autobizInsights





Aymeric RAYMOND

Gestor de Projetos de Dados

O mesmo veículo pode valer mais noutro mercado europeu?

Os mercados europeus de usados não evoluem todos ao mesmo ritmo. Como mostrámos no nosso último Insight, a procura, a rotação de stock e a depreciação variam significativamente de um país para outro, em particular no caso dos veículos elétricos.

Estas diferenças refletem-se diretamente nos valores B2B: o mesmo veículo, com versão, idade e quilometragem idênticas, pode ter valorizações muito diferentes consoante o país.

Como medir estas diferenças e identificar os mercados com maior potencial de valorização?

NOVEMBRO 2026

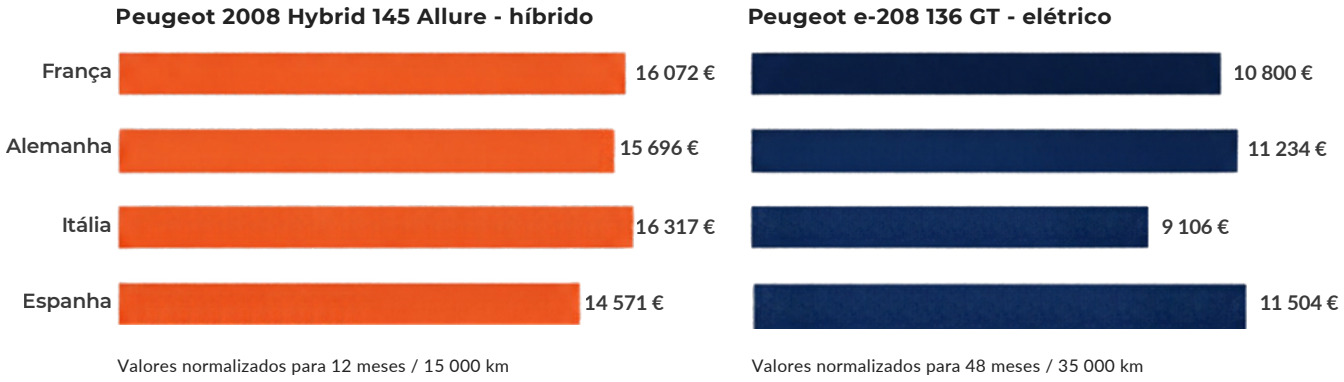
EDIÇÃO 30

Porque é que o mesmo veículo não vale o mesmo em toda a Europa

Tomemos como exemplo o Peugeot 2008. Com a mesma idade e quilometragem, o valor B2B da sua versão híbrida varia 12% entre a Itália e a Espanha, o que representa uma diferença de cerca de 1 750 €. No caso de um Peugeot e-208 com quatro anos em fim de contrato, a diferença sobe para 26% (2 400 €) e a classificação inverte-se: a Espanha passa para o primeiro lugar, enquanto a Itália fica em último.

Não se trata de um caso isolado. Um estudo da autobiz sobre 24 versões comparáveis em quatro países europeus (França, Alemanha, Itália e Espanha), realizado entre janeiro e abril de 2026, revela uma diferença mediana de valorização de 12% entre o mercado mais e o menos valorizado para a mesma versão.

Valor B2B do mesmo veículo por país



Fonte: autobiz - valores B2B Standard, vendas jan.-abr. 2026, sem IVA.

Estas diferenças refletem as características próprias de cada mercado: equilíbrio entre oferta e procura, níveis de stock, preferências locais por determinados modelos e motorizações, bem como sazonalidade e estratégias de preço.

A maturidade do mercado de veículos elétricos também influencia, embora o seu efeito nem sempre seja linear: uma oferta limitada pode sustentar os valores, enquanto uma procura hesitante pode exercer uma pressão descendente.

Nenhum mercado apresenta sistematicamente valorizações superiores às dos restantes. O potencial depende tanto do próprio veículo como do país em que é avaliado.

Não existe uma classificação única dos mercados europeus

Para analisar estas diferenças, é essencial comparar os veículos com uma metodologia homogénea em todos os países. Ao combinar o desempenho histórico em B2B com indicadores de mercado atuais — níveis de stock, vendas, rotação de stock e atratividade dos veículos —, a nova metodologia de valorização B2B da autobiz oferece uma visão coerente dos mercados europeus, com um nível de detalhe que chega à versão.

Esta abordagem evidencia diferenças significativas consoante a motorização.

Uma análise da autobiz dos valores B2B por motorização em quatro mercados europeus destaca o seguinte:

Elétrico: as diferenças de valorização são particularmente acentuadas, com um índice de 93 em Itália face a 107 em Espanha.

Híbrido: as valorizações são mais homogéneas, de 97 em Espanha a 102 na Alemanha.

Gasolina: a Alemanha destaca-se com um índice de 110, face a valores entre 96 e 99 nos outros três países.

Diesel: a França regista o índice mais elevado (107), à frente da Alemanha (101) e da Itália (93).

Uma hierarquia dos mercados que varia consoante a motorização

	France	Germany	Italy	Spain
Electric	100	n.a.	93	107
Hybrid	100	102	100	97
Petrol	99	110	97	96
Diesel	107	101	93	n.a.

Average B2B value index by powertrain (base 100 = country average), calculated at vehicle version level across 23 comparable versions. N/A: fewer than 2 versions.

Fonte: autobiz - valores B2B Standard, vendas jan.-abr. 2026. Valores sem IVA, normalizados para 12 meses / 15 000 km.

A classificação dos mercados muda, portanto, consoante a motorização. Um país que oferece valorizações favoráveis para os veículos elétricos não o faz necessariamente para os modelos a gasolina, diesel ou híbridos.

No entanto, estas tendências gerais devem ser interpretadas com prudência. Mesmo dentro da mesma motorização, as diferenças podem ser significativas de um modelo ou versão para outro.

Por isso, uma comparação pertinente não se pode basear apenas em médias nacionais. Exige um nível de detalhe suficiente para refletir as características e o potencial de cada veículo.

Diferenças de valorização: novas oportunidades

Estas diferenças são mais do que desvios estatísticos: mostram como cada mercado valoriza os veículos.

Para fabricantes, empresas de renting, gestores de frotas e grupos de concessionários, uma visão europeia dos valores B2B permite identificar os modelos e versões com maior potencial de valorização em determinados mercados.

Inversamente, pode confirmar que o mercado de origem de um veículo continua a ser o que melhor o valoriza.
Contudo, estas oportunidades não se identificam apenas ao nível do país ou da motorização: exigem uma análise por modelo e versão, uma vez que dois veículos comparáveis podem apresentar diferenças de valorização muito distintas consoante a sua atratividade local.

Além disso, estas posições não são fixas: a evolução da procura, do stock e das preferências dos compradores pode alterar gradualmente a classificação dos mercados.

Referências de valorização B2B homogéneas à escala europeia permitem, por isso, acompanhar esta evolução, identificar as diferenças e compreender melhor que mercados oferecem o maior potencial para cada veículo.

Conclusão

O valor B2B de um veículo depende estreitamente do mercado em que é avaliado. Com uma diferença mediana de 12% entre países nas versões comparáveis estudadas, estas disparidades são um fator relevante para os profissionais do setor automóvel.
Uma análise europeia homogénea e detalhada permite ir além das médias nacionais e identificar os mercados onde cada veículo tem maior potencial de valorização.
Concretizar este potencial é o passo seguinte, que abre naturalmente a reflexão sobre as estratégias de remarketing internacional e as oportunidades transfronteiriças.



Saiba mais

Aymeric RAYMOND

Gestor de Projetos de Dados

corporate.autobiz.com