

N. 50
Maio 2017



GLASSDRIVE.PT



NEWS



15 ANOS
GLASSDRIVE
RUMO
AO
FUTURO!

5 Congresso
Glassdrive

10 Entrevista
Martial Lafont

17 Airbus
A350-1000

NEWS

N. 50
Maio 2017

PROPRIEDADE

Saint-Gobain Autover Portugal, S.A.
Rua 25 de Abril, 460 | 4410-014 V. N. Gaia | Portugal

DIRETOR

Licínio Nunes

CONSELHO EDITORIAL

Licínio Nunes, Vasco Azevedo

REDAÇÃO

Licínio Nunes, Vasco Azevedo

EDIÇÃO E PROJETO GRÁFICO

Dpt. Marketing e Comunicação Saint-Gobain Autover Portugal

TELEFONE

+351 227 536 150

FAX

+351 227 536 159

E-MAIL

marketing@glassdrive.pt

IMPRESSÃO

Lusoimpress

TIRAGEM

8100 exemplares

PERIODICIDADE

Trimestral

Isenta de Registo na ERC ao abrigo
do Dec. Regulamentar n.º8/99 de 9 de Junho.

Proibida a reprodução no todo ou em parte.

www.glassdrive.pt

facebook.com/glassdrive.pt



A marca das marcas

Quando compramos um automóvel, viajamos de autocarro, de comboio, de barco, de avião, ou mesmo quando o homem entra na exploração do espaço, a Saint-Gobain está connosco nessa viagem. Por isso, mais de 56% das viaturas que circulam na Europa, estão equipadas com vidros Saint-Gobain Sekurit e uma boa parte dos transportes rodoviários de passageiros e mercadorias, são equipados também com vidros da mesma marca. Os comboios que circulam na Europa, os cruzeiros que cruzam os mares, os aviões que rasgam os céus, as aeronaves que desafiam o espaço, ou mesmo o simples fogão ou micro-ondas, pode ser equipado com vidro da Saint-Gobain!

Fundada em 1665 por Jean Baptiste Colbert à ordem de Luis XIV, o Rei Sol, a Saint-Gobain, foi concebida para fazer frente ao vidro italiano de Veneza que preenchia os salões e palácios da Europa, tendo como missão principal equipar e dotar de vidro e espelhos o Palácio de Versalhes!

Desde então, a Saint-Gobain não mais deixou de ser a marca de referência, estando sempre na vanguarda da técnica, do desenvolvimento de novas soluções, na criação dos modelos de vidro mais arrojadas para os automóveis, ou em qualquer outro meio de transporte.

Como em tudo, há sempre quem copie os bons exemplos e por isso, começaram a aparecer os vidros copiados, muitas vezes sem a menor preocupação de qualidade, de elementos estruturantes, como a extrusão ou a encapsulação e mesmo até com deficiência perimétrica, visual, de espessura ou mesmo até da elementar serigrafia!

Vidros com antena incorporada, com alarme, com aplicações de sensores, com funções reflectantes e com incorporação de chips de leitura visual, de qualidade insonorizante, acústicos, com funções camaleónicas e de opacidade quase total, vidros de baixo teor emissivo, de segurança, ou à prova de bala, vidros hidrofóbicos, **só são possíveis devido à capacidade e criatividade dos técnicos da Saint-Gobain Sekurit!**

Quando, nos tempos que correm, recorremos aos especialistas de vidro automóvel para substituir o vidro da nossa viatura, devemos valorizar alguns aspectos e desvalorizar outros.

Devemos exigir um vidro de qualidade, que obedeça aos mais elementares standards de qualidade e em que as qualidades do vidro que equipava a viatura sejam plenamente asseguradas. Cópias não são garantia de qualidade e por isso, devemos exigir o melhor, porque a isso temos direito!

SEKURIT

smart vision

No entanto, a marca da viatura que só no vidro é aposta, e que em caso algum aparece mencionada nas peças que equipam os nossos automóveis, é dispensável, porque a marca que conta é a do produtor do vidro e não a do veículo, porque este não produz vidros nem peças, apenas as monta, num kit, que resulta num automóvel.

Nenhum de nós, quando vai trocar pneus, calços de travão, faróis, ou o pára-choques do nosso carro, exige que a peça traga a marca de origem, simplesmente porque esta não está marcada na peça! No vidro essa tendência foi-se evidenciando, e constitui a única peça que é chancelada com a marca da viatura, mas tal não significa que a peça é melhor que aquela, que sendo da mesma marca dos restantes vidros da viatura, ainda que sem logotipo, não contem a marca da viatura!

Temos por isso que valorizar a marca do vidro e não a marca da viatura, porque a diferença qualitativa no vidro está na marca deste e não na marca da viatura!

Mas não nos equivoquemos, a marca do vidro terá que ser a de um produtor de vidros originais e não de um qualquer *copy maker*, porque corremos o risco de pagar o mesmo por algo que pode por a nossa vida em risco, mas que seguramente não é do mesmo padrão de segurança do vidro que a marca seleccionou!

**Por segurança,
aposte na marca das marcas!**

GLASSDRIVE®

15 ANOS

2002 - 2017

A rede Glassdrive comemora em 2017 o seu 15º ano de existência, data que merece sem dúvida uma atenção especial. É de louvar o espírito empreendedor desta rede, que de um projeto em 2002 se alicerçou à posição de líder no mercado de substituição e reparação de vidro automóvel.

Tendo sido pioneira na Europa, a rede lusitana tem servido de exemplo para a forte expansão da Glassdrive a nível europeu, presente em 10 países e com uma estratégia de crescimento sustentado.

A nível nacional, a Glassdrive apresenta a maior rede nacional, com 137 centros, apoiados pela qualidade do vidro produzido pela Saint-Gobain Sekurit, permitindo assim afirmar a qualidade original do vidro substituído nos centros Glassdrive.

Obviamente que o foco no cliente é uma preocupação da rede Glassdrive, que aposta numa formação contínua de atendimento ao cliente aos seus colaboradores, e o resultado mais evidente dessa aposta é ter sido eleita pelo 5º ano consecutivo a Escolha do Consumidor, para o segmento de Substituição e Reparação de Vidro Automóvel.

Um ano de comemoração que teve o seu ponto mais alto no Congresso Glassdrive, onde esta data foi comemorada com toda a honra que este aniversário merece!



XIV Congresso Glassdrive

15 Anos de História



Foi na zona do Oeste que a Glassdrive se reuniu para o seu XIV Congresso, em que o tema forte foi a celebração do 15º aniversário da rede Glassdrive, efeméride de registo em que o sucesso e crescimento são as marcas indeléveis de uma estratégia de consolidação.

15 anos empresariais são sempre dignos de reconhecimento e isso refletiu-se com a presença de um forte contingente internacional com a comparência do *Sr. Jacques Chaumette*, Diretor Geral Saint-Gobain Autover & Transport Division, *Sr. Martial Lafont*, Diretor Geral Glassdrive Internacional, *John Coertjens*, Diretor Marketing Glassdrive Internacional e *Carlos Otero*, Diretor Geral Glassdrive Espanha, que nos honraram com a sua presença.

O Congresso foi marcado pelas memórias de 15 anos de sucesso em que a apresentação de soluções para o futuro não foi descuidada. A partilha de estratégias já implementadas a nível local foi um dos momentos que marcou o Congresso Glassdrive, e no sentido de preparar o futuro várias soluções e serviços foram apresentados à rede para assim garantir um futuro de prosperidade.



No final do Congresso foram entregues recordações aos membros pioneiros que comemoram 15 anos de Glassdrive, bem como aos membros que neste momento tem mais de 10 anos de adesão à rede Glassdrive.

Um momento de emoção e comemoração que ficou na memória de todos.



Comemorou-se 15 anos de história e ficou o brinde para mais 15 anos de sucesso!





Reparamos o vidro da sua viatura rapidamente e em qualquer lugar!

Serviço Móvel de Reparação

Um pequeno impacto no para-brisas pode transformar-se num grande dano a qualquer momento, comprometendo a segurança dos passageiros. A GLASSDRIVE aconselha a sua reparação com a maior brevidade possível e garante a qualidade e segurança da operação.

Vidro picado?

Ligue-nos. Vamos até si!

808 277 377

Repair & Go

REPARAMOS O VIDRO DA SUA VIATURA

UM SERVIÇO GLASSDRIVE®

1.
Isabel Santos
(Repair & Go Porto)

2.
António Galvéz
(Repair & Go Zaragoza)

3.
Bruno Silva
(GD Guimarães)



VI Olimpíadas da Reparação

A internacionalização

A As Olimpíadas da Reparação são já uma tradição da Glassdrive, em que o envolvimento de toda a rede é notório e, sem dúvida, que esta competição tem contribuído para a divulgação da reparação do vidro automóvel.

Nesta edição de 2017, a competição teve uma componente internacional com a participação de três concorrentes espanhóis, dando assim mais ênfase à nossa competição e permitindo a partilha de experiência entre os vários concorrentes, sem dúvida um factor de enriquecimento para todos os participantes.

Como é evidente, esta internacionalização elevou o nível da competição fazendo com que todos os concorrentes dessem o seu melhor para provar a sua capacidade nesta delicada operação de reparação do vidro automóvel.

A competição foi bastante equilibrada, em que foi o pormenor que fez a diferença para a decisão da classificação dos nove concorrentes presentes na final.

Pela primeira vez nesta competição tivemos uma vencedora, realçando assim uma vez mais a estratégia de vanguarda da Glassdrive.

Em termos de competição, pôde-se observar os excelentes resultados finais obtidos por todos os concorrentes, o que reflete a aposta na formação realizada, pelas Glassdrive Ibéricas.

Não queremos deixar de agradecer a todos os concorrentes que participaram nas Olimpíadas da Reparação pois sem eles, esta competição não seria possível.



História e evolução das matrículas em Portugal

Vasco Azevedo

As matrículas são o elemento identificador do veículo e é deveras curioso saber como tem sido a sua história ao longo dos anos em Portugal.

O primeiro diploma legal que estabeleceu as regras específicas para a circulação automóvel em Portugal foi posto em vigor em 1901, e é então desde essa altura que os Governos Civis começaram a emitir matrículas (licenças de circulação automóvel). O Decreto de 3 de Outubro de 1901 estabeleceu a obrigatoriedade para que todos os veículos colocassem na sua parte posterior uma chapa metálica com a inscrição, em caracteres bem visíveis, do número da licença e da sede de distrito em que foi concedida. As matrículas apresentavam assim inscrições como PORTO 123 ou LXA. 234 (para veículos matriculados no Porto ou Lisboa).

O primeiro registo automóvel em Portugal, foi realizado em 1901, em nome de Augusto Sabido Teixeira de Aragão, natural de Santiago do Cacém.

Com o aumento da circulação automóvel e de modo a uniformizar o sistema de matriculação nacional, substituindo os arcaicos sistemas distritais, decidiu-se, em 1911, implementar um novo sistema. Para tal, o país foi dividido em 3 zonas de registo: Norte, Centro e Sul, com a atribuição de uma sequência privativa por uma letra identificativa, seguida por um número de série. Para as zonas Norte, Centro e Sul foram estabelecidas as sequências N-000, C-000 e S-000, respetivamente.

Em 1918 foram estabelecidas as zonas de registo dos Açores e da Madeira, sendo-lhes atribuídas as sequências A-000 e M-000. Este sistema e sequências de matriculação iriam estar em vigor nas ilhas até 1962. Nesta época, as chapas de matrícula foram uniformizadas, com fundo preto e caracteres brancos.

Apesar deste sistema ser simples e racional, na década de 1930 existiam já tantos automóveis a circular que, em algumas zonas, como a Sul que incluía Lisboa, o número de série já atingia os 5 dígitos. Como esta situação tornava difícil uma rápida identificação das viaturas pelos agentes de autoridade, começou a estudar-se um novo sistema de matriculação que permitisse um registo de um elevado número de viaturas sem apresentar muitos caracteres.

Assim, em 1 de Janeiro de 1937 entra em vigor o segundo sistema nacional de matrículas automóveis em Portugal. Neste novo sistema, as matrículas eram constituídas por três grupos de dois caracteres (um de letras e dois de números) separados por traços, tendo sido selecionada a sucessão AA-00-00.

Foi mantida a divisão das matrículas por zonas que agora eram identificadas, apenas indiretamente, através dos grupos de letras que lhes estavam reservados. As chapas permaneceram idênticas - de fundo preto com caracteres a branco -, com exceção dos veículos diplomáticos ou em importação temporária. O material utilizado nas chapas era o plástico, sendo os caracteres em relevo.

Por razões de "decência" foi inibido o uso dos grupos de letras CU e FD. Para além desta regra também não foi permitido o uso das letras Q e J, por se confundirem respectivamente com o O e com o I.



8 M T 6 F B N 7 3
X P A E Z D

No princípio da década de 1980, com o início do esgotamento das séries de matrículas reservadas a algumas das zonas de matriculação, decidiu-se acabar com a separação por zonas e passar a matricular-se sequencialmente os veículos a nível nacional. Mas, mesmo com a matrícula sequencial nacional, a série AA-00-00 começava rapidamente a chegar ao seu limite. Para adiar esse fim foi mesmo autorizado a utilização das "famosas" combinações CU e FD e a utilização das letras Q e J.

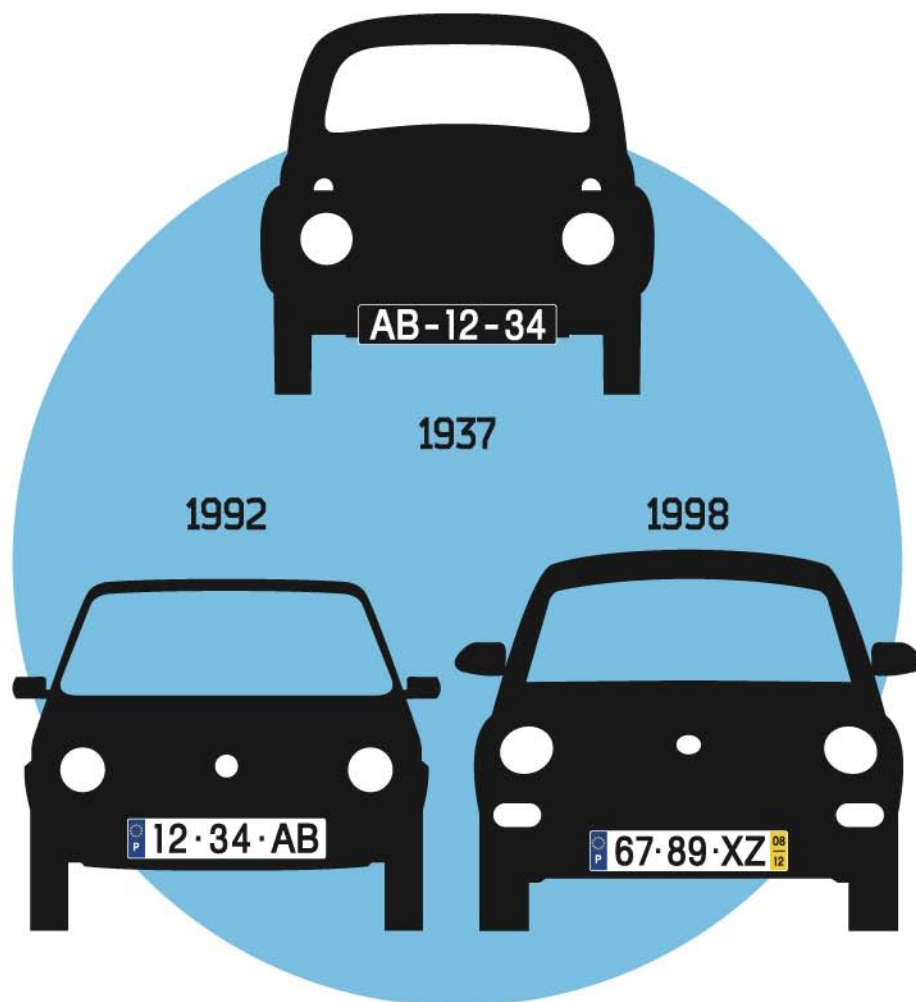
Mas como é evidente a sequência AA-00-00 tem um fim anunciado, que chega em 1992, sendo então comutada para 00-00-AA.

Ao mesmo tempo que se procedeu à mudança de sequência, procedeu-se também à introdução um novo tipo de chapa de matrícula. A nova chapa era metálica com fundo branco refletor, caracteres a negro e a "eurobanda" colocada no lado esquerdo. A famosa "eurobanda" consistia numa barra azul, com o emblema da então Comunidade Europeia, sobre a letra identificativa do país, "P" no caso de Portugal, que foi o segundo país a adotá-la.

As evoluções têm continuado e em 1998 procedeu-se a introdução no lado direito das chapas de matrícula de uma barra amarela com a indicação do mês e do ano da primeira matriculação do veículo.

Em 2005, com a consequente evolução do parque automóvel, a sequência iniciada em 1992 termina e inicia-se a sequência 00-AA-00, que está atualmente em vigor.

Quando esta chegar ao fim, está prevista a introdução da sequência AA-00-AA.



Entrevista a Martial Lafont

Diretor Geral da Glassdrive Internacional

Vasco Azevedo

Chegou recentemente à Glassdrive e detêm uma vasta experiência do mercado automóvel, sem dúvida uma mais-valia para as funções que está a desempenhar.

Como primeira questão, gostávamos de saber como vê a Glassdrive na atualidade e como perspetiva o futuro da rede?

A Glassdrive é uma história de sucesso com 10 anos e atualmente é o segundo maior player na Europa graças à recente aquisição da France Para-Brise, consumada no final de 2016. Eu acredito que o sucesso da Glassdrive resulta de um excelente envolvimento das equipas em todos os países, demonstrando às Companhias de Seguros a seriedade da rede, bem como o elevado profissionalismo da qualidade do serviço prestado nos centros Glassdrive. Iniciamos agora um novo ciclo de crescimento, com a criação da Unidade de Negócio Glassdrive, agrupando países em que a atividade de substituição de vidro automóvel é estratégica.

Na sua opinião, quais são os pontos fortes da Glassdrive e que lhe permite criar uma diferenciação para a concorrência?

A grande diferenciação da nossa rede é o facto de no seu essencial sermos constituídos por empresas franchisadas independentes (partners). A rede de centros próprios da Saint-Gobain é de 11% num total de 1135 centros. Claro que as equipas que trabalham nos nossos centros próprios estão a realizar um excelente trabalho, mas deve-se reconhecer que os franchisados conferem à rede um espírito ágil e uma estratégia de empreendedorismo. Resumindo, somos a única rede com capacidade de combinar empreendedores independentes locais com um produtor de vidro automóvel líder a nível mundial, reconhecido pela sua qualidade e inovação.



A tecnologia presente nos vidros está a aumentar de forma considerável. Como é que acha que essa evolução afetará o mercado da substituição e reparação de vidro automóvel?

Estamos presentes na cadeia de valor da Saint-Gobain de interesse estratégico: estamos presentes e somos actores desde a areia até à mão do cliente. Na realidade, os automóveis estão a ficar mais conectados e em breve tornar-se-ão inteligentes e autónomos. As nossas operações de substituição têm neste momento o impacto da calibração ADAS e num futuro muito próximo os pára-brisas inteligentes irão chegar aos nossos centros. Assim será necessário investir em formação, novos materiais tecnológicos para permanecer no nível superior de serviços para os nossos

clientes e utilizadores. Como uma rede europeia e parte de uma empresa líder em inovação a nível mundial, temos as ferramentas necessárias para desempenhar o papel de liderança na transformação no mercado de substituição e reparação de vidro automóvel.

E os automobilistas? Acha que no futuro terão em atenção este factor tecnológico na seleção da empresa que irá substituir o seu vidro automóvel?

Temos de encarar a realidade. Hoje em dia, os automobilistas não estão interessados em pára-brisas ou em vidro automóvel. Estes assuntos não têm impacto no seu dia-a-dia, no seu conforto, bem como na sua carteira. Mas quando falamos de veículos autónomos e pára-brisas inteligentes a perspetiva muda completamente. O vidro automóvel terá um papel muito mais importante no desempenho do carro e na experiência da mobilidade. Por isso, estou convencido de que os automobilistas começarão a mostrar interesse em saber as especificações técnicas do vidro e será nossa responsabilidade valorizar a qualidade dos nossos produtos.

Regressamos agora a uma das operações mais tradicionais do nosso negócio, que é a reparação do vidro automóvel. Como pensa que o índice de reparação evoluirá no futuro próximo?

A reparação é o cerne da nossa missão como especialistas em vidro e parceiros das companhias de seguros: reparar tudo o que é possível é um dever profissional e uma estratégia vencedora para com os nossos parceiros. Em alguns países não estamos ao nível expectado, enquanto outros tem apresentado uma grande performance, especialmente nos casos de sucesso do Repair & Go em Portugal e Espanha.



Na Dinamarca, a taxa de reparação é de 60%, pois o cliente quer evitar ao máximo o aumento do custo do prémio do seguro por ter efetuado uma substituição. Isto demonstra que podemos crescer e não podemos reduzir os nossos esforços. A reparação é um fator fundamental para o preço médio dos serviços e por isso é de interesse estratégico ter bons índices de reparação de modo a obter o nível certo de remuneração pelos serviços de reparação.

A expansão do negócio, nomeadamente em França, pressupõe um alargamento a outros países?

Neste momento estamos a trabalhar para integrar com todo o sucesso a France Pare-Brise na nossa organização, bem como reconhecer o que as suas melhores práticas e ferramentas trazem para nós. A nossa presença em França é entendida pelas Companhias de Seguros como um elemento bastante positivo, incrementado a credibilidade de toda a rede Glassdrive. Poderemos então iniciar uma negociação europeia de Companhias de Seguros globais (Axa, Allianz, Aviva, Generali, Zurich...) bem como empresas de leasing. No que se refere à extensão da Glassdrive a outros países, estamos sempre atentos a oportunidades de negócio.

Como é possível gerir a France Pare-Brise e ao mesmo tempo ter uma visão global e orientar os outros negócios da Glassdrive nos restantes países?

Quando ingressei no universo da Saint-Gobain em setembro do ano passado vindo da indústria dos pneus, foi uma grande oportunidade para mim ter um papel de direção operacional na integração da France Pare-Brise. Levou-me a compreender os desafios enfrentados pelos nossos parceiros e clientes. Eu acredito firmemente que 95% de um problema deriva da qualidade da sua implementação e não da sua pura estratégia. Devo confessar que para mim é um desafio desempenhar estas duas funções em simultâneo, mas tanto a equipa de gestão da France Pare-Brise bem como todos os diretores gerais das várias Glassdrive têm-me dado todo o apoio.

Como sabe, apesar do modelo de negócio ser igual, há diferentes visões em função do diretor de cada país. Qual a sua visão da Glassdrive Portugal relativamente às restantes e qual a sua perspetiva de futuro relativamente ao negócio?

O negócio é sempre local e eu acredito que o sucesso da Glassdrive nos últimos 10 anos está relacionado com o facto de que em Portugal somos Portugueses, em Espanha somos Espanhóis, na Grécia somos Gregos... Portugal conquistou a sua posição de liderança que é única na Europa: o nível

de confiança das companhias de seguros e a qualidade da rede no seu total é facilmente perceptível apesar de somente ter passado dois dias em Portugal e visitar a Glassdrive em janeiro. Compreendi que o mercado está em rápida transformação, com alterações a nível dos players. Sem dúvida uma grande oportunidade para que a Glassdrive Portugal cresça mais no mercado do vidro automóvel. De realçar que a rede Glassdrive Portugal foi a primeira a diversificar a sua atividade, com a Glassdomus e CASA, claramente duas notáveis iniciativas que são excelentes laboratórios e cujos resultados iniciais são bastante encorajadoras.

Como última questão, gostávamos de saber como vê a Glassdrive no seu todo daqui a 5/10 anos?

Vejo a Glassdrive num mundo em que o caminho do cliente digital é uma realidade quotidiana e em que as tecnologias inteligentes presentes no vidro da Saint-Gobain Sekurit farão a diferença para o cliente. Também gostaria de prever uma rede em que todos os centros estivessem conectados através de uma *cloud* permitindo a partilha de informação, referências, ferramentas de marketing e melhores práticas.

Resumindo, uma rede mais ligada com os seus utilizadores, os seus clientes e todos os técnicos, juntos num só!

Camião de transporte de vidros

Vasco Azevedo / Saint-Gobain

Quando circulamos pelas estradas e auto-estradas do nosso país, cruzamo-nos com uma grande diversidade de automóveis e camiões, mas existe um que desperta sempre a nossa curiosidade, pela sua forma singular.



Identificados como os camiões do vidro, é subentendido pelo público que, no seu interior, são transportadas enormes placas de vidro, recentemente fabricadas.

Mas, qual o porquê desta forma singular?

Na realidade, esta solução resulta da grande dimensão das lâminas de vidro fabricadas, que impede que sejam transportadas em camiões normais. Devido a essa dimensão, as lâminas de vidro têm que estar em suportes especiais, que depois são colocados nos camiões. Como esses suportes são especialmente altos, quando vão para o camião, ficam praticamente rentes ao solo, resultando que a distância entre os eixos seja totalmente utilizada nesta operação.

Estes suportes especiais são os mesmos que se utilizam nos armazéns das unidades fabris para armazenamento e movimentação das lâminas de vidro, pois o manuseio de material com este peso e dimensão é bastante complexa e todas as regras de segurança têm de ser respeitadas.



No que se refere à forma da galera dos camiões, em que a parte superior assume um formato trapezoidal, essa é uma simples questão de estética, pois existem galeras com forma quadrada que também transportam lâminas de vidro.

Assim sendo, para se identificar um veículo que transporte lâminas de vidro, devemos ter atenção à base do reboque entre os eixos e verificar se está próxima do solo. Se assim for, é muito provável que esteja a transportar lâminas de vidro.





Vidro Ultraleve

Tecnologia e Ambiente lado a lado

Fruito de uma maior consciência ambiental e necessidade de preservar o futuro, a legislação ambiental relativa à emissão de CO2 tem sido revista e atualizada de modo a implementar novos limites. A União Europeia tem estado na vanguarda dessa legislação, tendo decretado que em 2020 a emissão de CO2 por parte dos veículos automóveis deve ser de 95gr/Km.

De modo a responder a esta questão legislativa e ambiental, os fabricantes automóveis veem-se na necessidade de reduzir o peso das viaturas e sendo o vidro um dos materiais mais presentes no carro, com cerca de 4,4 metros quadrados na estrutura do automóvel, foi lançado o desafio aos fabricantes de vidro para produzirem um produto mais leve, mas mantendo as propriedades (resistência mecânica, propriedades térmicas e acústicas).



A Saint-Gobain Sekurit respondeu prontamente a esse desafio e apresentou no mercado o vidro SGS LightWeight, reduzindo a espessura dos "clássicos" 5 mm dos pára-brisas para uns surpreendentes 4,5 mm, que se traduz numa redução de 1,25 kg por metro quadrado de vidro, mantendo todas as propriedades do vidro automóvel.

Os resultados são de tal maneira notáveis que este novo vidro da Saint-Gobain já está aplicado em vários automóveis, salientando-se desde logo as novas viaturas elétricas da BMW, os modelos i3 e i8.

No que se refere à solução para os vidros laterais e óculos (vidros temperados) a redução na espessura dos vidros é obtida passando dos habituais 3,5mm para uns revolucionários 3,15mm, permitindo assim uma diminuição no peso do automóvel de 0,88 kg por metro quadrado de vidro.

Em 2020 a emissão de CO² por parte dos veículos automóveis deve ser de 95gr/Km

Com estas opções e garantia da manutenção da resistência mecânica, propriedades térmicas e acústicas é possível garantir a redução no consumo do combustível, bem como assegurar o objetivo de emissão de CO2 para o ano de 2020, contribuindo assim para um melhor ambiente a nível global, valor bem sustentado na estratégia actual de Habitat Sustentável da Saint-Gobain.

Saint-Gobain na neve

Vasco Azevedo / Saint-Gobain



A deslocação na neve é uma das locomoções mais exigentes, tanto pela dificuldade do terreno bem como pelas exigentes condições atmosféricas que estão indexadas à presença de neve.

Assim sendo, é necessário que os veículos que se deslocam na neve assegurem todo o conforto aos seus condutores e como sempre, a Saint-Gobain Sekurit é a empresa de eleição para garantir esses parâmetros. Assim, não é de estranhar que a empresa italiana Prinorth AG, líder mundial em veículos motorizados para deslocação em neve, tenha seleccionado a Saint-Gobain Sekurit para ser o fornecedor do pára-brisas aquecido de grande dimensão e restantes vidros do seu novo modelo de snow-groomer (alisador de neve), o Prinorth.

Comprova-se assim a versatilidade e qualidade dos materiais produzidos pela Saint-Gobain que são utilizados desde os ambientes mais agradáveis do nosso urbanismo até à inhospitalidade do mundo da neve.

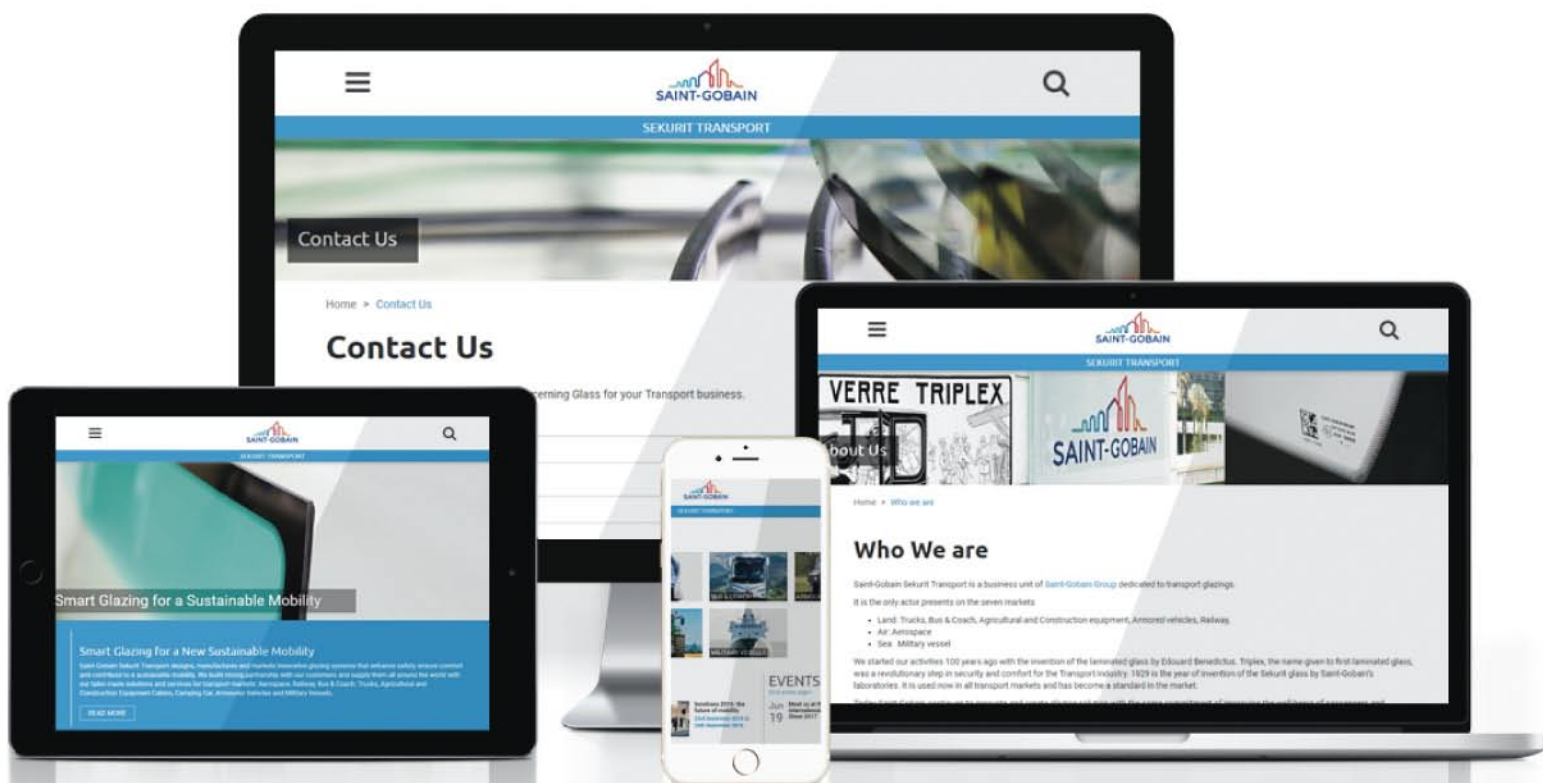
Saint-Gobain – O Futuro é Hoje!

Esta solução da Saint-Gobain Sekurit oferece ao operador do Prinorth um ambiente de trabalho ideal com:

- **Segurança**
- **Conforto térmico**
- **Excelente visibilidade geral**



SAINT-GOBAIN



Saint-Gobain Sekurit Transport

Estratégia Digital

A promoção de uma empresa no mundo digital é imperioso para a sua divulgação e conhecimento e foi por esses factores que a Saint-Gobain Sekurit Transport Division decidiu lançar o seu novo site. Este investimento está inserido na estratégia digital do grupo Saint-Gobain para incrementar a notoriedade das suas empresas e estar presente no universo digital.

Este novo site foi concebido para fornecer aos clientes, de forma clara e intuitiva, informações sobre as gamas de produtos e soluções de vidro nos diferentes mercados servidos pela empresa, nomeadamente aeroespacial, ferroviário, autocarros, camiões, tratores, máquinas de construção, veículos blindados e navios.

Uma base de dados segura e confidencial foi projectada para clientes de empresas aeroespaciais que lhes possibilita visualizar a gama completa de produtos e fazer o download dos documentos técnicos, bem como proceder à encomenda de peças de uma forma célere.

Este novo serviço servirá de experiência piloto e muito em breve será extensível a todos os perfis de clientes.

Mais um passo na modernização da Saint-Gobain que assim permanece na vanguarda do conhecimento.

www.saint-gobain-sekurit-transport.com

AUTOVER

O SEU PARCEIRO GLOBAL
PARA VIDRO AUTOMÓVEL

SAINT-GOBAIN SEKURIT
// DOT503 AS1 M21
E1 43R - 00340
E000245
6 ..



SAINT-GOBAIN

www.autover.pt

AIRBUS A350-1000

Saint-Gobain a bordo com inovação



Foi no final de 2016 que o maior jacto civil europeu, o Airbus A350-1000 realizou o seu voo de teste inaugural em Toulouse (França).

Um ensaio importante para esta empresa europeia que pretende combater o domínio da Boeing neste segmento de mercado. Para conseguir a competitividade e por consequência a liderança, a utilização de materiais da mais elevada tecnologia é fundamental para garantir os elevados parâmetros de segurança e garantir uma eficiência energética por óbvias razões económicas e ambientais.

Para garantir esta exigência, a bordo deste avião foram colocados vedantes de silicone desenvolvidos pela **Saint-Gobain Performance Plastics** e os fluidos de controlo de voo foram fornecidos pela **Saint-Gobain Research's Fluid Systems**.

Os desafios levantados pela Airbus à Saint-Gobain foram os seguintes: o desenvolvimento de um material em

silicone com capacidade para responder a um design específico e ao mesmo tempo os exigentes níveis de segurança e qualidade necessários à atividade aeronáutica. Após 3 anos de pesquisa e investigação, a equipa de I&D desenvolveu um silicone particularmente duro (valor 70 na escala de dureza IRHD) e apresentando uma resistência considerável a temperaturas extremas.

Com a redução de peso inerente à utilização de fibra de carbono na sua estrutura, este novo avião mede mais sete metros que o modelo actual A350-900, e tem capacidade para 366 passageiros. Sem dúvida que será o maior avião jamais construído pela Airbus. Com esta aproximação estratégica à Saint-Gobain, a Airbus beneficiou das capacidades tecnológicas do grupo e assim teve a capacidade para desenvolver esta nova aeronave em tempo recorde.

Mais uma prova da capacidade da Saint-Gobain para responder aos desafios de hoje com visão para o futuro.

People behind the glass*

* uma conversa com as pessoas que estão por detrás do sucesso da marca Glassdrive



Nome: José Fernando Pinto e Silva

Funções: Administrador Glassdrive Castelo de Paiva e Marco de Canaveses

Início de trabalho na Glassdrive: 2002

O que mais gosta no trabalho?

Os desafios diários, o lidar com pessoas (colaboradores, fornecedores e clientes) com as mais diversas sensibilidades, que nos lançam desafios e nos obrigam a dar o melhor de nós. Chegar ao final do dia com a “sensação do dever cumprido” e saber que os clientes saíram satisfeitos.

Como define a marca Glassdrive?

Uma marca que transmite confiança, e que procura renovar-se diariamente, acompanhando os desafios e exigências do mercado, sendo já reconhecida junto do consumidor.

O que queria ser quando era pequeno?

Desde tenra idade que o meu sonho era ser empresário.

O que é que o faz sorrir?

Ter o privilégio de ver os clientes saírem das nossas instalações satisfeitos com o serviço efetuado.

Carro dos seus sonhos?

Mercedes Pagode.



Nome: Luís Santos

Funções: Sócio gerente da Glassdrive Lisboa Centro, Lisboa Alvalade e Odivelas

Início de trabalho na Glassdrive: 2002

O que mais gosta no trabalho?

Trabalho comercial, contacto direto com os clientes.

Descrição de uma situação singular no trabalho?

Não me recordo de ‘uma’ situação singular, mas as relações de amizade que se criam com determinados clientes, os próprios interesses e gostos partilhados tornam-se realmente singulares.

Como define a marca Glassdrive?

Uma grande marca, com muito prestígio a nível nacional; serviço de grande qualidade.

O que queria ser quando era pequeno?

Cortador

O que é que o faz sorrir?

Os meus netos e, profissionalmente, quando chego ao fim do dia e percebo que o dia chegou ao fim sem complicações...

Carro dos seus sonhos?

Clássicos como o Mini e o 2CV, são os meus preferidos.



Nome: Vitor Cordeiro

Funções: Sócio gerente da Glassdrive Águeda e Anadia

Início de trabalho na Glassdrive: 2002

O que mais gosta no trabalho?

O contacto com os clientes e a satisfação do dever cumprido com honestidade.

Descrição de uma situação singular no trabalho?

Há cerca de 3 anos uma cliente exigiu-nos um vidro para-brisas OEM (original) para a sua viatura, um Skoda de 1998. Quando lhe quis explicar a origem do vidro e que o nosso era exatamente igual, mas sem logótipo, a senhora continuou a exigir o vidro com o logótipo, que se assim não fosse iria a outra empresa. Acabamos por aceder à exigência da senhora e aplicamos o vidro OEM. Curiosidades da vida, ou não, passados cerca de 3 meses, a mesma senhora teve um acidente, no qual ela foi a culpada. Mandou reparar a viatura e recorreu novamente aos nossos serviços para a substituição do para-brisas. Quando a questionamos se era para aplicar vidro original, que há tão pouco tempo tinha exigido, não quis, pois seria ela a pagar a reparação. Acabamos por lhe aplicar um vidro novo Saint-Gobain!

Como define a marca Glassdrive?

A melhor entre todas.

O que queria ser quando era pequeno?

Ser o que sou hoje!

O que é que o faz sorrir?

O prazer de viver em família e com amigos.

Carro dos seus sonhos?

Mercedes Benz, que ainda hoje tenho.





Glassdrive Castelo de Paiva ...



Glassdrive em renovação

A rede Glassdrive encontra-se num processo de renovação da sua marca, que consiste no restyling do logótipo, para acompanhar a evolução da sociedade e ao mesmo tempo manter a contemporaneidade do símbolo.

Este processo é importante, pois é primordial que os valores e missão da Glassdrive sejam refletidos no seu logótipo e por isso o desenvolvimento de uma nova imagem tem de merecer sempre a maior atenção.

O novo logótipo apresenta uma forma mais aerodinâmica das escovas, transmitindo assim uma ideia de rapidez e eficiência que se reflete na qualidade do serviço Glassdrive. Para além desta mudança gráfica, a cor azul assumida agora tem um tom mais “quente”, para potenciar a dimensão emocional da marca.

Existem vários aspetos na comunicação da marca, mas sem dúvida que um dos mais emblemáticos é a imagem das fachadas e vários centros Glassdrive já iniciaram esse processo de renovação. Os casos mais recentes são os centros Glassdrive Castelo de Paiva e Marco de Canaveses, que assim estão na vanguarda da atualização da marca Glassdrive em Portugal.

Os restantes centros decerto que irão continuar esta trajetória de atualização e rejuvenescimento da marca Glassdrive, que para além das fachadas dos centros, já se encontra visível num sem número de suportes de comunicação, tais como viaturas, merchandising, material promocional, Facebook, etc.

Este processo demonstra bem a dinâmica da marca Glassdrive, uma marca que se renova constantemente.

Glassdrive Castelo de Paiva

R. D. José de Arrochela

Sobrado

4550-134 Castelo de Paiva

GPS: 41.04489 / -8.2729

Tel. 255 699 638

castelo.depaiwa@glassdrive.pt

Horário

Segunda a Sexta:

8:30-12:30 / 14:00-19:00

Sábado: 8:30-13:00

... e Marco de Canaveses



Glassdrive Marco de Canaveses

R. Maria Gil, 136

Zona Ind. Tuílas

4630-297 Marco de Canaveses

GPS: 41.17537 / -8.15035

Tel. 255 539 187

marco.canaveses@glassdrive.pt

Horário

Segunda a Sexta:

8:30-12:30 / 14:00-19:00

Sábado: 8:30-13:00

Glassdrive Vila Real

A mudança emblemática



O centro Glassdrive Vila Real mudou as suas instalações para um dos locais mais míticos desta cidade, a bem conhecida *Recta das Boxes*, palco de uma das mais emblemáticas e antigas competições automóveis do panorama desportivo nacional e internacional, o Circuito de Vila Real.

As novas instalações primam pela sua privilegiada localização bem como pelas excelentes condições para o atendimento ao cliente, sem dúvida factores fundamentais para o sucesso deste centro transmontano. O serviço móvel continuará a ser uma aposta estratégica da gerência deste centro, pois numa área de atuação tão vasta a sua dinamização é importante para responder às solicitações dos nossos clientes. A qualidade e celeridade do serviço continuará a ser a aposta do centro Glassdrive Vila Real para assim continuar a ser a referência para a substituição e reparação do vidro automóvel, para lá do Marão.

Glassdrive Vila Real

Av. Aureliano Barrigas, 167

5000-413 Vila Real

GPS: 41.307421 / -7.738110

Tel. 259 375 167

vila.real@glassdrive.pt

Horário

Segunda a Sexta:

9:00-12:30 / 14:30-19:00

Sábado: 9:00-13:00



*Problemas com o vidro
da sua viatura?*

*Grave este número
e prossiga a sua viagem
em segurança!*

808 246 246

GLASSDRIVE[®] 
Especialistas em vidro automóvel

Uma marca Saint-Gobain