época, em razão do motor com 1.000 cilindradas e 60 cavalos, que invariavelmente era modificado para ficar mais potente. O perfil ligeiro do carrinho inspirou Eduardo a lançar, em 1982, a Prova de Subida de Montanha, no Pico do Jaraguá, São Paulo. De tão certa, a competição acabou por atrair a participação de modelos de outras marcas a fazer o melhor tempo no percurso de pouco menos de 5 quilômetros. “Acabamos formando uma categoria específica para o DKW, para que o desafio ocorresse em condições de igualdade”, explica.

Olhando para trás, dá para imaginar que Eduardo, mesmo sem saber, já estava aquecendo os motores para a Audi, uma, digamos, prima da DKW, que chegaria em 1994.





BENDITO PROBLEMA!

Foram alguns anos planejando. Até que, em 2016, o engenheiro mecânico **Felippe Lunardi** conseguiu comprar o tão almejado Audi A3 Sedan. Parecia um sonho, mas a sensação de realização valeu cada minuto de espera. Dali em diante, seria apenas curtir o carro, dirigindo, zelando, dividindo a alegria com os amigos. Até que, um tempo depois, o modelo exibiu um aviso no painel. Felippe, cuidadoso, aproveitou o período em que faria uma viagem e deixou o carro para a checagem.

Ao voltar, ficou sabendo que precisaria aguardar mais alguns dias para dirigir seu mimo. Nem era muito tempo assim, mas, para quem estava ansioso para se sentir piloto, era! Mal ele sabia que desse limão seria feita uma bela de uma limonada. “Até hoje agradeço aquela pequena demora”, relembra Felippe, “porque foi daí que eu criei um vínculo intenso com a marca”. Sigamos!

Apesar de tranquilo, Felippe entrou em contato com a Audi do Brasil, na tentativa de entender o motivo da espera. A atenção que recebeu fora tamanha que, para seu espanto, convidaram-no a visitar a sede da Audi, tomar um café e conhecer um pouco mais da empresa.

Chegando lá, conversa vai, conversa vem, Felippe comentou que estava feliz com o A3, e ele não era um caso isolado. Desde que comprara o modelo, passou a participar de fóruns na internet, ampliando sua rede de relacionamentos com proprietários que dividiam a mesma opinião positiva. Não demorou para que alguém sugerisse a formação de um grupo de WhatsApp com esses que se tornaram colegas. Proposta aceita, eles passaram a se encontrar para trocar dicas, experiências e discutirem novidades da marca.

A satisfação com o carro era geral, e Felippe falou até da sua disposição de montar um clube oficial do modelo. Aquela informação soou como música para os ouvidos da Audi, que concordou em dar o apoio necessário para a criação do Clube do Audi A3 8V Brasil, nome do carro em sua certidão de nascimento. Hoje o clube possui mais de 360 membros no Brasil e se reúne todo mês, algumas vezes ali, onde tudo começou, ou seja, na própria sede da Audi. Recentemente, por sinal, eles foram convidados para uma apresentação em primeira mão do A3 Sedan edição especial de 25 anos da marca no país.

O resto é história...

PILOTO DE PRANCHA

A relação do surfista **Gabriel Medina** (Gabriel Medina Pinto Ferreira para os íntimos) com a Audi antecede seu relacionamento como embaixador da marca. Era antes de tudo uma relação afetiva. Enquanto pilotava sua prancha pelos mares do Brasil e do mundo, ainda um adolescente, ele já fazia planos sobre qual carro gostaria de dirigir quando tirasse a carteira de habilitação, no dia seguinte de completar 18 anos: “A Audi sempre esteve na minha mente”. Por quê? Porque o carro é bonito, veloz, descolado, mas havia razões que até ele desconhecia, fruto do seu inconsciente. Continuemos.

Por essas convergências da vida, tempos depois a Audi viria a cruzar o seu caminho, não somente na forma de um tão sonhado carro, mas de um apoio ao seu vitorioso projeto esportivo, que, até aqui, inclui dois campeonatos mundiais de surf da ASP World Tour (2014 e 2018) e a distinção de ser o mais jovem brasileiro a ingressar no seleto ASP World Tour (WCT). Uma bela marca, na sua avaliação, que faz belos carros, mas qual não foi sua satisfação quando soube que ninguém menos que o seu maior ídolo também fazia parte da história da Audi: “Ayrton Senna é uma pessoa que me inspira muito. Saber que ele também esteve envolvido com a Audi do Brasil é muito bacana.”





UM TOQUE DO DESTINO

Atualmente, o arquiteto **Gui Mattos** está à frente da Caraigá, primeira concessionária a distribuir os carros da Audi no Brasil, localizada em São Paulo. Quando a marca chegou ao Brasil, em 1994, entretanto, quem tocava a operação era seu pai, Carlos Roberto Franco de Mattos, e seu irmão, Carlos Roberto Franco de Mattos Jr., o Beto, já falecido. Com o dia a dia dos negócios conduzidos em família, Gui pretendia se dedicar à carreira de sua formação acadêmica, mas — surpresa — quis o destino que ele, sem mudar os planos pessoais, continuasse no ramo de automóveis.

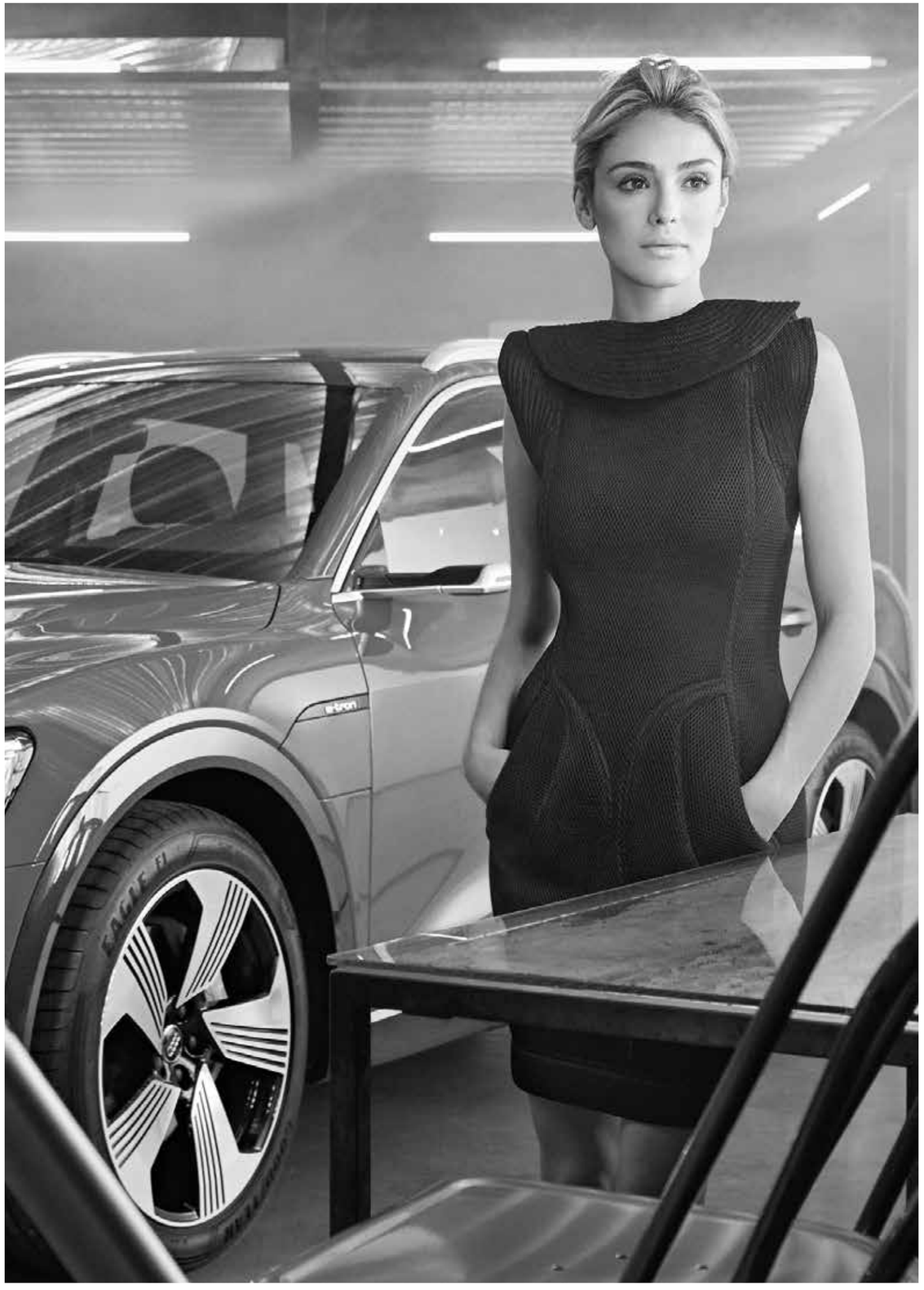
A oportunidade apareceu meio que por acaso. A chegada da Audi, em 1994, daria início à inauguração de uma série de revendas pelo Brasil, que, claro, teriam que traduzir a identidade da montadora. Gui Mattos ficou sabendo que seria aberta uma concessionária na região do ABC e, valendo-se do seu contato como representante autorizado, apressou-se em se oferecer para criar o projeto. Debruçou-se em cima das especificações necessárias, mergulhou na história da marca e na cultura alemã, temperou com um toque brasileiro e entregou.

Proposta elogiada. E aceita. Mais do que isso. Por dez anos, Gui Mattos foi o arquiteto oficial da Audi, responsável pela criação dos layout dos distribuidores e também pela adequação de prédios que já estavam em funcionamento. Durante esse tempo, fez inúmeras viagens à Alemanha, convivendo com o departamento de design da Audi, reunindo-se com profissionais responsáveis por dar estilo à grife automotiva — uma área em que ele se sente totalmente em casa.

UM CARRO QUE ARRANCA...
ELOGIOS

— Nossa, você é gente boa demais!
O elogio era meio despropositado, porque não era exatamente a ele, **Gustavo Filgueiras,** que se referia, mas sim ao painel do seu Audi 80 Cabriolet. Explica-se: ao ligar os faróis, as luzes internas também eram acesas, criando uma atmosfera impressionante, o que provocou a tal declaração espontânea da colega que pegava uma carona e não desgrudava os olhos dali.
Gustavo agradeceu o comentário e começou a sorrir para outro colega que ia no banco de trás, num distante ano de 1996. Recém-proprietário daquele conversível dos sonhos, o hoje CEO do Hotel Emiliano já vinha chamando a atenção pelas ruas por onde circulava, orgulhoso, com o modelo sem capota.
Passados tantos anos daquele episódio e depois de ter trocado várias vezes de automóveis, Gustavo não tem dúvida de que o Cabriolet 80 foi o carro que mais curtiu dirigir. Antevendo o que aquela máquina significaria em sua vida, ele chegou a pensar que havia feito um mau negócio ao vendê-la, cerca de três anos depois, embora tivesse recebido na ocasião um preço acima de mercado. Teve a nítida sensação de que os compradores estavam falando demais, sorrindo demais, felizes demais com aquele modelo icônico, que, ao seu ver, encontrava-se em estado de novo, ainda que tivesse sido bem-utilizado.
E o tempo passou. O CEO do Hotel Emiliano, pai de família, abriu mão, momentaneamente, dos carros sem capotas, mas não dos modelos de porte grande. Ex-dono de um A6, atualmente ele se diverte como piloto de um A5, cujo motor o faz sorrir quase da mesma maneira com que a sua colega sorriu ao entrar no seu saudoso Cabriolet 80.





TUDO EM FAMÍLIA

A atriz **Isabelle Drummond** cresceu em uma família em que o automóvel fazia parte do cotidiano, de uma forma bem peculiar. Seu avô paterno comprou um carro que era a alegria geral, e não necessariamente por levar as pessoas para cima e para baixo, de um canto para outro. O modelo ficava na garagem de casa, e o passatempo do seu pai e do tio era montar e desmontá-lo no quintal, para desespero do avô, zeloso do seu bem. Para a menina Isabelle, não havia um lugar mais divertido de estar do que no seu interior, enquanto as peças eram tiradas e colocadas e os adultos ficavam tentando ajeitar aquele quebra-cabeça. "Estava claro que o que interessava a todos ali, mais do que o veículo em si, era o processo de desconstruir e construir de novo", lembra Isabelle, que, por influência do meio, desde cedo também aprendeu a ser uma apaixonada pelo mundo da mecânica e da tecnologia.

O convite para ser embaixadora da Audi, portanto, foi recebido por ela com certa naturalidade e muito entusiasmo, uma vez que a oportunidade iria possibilitar estar ao lado de um bem que faz parte da sua história. O sorriso se abriu ainda mais no rosto quando soube que seu papel estaria vinculado também ao modelo e-tron, o carro elétrico da Audi, que começa a ser vendido no Brasil em 2020. Isabelle, afinal, está envolvida pessoal e profissionalmente com questões relacionadas ao meio ambiente, à sustentabilidade, à qualidade de vida e afins. "Foi um encontro natural, muito orgânico, por haver convergências de visão de mundo e de propostas", diz.

Até a chegada do e-tron, a atriz, para não perder o costume, se diverte em uma Audi Q5 Security, como fazia nos tempos de criança. Só que agora ao volante, conversando de igual para igual com seus pares que também curtem o mundo dos carros e querem estar em paz com a natureza.

DUPLA DINÂMICA

Embora tivesse Ayrton Senna por trás, um ídolo nacional do esporte reconhecido mundialmente, naquele ano de 1994 a Audi não era conhecida pela maioria do público. Se o piloto tricampeão de Fórmula 1 estava endossando a montadora, era porque ela tinha qualidade, evidentemente, mas seria preciso jogar luz sobre a marca e seus produtos, e assim enfrentar os concorrentes renomados de igual para igual. E, olhando em retrospecto, nesse sentido a Audi não poderia estar em melhores mãos do que nas de **Leonardo Senna,** o Leo, irmão, cuidando da área de marketing e da estratégia do negócio, e **Ubirajara Guimarães,** o Bira, que tocava a operação no Brasil.

Sem a presença de Ayrton Senna nos negócios, Leo e Bira se tornaram os únicos responsáveis por promover e comercializar a Audi, lançando mão de iniciativas inéditas para que os carros ganhassem visibilidade e passassem a ser desejados. E sempre pautadas pela ousadia. Exemplos não faltam.

Em 1995, a marca promoveu, no Sambódromo de São Paulo, o primeiro crash test ao vivo, com a presença da imprensa de todo o Brasil. Uma atitude corajosa, que mostrava confiança plena no que fazia. Não haveria margem de manobra para administrar eventuais falhas. No Salão de São Paulo de 1996, o show room se transformou em passarela de desfile para receber o Audi Fashion e a apresentação do seu principal lançamento à época: o A3. Na edição seguinte, o TT roadster chegou para a exposição de helicóptero, suspenso no ar, feito um Super-Homem mecanizado. Depois veio a Audi Al Mare, uma engenhoca em forma de balsa que colocou em operação uma concessionária e um centro de lazer flutuantes, ancorados e percorrendo as praias que dão acesso a Ilha Bela, em São Paulo, e a Angra dos Reis, no Rio de Janeiro.

Em dez anos de atuação à frente da Senna Import, a dupla de empresários Leo e Bira levou ao pé da letra o veredicto de um amigo de Ayrton Senna, profundo conhecedor do mercado automotivo, que recomendou ao piloto assumir a representação da marca no Brasil: “A Audi é a marca do futuro”.





DE OLHOS BEM ABERTOS

Assim que **Lucas Di Grassi** soube do lançamento do Audi TT no Brasil, em 1999, passou a insistir para que o pai se tornasse um feliz proprietário daquele bólido que, ao desfilar pelas ruas, fazia os pescoços se contorcerem. Tanto fez que conseguiu. Em um belo dia, o esportivo da Audi aterrissou na garagem de sua casa — para a sua felicidade e para a sua frustração. Embora fosse um exímio piloto de kart e já começasse a despontar na Fórmula 3 Sul-Americana, Lucas tinha 16 anos. Não dispunha de carteira de habitação e, portanto, não poderia dirigir.

Conhecendo a paixão do filho, seu pai, por precaução, trancava o portão de casa à noite e escondia a chave, para evitar que algum "sonâmbulo" desse uma volta com o carro na calada da madrugada. Restava a Lucas se divertir lustrando aquela máquina nos fins de semana, fazendo uma manobra aqui e outra ali, inconformado porque, dentro de si, sabia que jamais faria uma estripulia ao volante ali, em uma calma rua de bairro de São Paulo. Até porque, para pisar fundo, oras, ele já tinha os autódromos.

Não passaria vontade por muito tempo. Mal sabia que, em questão de poucos anos, ele estaria acelerando sem restrições não apenas um, mas diversos modelos da montadora alemã que tanto sono lhe tirara, em provas das mais cultuadas mundo afora. Competindo pela Audi Sport, por exemplo, Lucas é o maior nome da história do Campeonato Mundial de Fórmula E, somando um título, dois vice-campeonatos e um terceiro lugar. Também pela equipe da Audi Sport, foi o melhor brasileiro na mítica 24 Horas de Le Mans em todos os tempos – com três pódios em suas participações. A montadora agradece...

Feitos que deixam orgulhoso de si qualquer piloto do planeta, sem dúvida. Mas engana-se quem acha que Lucas se dá por satisfeito por acelerar vitoriosamente em competições. Os carros em sua garagem de casa, em Mônaco, continuam lhe tirando o sono. Também, pudera. Ali estão o sustentável elétrico e-tron, a híbrida Q7 e o irrequieto R8, todos como se piscassem, chamando seu dono para dar uma voltinha no quarteirão.

Detalhe: a chave do portão é dele.

CONVENCIDO PELA PRÓPRIA CAMPANHA

Luiz Sanches, CCO e chairman da agência AlmapBBDO, chega com o livro "**A chave do sucesso — Como a Audi se tornou cult**" (sobre os 10 anos da marca no Brasil, lançado em 2004) debaixo do braço, adiantando que uma parte importante de sua história profissional na agência, como diretor de arte, está ali naquelas páginas. Senta-se, começa a folhear as campanhas e explicar como se deu cada uma delas. Não houve exagero em sua afirmação. Praticamente todas as peças foram criadas direta ou indiretamente por ele e sua equipe, muitas delas premiadas internacionalmente.

Há 25 anos na AlmapBBDO, Luizinho, como é chamado por próximos, conhece na palma da mão todos os momentos da Audi do Brasil, portanto, cada um deles representados em uma obra. Porém, não sugira para ele escolher de qual trabalho gostou mais, porque — desculpem pelo clichê — seria como pedir para os pais elegerem um filho predileto. Mas ele pode dizer quais lhe consumiram mais energia e renderam maior satisfação.

A campanha de lançamento do Audi A3 foi uma delas, feita a toque de caixa. Em uma sexta-feira, ele soube que precisava criar uma peça promocional única. Luizinho, workaholic assumido, gostou do desafio, mas, ato contínuo, lembrou que já havia programado uma viagem com a namorada (esposa, atualmente). Nem passou por sua cabeça desmarcar o compromisso, porque isso seria dar razão ao fato de que ele só pensava em trabalho...A solução procurada veio na hora. Ele chamou o assistente e foi categórico:

— Olha, você acabou de chegar, mas as pessoas não estão muito convencidas de que você tem talento, não. Aproveite este fim de semana para mostrar serviço.

Passou o briefing do que precisava e combinou que, no domingo, estaria ali para virar a madrugada e concluir a tarefa. Qual não foi sua surpresa quando, no dia combinado, entrou na sala e viu toda a parede recheada de propostas, com base no que haviam conversado? Luizinho riu e disse que não era para tanto: ele, o assistente, não estava sendo posto à prova. Muito pelo contrário. Todos gostavam dele.

Para finalizar: a campanha foi concluída, agradou ao cliente e ao próprio Luizinho, que, depois de tanto ficar em contato com o carro, se convenceu de suas qualidades, a ponto de raspar suas economias e comprar um A3 para ele mesmo. E o assistente? Foi promovido a diretor de arte e hoje é um grande diretor de criação da agência.





DE FILHO PARA MÃE

O ex-presidente da Audi e atual presidente da Gol **Paulo Kakinoff** considera ter vivido uma das experiências mais marcantes de sua vida profissional enquanto estava no comando da montadora alemã. A história, nas suas palavras, ao mesmo tempo divertida e emocionante, ocorreu em 2011, quando foi lançado o A1.

O modelo era um marco no mercado brasileiro, por reunir em um mesmo produto características únicas: compacto, urbano, veloz, ágil e sofisticado. O evento de sua apresentação tinha que estar à altura do carro.

Corre daqui, ajeita dali, resolveram fazer uma festa em um prédio em construção em uma das avenidas mais valorizadas de São Paulo, a Brigadeiro Faria Lima, centro financeiro da cidade. A parte superior do local seria reservada para a festa, que se estendia para dois andares do subsolo da garagem. No auge das comemorações, a pista de dança se transformaria em pista de test-drive, com pilotos profissionais ao volante, apresentando o carro e sua performance. Tudo pensado milimetricamente. Até que alguém se deu conta de que a data planejada seria nada menos do que o Dia das Mães, talvez o único feriado inegociável com os filhos. Como a agenda estava apertada, sem possibilidade de mudança do lançamento, alguém deu uma ideia: “E se a gente convidasse o (e a) jornalista e sua mãe?” Brilhante proposta. “Sugestão acatada”, disse Kakinoff. Sendo assim, era preciso pensar em uma atração que agradasse às ilustres acompanhantes, levando-se em conta que a maioria delas nunca tinha estado ao lado do filho em horário de trabalho. Um outro empolgado levantou a mão: “Vamos contratar um cantor romântico para fazer um show, então”. “Sugestão acatada”, disse Kakinoff.

Para encurtar a conversa: “O sucesso do lançamento do A1 foi tão grande que os convidados esqueceram do próprio carro, e nem se deram conta das performances dos pilotos”, lembra, sorrindo, Kakinoff, que também levou sua mãe para conhecer o seu dia a dia de trabalho e até hoje se sente muito orgulhoso da iniciativa.

RELAÇÃO DURADOURA

— Ainda me emociono quando lembro o dia em que vendi meu Q7.

Assim que termina a frase, **Rosangela Lyra,** ativista política e presidente da Associação Comercial dos Jardins e da Associação Comercial do Itaim, se emociona, e explica os motivos:

— Foram 11 anos de convivência, me acompanhando em momentos importantes da vida. Cuidava tão bem dele que as pessoas menos familiarizadas com os carros podiam achar que eu andava em um modelo zero.

Foi um caso de atração à primeira vista. Quando Rosangela bateu o olho no Q7, não pensou duas vezes: "É este!" Adepta de SUVs, por serem mais altos e robustos, caiu nas graças do Audi e suas quatro argolas. Definido o modelo, a composição do acabamento seria o passo seguinte. Escolheu o azul-marinho para a carroceria e o bege-claro para o interior. Um clássico da elegância, em sua avaliação: "Pense: um homem com um blazer e uma calça nessas cores está bem vestido para qualquer ocasião!" Está, evidentemente. Quem somos nós para discordar desta que foi CEO da Christian Dior no Brasil?

O assunto automóvel sempre foi levado a sério por Rosangela, e esse exemplo veio de casa. Sua mãe já se encantava com os carros. Na década de 1970, desfilava com um Puma (tinha dois, inclusive, sendo um conversível) pelas ruas do Rio de Janeiro, para orgulho da filha pequena, que podia não entender que modelo era aquele, mas tinha certeza de que dirigir era divertido, levando essa percepção para a vida toda, ultimamente tendo o Q7 como coadjuvante.

Só que chegou um dia em que o Q7 foi ocupar outra garagem. A fidelidade ao amigo antigo, porém, continua intacta: "Eu nunca pensei em ter outro carro enquanto estive com o Q7. E eu tinha meus motivos para isso: ele nunca me deu um único problema de manutenção", diz Rosangela, sorrindo, sem dar margens para contra-argumentações.





O AUDÍFILO

— Quantos carros da Audi você já teve?
Ao ouvir a pergunta, **Sidney Del Piero Gama** pede um tempo e começa a contar:
— Um, dois, três, dez, doze...Levando-se em conta o RS 5 atual, foram 14 ao todo...
De tão aficionado da marca, Sidney ganhou dos amigos a alcunha de Audífilo — junção do nome da montadora alemã com o sufixo filo, que indica alguém partidário, pertencente a uma tribo, tal qual um cinéfilo, um enófilo. Convenhamos, a definição serviu na medida para este engenheiro elétrico que trabalha como publicitário em Governador Valadares, interior de Minas Gerais, e, aos 53 anos, nunca nem sequer teve a curiosidade de mudar de marca de carro. A quem o provoca com essa pergunta, ele já tem a resposta: "Se eu estou plenamente satisfeito, por que tenho que mudar para a concorrência"? Faz sentido!
O primeiro Audi que Sidney colocou em sua garagem foi um A3, em 2001. Entusiasta de desempenho, ele ficou espantado quando soube que aquele hatch dispunha de motor com 180
cavalos, sem similares no mercado em sua categoria. Escolheu a cor preta perolizada, por entender que reforçava o caráter esportivo, e só trocava de carro para experimentar outro modelo.
Em 2007, estava no seu quarto Audi, quando sofreu um grave acidente de moto, que o deixou paraplégico. Vida que segue. Assim que saiu do hospital, pediu que o irmão o levasse à concessionária para pegar o A4 V6 que já havia sido encomendado. "Seis canecos maravilhosos", lembra Sidney, referindo-se aos cilindros do carro. Saiu da revenda e já tratou de fazer uma adaptação no automóvel, para a sua nova condição. Os freios e o acelerador passaram a ser acionados também atrás do volante, bastando mover uma alavanca. No mais, estava tudo igual.
Pronto! Era o que Sidney precisava para continuar pilotando, uma de suas maiores paixões na vida. Não enfrenta nenhum tipo de limitação, segundo diz. A tal ponto que pega o carro e viaja centenas de quilômetros por estradas, para visitar familiares, ou mesmo dar um "pulinho" até São Paulo, onde já participou de track days no Autódromo de Interlagos.
De tão zeloso com seus brinquedos motorizados, costuma ouvir que seus carros mantêm a condição de novos mesmo depois de usados por anos. Mas isso não o inibe de trocar de modelo tão logo chega ao seu conhecimento alguma novidade da Audi. Em breve chega o seu 15º carro, e ele continua contando...

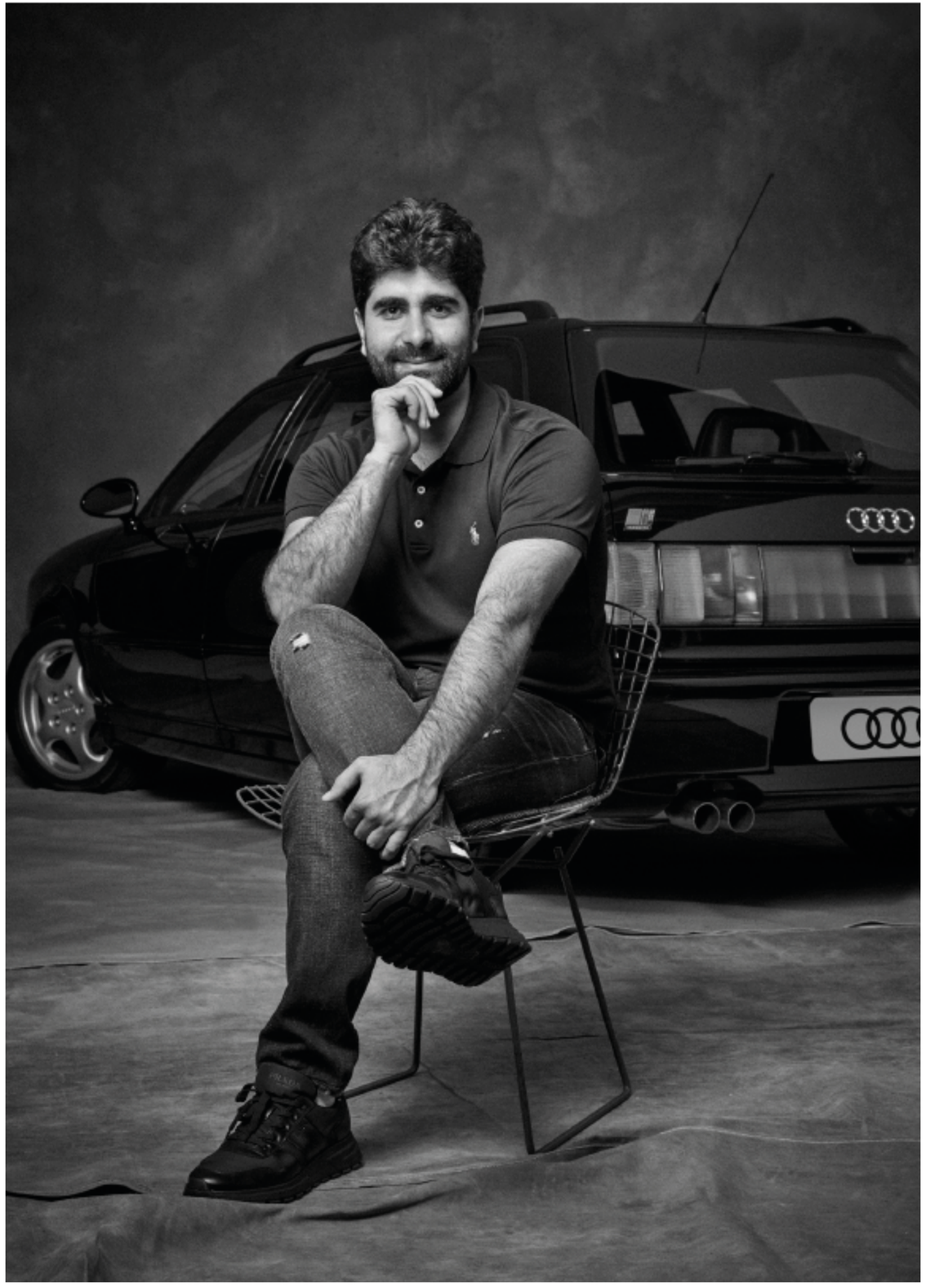
SONHO DE CRIANÇA

O empresário **Stefan Darakdjian** tinha oito anos de idade quando viu pela primeira vez um Audi, em uma experiência que iria marcar definitivamente sua vida. Estava com o pai a bordo de um carro esportivo — diga-se, de desempenho notável —, a caminho da fazenda da família, quando viu um tio passar ao volante da perua RS 2. Passou e sumiu de vista, sem dar chance de ser ultrapassada. Longe de ser um caso isolado, aquele fenômeno de velocidade iria repetir exibição de fera indomável aos olhos da criança, tendo como coadjuvante outros bólidos bons de aceleração de parentes, que invariavelmente ficavam para atrás.

O tempo não perderia por esperar. Assim que completou 18 anos, Stefan não titubeou quando questionado pelos pais sobre qual carro ele gostaria de ter: um Audi, obviamente. Escolheu o hatch A3 turbo, com motor de 180 cavalos de potência. O carrinho era divertido, ele reconhece, assim como outros modelos da marca que foi conhecendo a cada ano. Mas o fato é que, por mais que se desse bem com seus carros, ele não conseguia esquecer aquela sua paixão infantil. Até que uma acomodação do mercado fez com que seu sonho pudesse ser realizado. A RS 2 foi produzida em 1994 e 1995, em uma quantidade pequena: 2.891 unidades, sendo apenas 62 delas destinadas ao Brasil— destas menos de 40 rodam no pais, segundo Stefan. O carro era o suprassumo da tecnologia, contendo motor, conjunto mecânico e vários componentes da Porsche. Isso o tornava relativamente caro quando chegou. Com o passar do tempo, entretanto, seu preço foi caindo, como ocorre com a maioria dos modelos do mercado que perdem espaço para seus sucessores. Em 2014, o valor chegou a um patamar tão convidativo que Stefan não perdeu tempo quando apareceu uma oportunidade de negócio. Tornou-se um mais que realizado proprietário da tão sonhada RS 2.

Coincidiu que, a partir dessa época, a perua da Audi começou a ser cultuada no Brasil por quem gosta de automóveis, principalmente pela sua capacidade de aceleração fora do comum, ainda mais para um modelo com pose de modelo de família. Deixou de ser um modelo “velho” e entrou para a categoria de clássico. De repente, um proprietário fala para um, que fala para outro, que incentiva outro a comprar o seu, que promove para mais alguém e, quando se vê, está formado um grupo de aficionados que se juntam para trocar experiências envolvendo o carro. Assim nasceu o Clube do RS 2, formado por amigos e amigos de amigos, atualmente composto por 21 membros proprietários da perua, que elegeram por aclamação Stefan Darakdjian como seu presidente, por entenderem que ninguém ali poderia representar melhor os amantes de RS 2 do que ele.

E pensar que toda essa paixão de Stefan começou com uma simples ultrapassagem que nunca mais saiu de sua memória...





O DIA D

Começo da década de 1990. **Thomas Müller** estava prestes a entrar em uma tradicional churrascaria na zona central de São Paulo, capital, quando parou para entender que carro era aquele estacionado bem em frente à porta de acesso. Perguntou ao pai, Wolf Müller, ao seu lado, o nome do modelo. Ficou sabendo se tratar do sedã Audi 100. “Demais”, disse o adolescente para si mesmo, enquanto rodava o automóvel, “feito um satélite em volta de um astro”, nas suas palavras. O dia podia acabar ali para ele, um apaixonado por automóveis, que cresceu indo para a escola de Kombi (até hoje uma de suas paixões automobilísticas, a ponto de colecionar maquetes do modelo), observando pela janela os Fuscas, Opalas, Santanas e afins que passavam pela rua, na expectativa de quando iria dirigir o próprio carro. Mas aquele era realmente o seu dia de sorte.

Ao cruzar a porta, Thomas se deparou com ninguém menos do que Ayrton Senna, seu — e de milhões de pessoas — companheiro nas manhãs de domingo, quando barbarizava nas pistas em disputas de Fórmula 1, inflamando o orgulho de ser brasileiros dos fãs. Aquela coincidência era demais para passar em branco.

Avisou ao pai que iria até a mesa do ídolo, pedir um autógrafo, sendo prontamente desautorizado. “Onde já se viu incomodar as pessoas em momento de lazer?”, deve ter pensado o pai. “Aquela situação era de exceção”, pensou o filho. Foi uma das poucas vezes que Thomas achou valer a pena agir pela sua cabeça. Aproximou-se do piloto, pediu um autógrafo, foi atendido e voltou para a sua mesa, feliz da vida, sendo recebido com um sorriso orgulhoso pelo senhor Wolf. Valeu a pena a desobediência!

O tempo passou, mas aquela lembrança do dia em que conheceu o Audi 100 e apertou a mão do piloto Ayrton Senna nunca lhe saiu da memória. O fato é que, consciente ou inconscientemente, Thomas fez o que pôde depois que se formou engenheiro mecânico e trabalhou em empresas no Brasil e exterior, até conseguir entrar na Audi AG, matriz da marca alemã, em 2001, onde fez carreira. Hoje ele é vice-presidente para a área de chassi e tecnologia autônoma, empolgado por estar ajudando a construir o futuro da marca.

NO TOPO DO MUNDO

É inspiradora a lista com os feitos do alpinista **Waldemar Niclevicz,** considerado um dos mais experientes montanhistas do Brasil. Foram dezenas de montanhas escaladas ao redor do mundo — muitas delas exigindo do desafiante um nível técnico de conhecimento extremo —, a ponto de ele mesmo perder a conta. Mas tem um desafio que ele jamais terá dificuldade para lembrar, e, caso isso ocorra, nós lhe lembraremos: Niclevicz foi o primeiro brasileiro a escalar, ao lado de Mozart Catão, o monte Everest, colocando a bandeira no ponto mais alto do mundo.

Apesar de mais de 30 anos de experiência na montanha, Niclevicz se emociona com cada feito alcançado, considerando que cada projeto tem seus desafios e glórias, nem sempre associados apenas à altura, mas também à dificuldade do percurso e às variações do tempo. Voltar caminhando para a base depois de ter chegado ao topo, seja qual for esse topo, é motivo de comemorações, ainda mais quando não ocorrem imprevistos ou incidentes graves com algum companheiro ou com ele próprio. Após se sentir salvo, são e forte por mais uma etapa vencida, só tem um fato que deixa o alpinista ainda mais sorridente, ao menos enquanto chega a um lugar aconchegante para tomar um banho quente, comer, descansar: saber que terá um carro para se levar até lá. Nas suas próprias palavras:

— Depois de dias escalando, andar centenas, milhares de quilômetros, sem dormir, cansado, não tem nada mais penoso do que ter que chegar a pé até a casa de um amigo, de um hotel.

É aqui que a Audi entra na história de Niclevicz. Desde 2018, ele conta com um modelo da Audi para se deslocar entre uma escalada e outra, fazendo questão de dirigi-los pessoalmente. Começou com um Q7 e, em 2019, esteve à sua disposição o Audi Q8, no seu projeto de escalar 82 montanhas dos Alpes europeus, todas com mais de quatro mil metros de altura. Parece muito, e é, mas, até o término deste livro, só faltavam quatro. Ele, e nós, continuamos contando, vendo as argolas da Audi balançarem nas alturas.





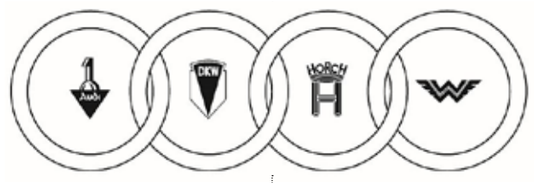
POR TRÁS DAS MÁQUINAS, PESSOAS

Em 25 anos de Brasil, a Audi se tornou sinônimo de excelência — de marca, de carros, de atendimento, de satisfação do cliente. À frente desse sucesso, está seu quadro de colaboradores, alguns com mais, outros com menos anos de casa, todos comprometidos em traduzir no dia a dia de seu trabalho um conceito de inovação e qualidade que atravessou o século XX, cruzou fronteiras e ganhou o mundo. Que venham mais 25, depois 50, 100 anos...

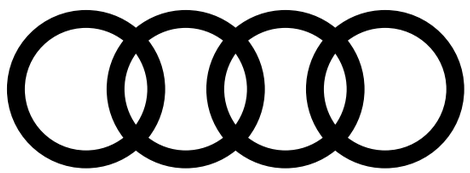
PASSADO PRESENTE

As marcas que deram origem à Audi









A história da Audi remonta ao final do século XIX, primórdios da indústria automobilística — a bem da verdade, quando a marca nem era chamada pelo seu nome atual. A Audi AG, como a empresa é denominada mundialmente, é fruto da união de várias marcas independentes que estavam envolvidas com a produção dos primeiros veículos motorizados, cada uma em um momento e a maioria em locais diferentes da Alemanha.

Resumidamente: a Horch nasceu em 1899, em Colônia; a DKW, em 1902, em Chemnitz; a Audi (tradução latina de Horch), em 1909, em Zwickau; a Wanderer, em 1913, em Chemnitz. Em 1932, essas empresas se fundiram e formaram a Auto Union, dando origem aos elos que representam até hoje o logotipo da Audi. O conglomerado foi absorvido pela VW em 1965. Por fim, em 1969, seria a vez da NSU se juntar ao grupo, daí surgindo a Audi NSU Auto Union AG. O nome Audi AG, como o conhecemos, surgiria em 1985.

Cada uma das marcas que compuseram a Audi produziu carros históricos, que se tornaram referência de tecnologia, de desempenho, de design, de uma época. Nem sempre esses modelos ostentavam o logo da Audi em sua carroceria. Mas, sendo Audi, Auto Union, DKW, Horch, NSU ou Wanderer, a essência é a mesma, o que implica em dizer que esses carros têm o mesmo compromisso de ser um estado da arte em seus segmentos, como atestam os modelos que entraram para a história.

HORCH

Horch Typ 853 A



Horch 853 Sport Cabriolet





Horch 830 BL Cabriolet



Horch 11/22 hp, “Torpedo”

DKW

DKW F12 Roadster





DKW Meisterklasse Universal Type F 89 S

DKW GT Malzoni



Made in Brazil

Desde 2007, o brasileiríssimo DKW GT Malzoni ocupa lugar de destaque no acervo de carros clássicos da Audi. É guardado a sete chaves no Audi Tradition, espécie de suporte para o Audi Museum Mobile, em que repousam beldades históricas que, por questão de programação, não estão sendo exibidas. Fazem parte desse seleto rol modelos como o primeiro A4, a perua mais rápida do mundo RS2 e o bólido R8, vencedor das 24 Horas de Le Mans.
Obra do italiano Genaro Domenico Nuncio Malzoni, o DKW GT Malzoni nasceu em um galpão na cidade de Matão, interior de São Paulo. Utilizava a mesma mecânica do DKW, construído no Brasil pela Vemag: motor de 1 litro, 3 cilindros, 2 tempos, com 60 cavalos. Sua primeira aparição se deu no Salão do Automóvel de São Paulo de1964, como modelo 1965.
Era para ser “apenas” um carro de competição, mas, diante do sucesso, ganhou uma versão de carro de passeio.
Foram vendidas pouco mais de 40 unidades em 1966, quando a produção foi interrompida. Mas sua fama cruzou o Oceano Atlântico, despertando o interesse do departamento de preservação da Audi, em Ingolstadt, Alemanha.

AUDI

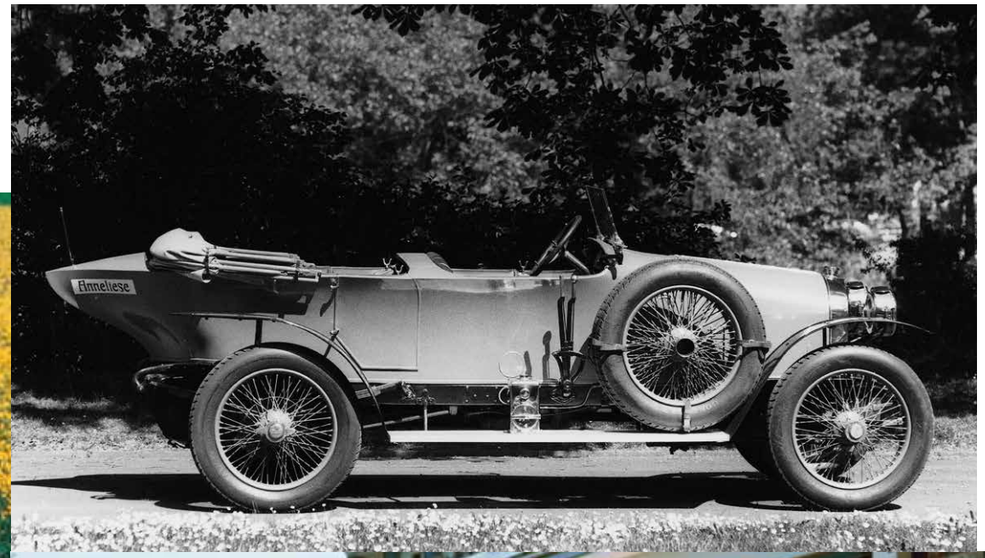
Audi 100 Coupé S





Audi Type K “Phaeton”

Audi Type C





Audi 200 Avant

WANDERER

Wanderer W25K Roadster



Wanderer W24





Wanderer W11



Wanderer W10/ IV furgão

AUTO UNION

Auto Union C-type V-16



Auto Union C-type V-16





Auto Union 1000 Sp Coupé



NSU

NSU Prinz II





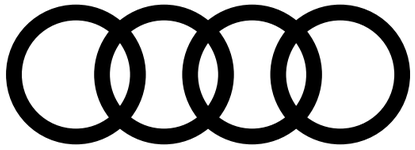
NSU TT

NSU Ro 80





NSU Prinz I



...E O FUTURO CHEGOU

Que venha a nova era da mobilidade!

Ok, nos alfabetizamos no beabá automotivo aprendendo mais ou menos que os carros devem ser bonitos, confortáveis, seguros, rápidos, econômicos, uma ou outra coisa em maior ou menor grau, de acordo com o jeito do motorista-piloto. Sempre foi assim, entendemos, e hoje em dia essas características continuam fundamentais, mas não são suficientes. A mobilidade está sendo profundamente moldada por novas necessidades e exigências da vida contemporânea. O vocabulário do meio passou a ser enriquecido com palavras como conectividade, eletrificação, direção autônoma, compartilhamento — atributos determinantes para deixar o trânsito mais eficiente, a condução mais relaxante e o meio ambiente mais saudável. Nova era, novos paradigmas. Não é de hoje que a Audi desenvolve pesquisas para disponibilizar no mercado os veículos que atendam aos anseios dos novos tempos tecnológicos. São soluções que estão longe de ser meros exercícios de criação. Muitas, inclusive, já estão rodando pelo mundo afora — não é mesmo, A8? Outros modelos, embora acabados e aptos a entrar em operação, dependem apenas de adaptações nas estruturas das vias e adequação à legislação de cada local — “apenas” é força de expressão, porque essas mudanças requerem um esforço social conjunto para ficarem em pé. Dada a velocidade como essa demanda mercadológica avança, entretanto, é questão de tempo, pouco tempo, para que façam parte do cotidiano das grandes cidades os ditos modelos futuristas, capazes de andar sozinhos, competir feito um autorama, voar ou até circular na Lua.
A Audi segue fazendo seu show.

FAROL DOS TEMPOS

Primeiro carro de produção em série do mundo a oferecer o sistema de condução autônoma nível 3 — o veículo se movimenta sozinho e monitora o ambiente interno, exigindo poucas intervenções do motorista. A rigor, o A8, desde o seu lançamento, vem definindo e redefinindo o conceito de tecnologia da Audi e do mercado em geral. Em sua quarta e atual geração, o sofisticado sedã se mantém como referência. Em suma, sempre à frente.

A8

UMA NOVA EXPERIÊNCIA

Este nome carimba o ingresso da Audi no território dos carros eletrificados. Vem com motor de 408 cavalos, capaz de oferecer autonomia de 400 quilômetros. Eficiência, performance e tranquilidade, tudo junto. O Audi e-tron traduz a experiência de direção de uma nova era.

E-TRON

COISA DE FICÇÃO

Desenvolvido para corridas no vídeo game PlayStation 4, o e-tron Vision Gran Turismo ganhou vida fora das telas como veículo funcional. O carro conceito elétrico foi utilizado como táxi em uma etapa da Fórmula E, transportando clientes e convidados pelos circuitos encravados nas cidades. Apesar de sua origem lúdica, o modelo tem os pés, digo, as rodas no chão, incorporando elementos da linguagem de design atual, como a grade Singleframe invertida na cor do veículo, típica dos modelos e-tron. Das telas virtuais para o mundo real.

E-TRON VISION GRAN TURISMO

O PILOTO SUMIU...

Quem disse que direção autônoma não combina com velocidade? A Audi colocou na pista de Hockenheim, na Alemanha, o conceito Audi RS 7 autopilotado, em volta de demonstração durante o Campeonato Alemão de Carros de Turismo (DTM). O modelo não desfilou, mas, sim, se colocou à prova, atingindo velocidade de competição próxima à de pilotos profissionais, por volta de 240 km/h. Foi um exercício e tanto da montadora para demonstrar o potencial de seus carros feitos para andar sem condutor. Um verdadeiro autorama das pistas!

RS 7 CONCEPT

NO MUNDO DA LUA

A Audi foi responsável pelo fornecimento de componentes leves e da tração integral quattro da Lunar Quattro, sonda de condução autônoma desenvolvida para circular na irregular superfície da Lua em condições de temperaturas extremas. O veículo nasceu com o objetivo de explorar cerca de 500 metros do território e transmitir vídeos e imagens em alta definição para a Terra. Um painel ajustável, que utiliza os raios do sol como fonte de energia para uma bateria de íons de lítio, é responsável por alimentar quatro motores elétricos, cuja velocidade máxima é de 3,6 km/h. Sinta-se em outro mundo!

LUNAR QUATTRO

QUARTETO VISIONÁRIO

Os modelos que a Audi desenvolve hoje como protótipos para circular pelas vias amanhã incorporam conceitos de sustentabilidade em sua concepção — todos têm motor elétrico, por exemplo — e também preveem modalidades de usos específicos e por um tempo limitado, seja para trabalho, lazer, seja para uma simples locomoção prazerosa.

NA ESTRADA

Modelo de condução autônoma, sem pedais ou volante, capaz de rodar até 800 quilômetros com a mesma carga de bateria. Dispondo de quatro portas com aberturas opostas, sua proposta privilegia o conforto, em um ambiente amplamente envidraçado e repleto de tecnologia. As dimensões impressionam até quando comparadas a modelos voltados para o segmento de luxo. A distância entreeixos, de 3,470 metros, é 24 centímetros maior do que na versão longa do novo Audi A8. Os faróis de longo alcance foram abolidos. Em seu lugar, um sistema de sensores de radar a laser encontra o caminho de forma confiável e detecta eventuais obstáculos a tempo.

AICON

NA NATUREZA

Veículo off-road projetado para os ocupantes terem ampla interação com a natureza. A atração está do lado de fora, e não de dentro. Tanto que o modelo não abusa dos tamanho das telas a bordo para proporcionar entretenimento. Em vez disso, uma ampla área envidraçada permite visão clara dos arredores, colocando os passageiros em contato com a trilha, como bem define a denominação do fora-de-estrada. Inovador em mais de um sentido, o conceito possui drones em lugar dos faróis.

AI:TRAIL QUATTRO



NA CIDADE

Carro urbano autônomo (nível 4) voltado para megacidades, traz conectividade e uma variedade de serviços de informação, entretenimento e relaxamento. É um autêntico representante do seu tempo, quando o veículo se torna um terceiro espaço na vida das pessoas — depois da casa e do trabalho. Conforto e comodidade, então, são itens de primeira necessidade. O modelo foi projetado para levar até quatro pessoas, mas o layout pode ser configurado de maneira a otimizar os espaços de acordo com o perfil da viagem, incluindo a posição dos assentos. Óculos de realidade virtual fazem parte do sistema de informação e lazer dos passageiros.

AI:ME

NA PISTA

Esportivo de alto desempenho, concebido exclusivamente para pistas de corrida — mas não apenas. Quando conduzindo só o piloto, o assento pode ser posicionado no centro do interior, como em um monoposto, disposição ideal para uma pista de corrida. Para o uso no dia a dia, o banco pode ser colocado de lado, permitindo a presença de um passageiro. A utilização de alumínio e carbono garante que o carro seja relativamente leve, pesando cerca de 1.500 kg. Equipado com três motores elétricos poderosos, um na frente e dois na traseira, é capaz de acelerar de 0 a 100 km/h abaixo de três segundos.

AI:RACE



CHICO BARBOSA

Jornalista com doutorado em Comunicação e Semiótica,
é escritor, editor da CBNEWS e colunista na Exame VIP (Car & Fun).
É autor, entre outros livros, de “A Chave do Sucesso: Como a Audi se tornou cult”
(CBNEWS, 2004), Prêmio Jabuti em 2005. Nasceu em São Paulo, em 1966.

chicobarbosa.com

EXPEDIENTE

CHICO BARBOSA

_Editor

ANDREAS HEINIGER

_Fotógrafo e Editor de Imagens

ROBERTO CIPOLLA

_Direção de Arte

PETER KOBER (Comunicação Audi Tradition)

_Consultor Técnico

LOTHAR WERNINGHAUS

_Consultor Técnico

OSWALDO DE CAMARGO

_Revisor

GRÁFICA IPSIS

_Impressão

CBNEWS Editora

cbnews.com.br

Rua Comendador Miguel Calfat, 128, conj. 608
04537-080, Vila Nova Conceição, São Paulo, SP
Fone: 11 3044 4700

Este livro foi produzido com o apoio da Audi do Brasil

AUDI DO BRASIL

JOHANNES ROSCHECK

_Presidente

CLÁUDIO RAWICZ

_Diretor de Comunicação e Marketing

VINÍCIUS ROMERO

_Relações Públicas

Audi do Brasil

Avenida das Nações Unidas, 14261,
WT Morumbi, Torre A, 14º andar
04794-000, São Paulo, SP, Brazil

CRÉDITOS DAS FOTOGRAFIAS

ANDREAS HEINIGER
Páginas 3, 63, 65, 67, 71, 73, 75, 77, 79, 83, 85, 89, 93, 97, 99 101

FERNANDO QUEIROZ
Página 95

JOSÉ LUIZ HARTMANN
Página 105

KARIN STURN ©ASE
Páginas 6 (Pelas mãos de Ayrton Senna), 61

MIRO
Página 87

NORIO KOIKE ©ASE
Página 10 (1, 2, 3...10 anos)

CORPORATE ARCHIVES OF AUDI AG
Páginas 19, 21, 23, 25, 27, 33, 35, 27, 47,

IMPRENSA INTERNA DA AUDI
Página 103

Demais fotos, cedidas por Audi do Brasil e Audi AG

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Barbosa, Chico
Audi do Brasil : passado, presente, futuro /
Chico Barbosa. -- São Paulo : CBNEWS, 2019.

1. Audi (Automóveis) - História I. Título.

19-31773 CDD-629.22209

Índices para catálogo sistemático:

1. Audi : Automóvel : História : Tecnologia
629.22209
2. Automóvel Audi : História : Tecnologia 629.22209

Cibele Maria Dias - Bibliotecária - CRB-8/9427