

WE. NORS

#03 FEVEREIRO / February '17

MAGAZINE

NOVAS INSTALAÇÕES COMPROVAM APOSTA E CONFIANÇA EM ANGOLA

*/ New facilities are proof of investment
and CONFIDENCE in Angola*

**A VITALIDADE
DA MARCA NORS**
/ Nors' brand vitality

**PRÉMIOS AÇÃO NORS:
TALENTO E RECONHECIMENTO**
/ Nors Action Awards: talent and recognition



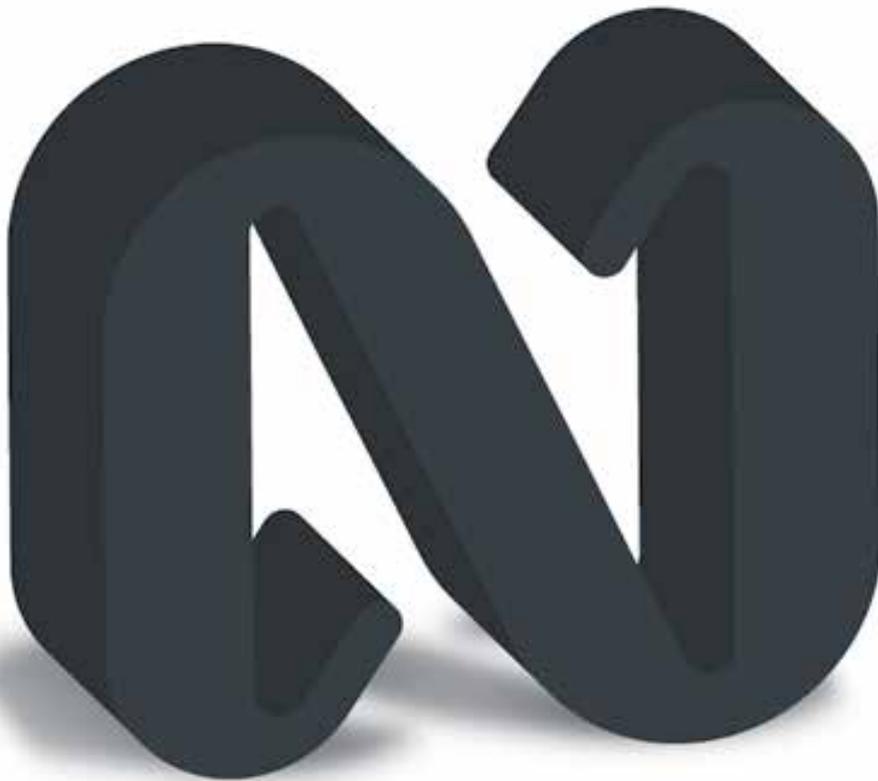
FICHA TÉCNICA / PRODUCTION CREDITS

Responsável de Edição/Editor: Ana Salomé | **Coordenação da Redação/Newsroom Coordinator:** José Albuquerque | **Tiragem/Print run:** 2.500 exemplares / copies | **Depósito Legal/Legal Deposit:** 378317/14 | **Nors:** Rua Manuel Pinto de Azevedo, 711, 1º, 4149-010 Porto, Portugal - **Telefone:** +351 22 615 0320



ÍNDICE / Index

- .04** WE.WILL: O NOSSO MODO ÚNICO DE ACRESCENTAR VALOR E FAZER BEM
/Our unique way of adding value and doing well
- .07** WE.SHOW: TODOS SOB A MESMA MARCA INTERNA
/All under the same internal brand
- .10** WE.SHOW: PORTUGAL, BRASIL E ANGOLA COM OS MELHORES RESULTADOS DE SEMPRE NO VISTA
/Portugal, Brazil and Angola with the best results ever in VISTA
- .20** WE.COMMENT: "O QUE NOS MOVE VEM DAS PESSOAS, DOS DESAFIOS E DA PAIXÃO PELO QUE FAZEMOS", POR CLÁUDIA ALVES
/"What moves us comes from the people, the challenges and the passion for what we do", by Cláudia Alves
- .26** WE.LINK: PARCEIROS NA DESCOBERTA DO DOURO
/Partners in Douro's discovery
- .28** WE.REPORT: CASA NOVA PARA A AUTO-MAQUINARIA E AUTO SUECO ANGOLA
/New home for Auto-Maquinaria e Auto Sueco Angola
- .38** WE.TOUCH: PRÉMIOS AÇÃO NORS: OS PROTAGONISTAS EM PALCO E NOS BASTIDORES
/Nors Action Awards: stage and backstage protagonists
- .54** WE.ARE: DE REGRESSO AOS ANOS 80 PARA REVIVER O MAIOR EVENTO DE SEMPRE
/Back to the 80's to relive the greatest event ever
- .56** WE.LOVE: PARA DESFRUTAR EM TRABALHO E FAMÍLIA
/To enjoy in work and in family



O NOSSO MODO
ÚNICO DE
ACRESCENTAR
VALOR E FAZER BEM

/ Our unique way of adding value and doing well

Por / By Tomás Jervell, CEO



Há muito que identificamos a prosperidade dos nossos clientes como um dos principais pilares da prosperidade e do sucesso da Nors.

É para prestar o melhor serviço aos nossos clientes que queremos ter as melhores equipas, as melhores instalações, processos de negócio e uma organização cada vez mais capacitada a todos os níveis.

Nesta edição, referimos a inauguração das novas instalações da Auto Sueco Angola e da Auto-Maquinaria, no Ícolo e Bengo, em Luanda. Trata-se de um complexo que nos enche de orgulho e que representa uma das mais bem equipadas instalações da marca Volvo, a nível mundial.

É a prova de que acreditamos em parcerias e mantemos a nossa aposta, mesmo em contextos difíceis e desafiantes.

Somos um Grupo global, onde confluem muitas culturas, muitos negócios e muitas marcas. Cada um de nós pode e deve contribuir, com aquilo que é, para o que somos todos.

Os nossos clientes, nos vários continentes em que operamos, reconhecem-nos e aos nossos Colaboradores, pelo nosso modo único de acrescentar valor e fazer bem, de exceder expectativas, em todos os aspetos.

É esse o desígnio da Nors.

We have long identified our customer's prosperity as one of the main pillars of Nors' own prosperity and success.

It is in order to provide the best service to our customers that we want to have the best teams, the best facilities, business processes and an increasingly qualified organization at all levels.

In this edition, we cover the opening of the new facilities of Auto Sueco Angola and Auto-Maquinaria in Icolo and Bengo, Luanda. This compound is a great honour to us and it represents one of the Volvo brand facilities better equipped worldwide.

This is a proof that we believe in partnerships and that we keep our path, even when facing difficult and challenging environments.

We are a global Group that brings together many cultures, many businesses and many brands. And each of us can and should contribute, bringing his best to the benefit of what we all are.

In the different continents where we operate our customers recognize us - and our Employees - for our unique way of adding value and doing well, of exceeding expectations, in all aspects.

That is Nors's quest.

NORS BRASIL AJUSTA-SE PARA ENFRENTAR QUEBRA DO MERCADO

/ Adjustments in Nors Brazil to face market slowdown

Depois de sete anos de crescimento, a Nors Brasil foi atingida pela grande desaceleração da Economia que afetou o país. O impacto no mercado de caminhões foi enorme, com uma queda acumulada que ronda os 70%: passou de cerca de 110 mil caminhões/ano, em 2013/14, para uns estimados 35 mil. Para fazer face a esta contração, a Nors Brasil foi obrigada a tomar medidas profundas.

“Tivemos de ajustar a estrutura de custos de forma muito rápida e significativa. E todas as empresas fizeram a sua parte”, refere Jorge Guimarães, Administrador da região. A Auto Sueco São Paulo ajustou o quadro de pessoal, encerrou duas filiais, conseguiu um fornecedor mais competitivo para a segurança e renegociou alugueres, luz e água. A Auto Sueco Centro Oeste reduziu custos em todas as rubricas, desde a segurança à limpeza e ao marketing. A Agro New contribuiu, por exemplo, com a redução do parque e dos custos com viaturas, e a Estrutura Central mudou de instalações para a Matriz da ASSP, no Jaraguá, e também reduziu os mais variados custos, incluindo pessoal e custos de comunicação/sistemas.

“As decisões mais difíceis são as que afetam as pessoas, mas com a redução do negócio não tivemos outra opção senão reduzir o quadro de pessoal”, explica Rogério Vita, Diretor de Recursos Humanos da região, salvaguardando que procuraram sempre preservar os profissionais de elevado desempenho e os que ocupavam cargos chave. Os efetivos reduziram-se em 26%, passando de 876 para 648.

Em resultado destas medidas, no primeiro semestre de 2016, a Nors Brasil tinha menos 10 milhões de reais (2,7 milhões de euros) na sua estrutura de custos, e o resultado operacional, que era negativo em junho de 2015, passou a positivo em junho último. **“Estamos agora muito melhor preparados para atuar numa conjuntura ainda difícil e para aproveitar o novo ciclo de crescimento económico, que se espera para breve”,** conclui Jorge Guimarães.

After seven years of growth, Nors Brazil was hit by the severe economic slowdown which affected the country. The impact on the trucks market was huge, with a cumulative drop of around 70%: from around 110 thousand trucks/year in 2013/2014, to an estimated 35 thousand. To overcome this contraction, Nors Brazil was forced to take strong measures.

“We had to very quickly and significantly adjust our cost structure and all companies did their bit”, says Jorge Guimarães, Executive Director for the region. Auto Sueco São Paulo adjusted its staff, closed two branches, found a more competitive supplier for security and re-negotiated rentals, electricity and water. Auto Sueco Centro Oeste reduced costs in all items, from security to cleaning and marketing. Agro New, for instance, contributed by reducing its network and reviewing costs with vehicles, and the Central Structure moved its premises from Vila Olimpia to the Head Office of ASSP, in Jaraguá, and also reduced costs in all items, namely personnel and communications/systems costs.

“The toughest decisions are those that affect people. However to counter the reduction in business, we had no choice but to significantly reduce our staff”, explains Rogério Vita, Human Resources Director for the region, maintaining that they always tried to keep the high-performing professionals and also those who held key positions. The number of permanent staff was reduced by 26%, from 876 to 648.

As a result of the measures taken during the first half of 2016, Nors Brazil already had 10 million reais (2.7 Million Euros) less in its cost structure and the operating profit, which was negative in June 2015, was then positive in June last. “We are now much better prepared to act within a still tough environment and to take advantage of the Brazilian economy’s new growth cycle, which is expected soon”, Jorge Guimarães concludes.

WE.NORS: UMA MARCA AGREGADORA DE TODOS OS COLABORADORES

/WE.NORS: A brand that brings together all Employees

No dia em que a marca Nors celebrou o seu aniversário, 18 de setembro, o Grupo assumiu formalmente a sua nova marca interna: WE.NORS. “O objetivo é envolver todas as pessoas em torno de uma marca única e unificadora, contribuindo para que todos sejamos Nors, quer trabalhemos na Auto Sueco, Civiparts, AS Parts ou em qualquer outra empresa”, sublinha Ana Salomé, Diretora de Pessoas e Comunicação da Nors. “Esta é a razão pela qual, na próxima edição, os Prêmios Ação serão rebatizados como Prêmios WE.NORS”, explica a responsável, acrescentando que a mesma marca abarcará todos os suportes e iniciativas internas e que será responsável por garantir e desenvolver a vitalidade do nosso Grupo, com otimismo, dinamismo, humanismo, inteligência e paixão.

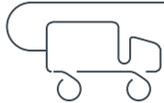
A revista do Grupo, recentemente renovada, já refletia esta marca, mas com a WE.NORS a ser adotada em todos os suportes internos de comunicação, ela passa a vigorar também em elementos como o Código de Conduta do Grupo, a newsletter semanal e a intranet. Estes dois suportes passarão a designar-se, respetivamente, WE.NORS Flash e WE.NORS Connect.

On the day that the Nors brand celebrated its anniversary, on 18 September, the Group formally adopted its new internal brand: WE.NORS. “The objective is to involve everyone around a single, unifying brand, thereby contributing towards us all being Nors, whether we work at Auto Sueco, Civiparts, AS Parts or any other company”, highlights Ana Salomé, Head of People and Communication at Nors.

“That’s the reason why, in the next edition, the Action Awards will be renamed WE.NORS Awards”, she explains, adding that the same brand will encompass all types of internal initiatives and communication tools and will be responsible for guaranteeing and developing our Group’s vitality, with optimism, dynamics, intelligence and passion, adding a human touch, Ana Salomé points out.

The Group’s recently renewed magazine already reflected this brand but now that WE.NORS will be adopted by all internal communication supports, it will also be present in items such as the Group’s Code of Conduct, the weekly newsletter and the Intranet. These two communication supports will now be called WE.NORS Flash and WE.NORS Connect, respectively.





WE.SHOW

AUTO SUECO ANGOLA ASSEGURA ENERGIA NO HIPERMERCADO DESKONTÃO

/ Auto Sueco Angola secures energy at Deskontão hypermarket

O primeiro hipermercado Deskontão em Luanda, do Grupo Score Distribuição, já tem energia assegurada. Para garantir que os seus 11.200 m² de área não são afetados pelas falhas energéticas que ainda persistem na capital, o espaço comercial localizado no sul da cidade conta já com uma central de produção de energia diesel, fornecida e instalada pela Auto Sueco Angola.

Constituída por quatro geradores V700C2, de 650kVA em *prime power*, a central assegura uma potência de fornecimento de energia elétrica de 2600kVA em regime contínuo. Os equipamentos, fornecidos pela marca SDMO, estão equipados com motor Volvo Penta, alternador Leroy-Somer e quadro de comando APM802, o que permite fazer a gestão e o controlo da central, possibilitando também o sincronismo entre grupos.

A equipa de instalações da Auto Sueco Angola foi a responsável pela implementação de todos os sistemas necessários ao bom funcionamento desta estrutura, incluindo a instalação da tubagem de escape e do sistema de combustível auxiliar com trasfega e filtragem de combustível, assim como de toda a cablagem elétrica de potência e comando necessária ao funcionamento do sistema.

Este é um contrato relevante para a Auto Sueco Angola, pois tem um peso significativo, de 10%, para o seu negócio dos geradores.

The first Deskontão hypermarket in Luanda, from the Score Distribuição Group, already has its energy guaranteed. To ensure that its 11,200 m² area is not affected by the energy failures that still persist in the capital, this shopping space located in the south of the city now already has a diesel power production plant, supplied and installed by Auto Sueco Angola.

Comprising four V700C2 gensets with a prime power capacity of 650 kVA, the power plant guarantees the continuous supply of 2600 kVA electrical power. The equipment was supplied by the SDMO brand and is equipped with a Volvo Penta engine, Leroy-Somer alternator and an APM802 control panel, which enables the power plant to be managed and controlled, while also making it possible to synchronise groups.

The Auto Sueco Angola installations team was responsible for implementing all the required systems to ensure this structure's correct operation, including fitting the exhaust pipe and auxiliary fuel system with auxiliary fuel transfer and filtering, as well as all the power and control electrical wiring in order for the system to operate properly.

This is an important contract for Auto Sueco Angola, as it represents a significant weight of 10% in its gensets business.





Central de produção de energia
instalada pela Auto Sueco Angola
/ Power production plant installed
by Auto Sueco Angola

Geradores representam perto de 25% do negócio

O segmento dos geradores começou a ser desenvolvido pela Auto Sueco Angola em 1996, com a comercialização e instalação de equipamentos da marca francesa SDMO, que passou a ser importada e representada pela empresa neste mercado, oficialmente e em exclusivo, em 2011. Atualmente, os geradores são já bastante representativos entre as três grandes áreas de negócio da Auto Sueco Angola, onde se incluem também Camiões, Autocarros e Automóveis. Considerando as vendas acumuladas nos primeiros sete meses de 2016, os geradores tinham já um peso de 25%, uma percentagem que ronda os 23% se tiver em conta vendas e Após Venda.

Gensets represent close to 25% of the business

The gensets segment began to be developed by Auto Sueco Angola in 1996, with the sale and installation of equipment by the French brand SDMO, which began to be imported and officially and exclusively represented by the company in this market in 2011. Currently, gensets already hold a prominent position in Auto Sueco Angola's three major business areas, which also include Trucks, Buses and Cars. Considering the cumulative sales in the first seven months of 2016, gensets already had a weight of 25%, a percentage which is of around 23% when taking into account sales and After Sales.

Insígnias Deskontão e Mel querem crescer

O Grupo Score Distribuição quer abrir em todo o país um total de 30 lojas Deskontão e mais 60 supermercados Mel. Com esta aposta, quer afirmar-se como um pilar da distribuição mas também como um catalisador da produção e agroindústria do país, garantindo aos melhores produtores um meio preferencial de levar os seus produtos até aos consumidores. A sua aposta na qualidade é visível em diversos quadrantes, a exemplo da formação dos Colaboradores e assistência técnica, que beneficiaram de uma parceria com o grupo português Jerónimo Martins, detentor do Pingo Doce. O crescimento das duas insígnias a par da qualidade que querem assegurar poderá trazer novas oportunidades para a Auto Sueco Angola.

Deskontão and Mel banners want to grow

Score Distribuição Group wants to open a total of 30 Deskontão stores and another 60 Mel supermarkets throughout the country. With this investment, it wants to stand as a cornerstone of distribution, but also as a production and agro-industry catalyst in the country, thereby assuring producers a preferred means of getting their products to consumers. Its investment in quality can be seen in various areas, such as staff a partnership with the Portuguese group Jerónimo Martins, owner of Pingo Doce. The growth of the two banners, along with the quality they want to ensure, could bring Auto Sueco Angola further opportunities.



Da esquerda para a direita / From left to right: Eder José, Luiz Sant'ana, Natália Gaspri, Rodrigo Foriati - Brasil / Brazil: 13º na final mundial / 13th in the world final

VISTA: 121 EQUIPAS E UMA PRESTAÇÃO QUE ORGULHA O GRUPO NORS

/ VISTA: 121 teams and a performance that makes the Nors Group proud

4.918 equipas, de 96 países, disputaram o Volvo International Service Training Award - VISTA 2015/16. Entre elas estiveram 121 formações do Grupo Nors: 63 de Portugal, 51 do Brasil e sete de Angola. Auto Sueco na Maia, Portugal, e Auto Sueco São Paulo, Brasil, conseguiram os melhores resultados de sempre entre as 32 formações mais fortes do mundo.

Há muito que o Grupo apoia a participação nesta que é a maior competição para Técnicos de Oficina profissionais de Após Venda nos segmentos de camiões e autocarros Volvo, até porque o seu grande objetivo é melhorar conhecimentos, aptidões e trabalho em equipa, em prol de um serviço de excelência. Refira-se que o VISTA começa com três rondas teóricas locais e as equipas melhor qualificadas seguem para as semifinais regionais, sendo as melhores selecionadas para a final mundial.

Portugal no top 10 mundial

Em 10º lugar na final, a equipa Douro South Side, da unidade de Após Venda da Maia, conseguiu o melhor resultado já alcançado por portugueses. O sucesso de António Teixeira, Fernando Costa, Ricardo Oliveira e Telmo Freitas deve-se ao carácter multidisciplinar da equipa e confirma que a aposta da Auto Sueco na formação é para manter.

A presença nesta final é **“algo que recordaremos para sempre pela experiência única, impossível de caracterizar em palavras... Apenas vivendo, sentindo”**, contam.

Brasil: a melhor da América Latina

Éder José, Luiz Sant'ana, Rodrigo Foriati, Fábio Torres e Natália Gaspri formaram a equipa que se sagrou a melhor da América Latina e a 13ª do mundo. A sua prestação só pode deixá-los orgulhosos, mas sublinham que **“o VISTA é uma**

4,918 teams from 96 countries competed for the Volvo International Service Training Award - VISTA 2015/16.

Among them were 121 formations from the Nors Group: 63 from Portugal, 51 from Brazil and seven from Angola. Auto Sueco team from Maia, Portugal and Auto Sueco team from São Paulo, Brazil achieved the best results ever among the 32 strongest formations in the world.

For a long time the Group has been supporting the participation in what is the biggest competition worldwide for Workshop Technicians and After Sales professionals in the Volvo trucks and bus segments because its main goal is to improve knowledge, aptitudes and teamwork, for the sake of service excellence.

Each edition of VISTA starts with three local theoretical rounds and the best classified teams go on to the regional semi-finals. The best are selected for the world final.

Portugal in the world top 10

Douro South Side team, from the After Sales unit in Maia, came in 10th place in the world final and secured the best result ever achieved by Portuguese. The success of António Teixeira, Fernando Costa, Ricardo Oliveira and Telmo Freitas is due to the team's multidisciplinary nature and confirms that Auto Sueco's investment in training is to be maintained.

Presence in this final is **“something we shall always remember for the unique experience. It's impossible to describe in words... Only by experiencing, feeling it”**, they tell us.

Brazil: the best team from Latin America

Éder José, Luiz Sant'ana, Rodrigo Foriati, Fábio Torres and Natália Gaspri formed the best team from Latin America and the 13th in the world ranking.

They must surely be proud of their performance, but they



Da esquerda para a direita / From left to right:
Carlos Gouveia, Fernando Costa, Telmo Freitas,
António Teixeira, Ricardo Oliveira, Aureliano Leça
- Portugal: o melhor resultado de sempre
/ the best result ever

competição que só tem vencedores, pois a meta principal é desenvolver o conhecimento, a competência e a capacidade de trabalhar em grupo”.

A equipa distinguiu-se ainda por integrar uma mulher: nesta edição, só 6% dos participantes eram mulheres e apenas quatro competiram na final. Natália foi uma delas: “ainda há muitos preconceitos em relação às mulheres com profissões tipicamente masculinas, mas o importante é continuar a provar que conseguimos fazer tudo com perfeição”, refere.

Angola teve a maior participação de sempre Volvo Truck Angola, Volvo Palanca e Leão conseguiram os melhores resultados entre as equipas da região, mantendo-se em prova até à terceira ronda. Quem participou diz que é uma experiência única, pois “além de ser um concurso, permite ficarmos a par das informações mais atualizadas sobre os produtos e serviços Volvo e aplicarmos os conhecimentos do dia-a-dia”.

Com sete equipas no VISTA, esta foi a maior participação de sempre na região.



Em cima, da esquerda para a direita / Top row, from left to right: Lauriano Mutumbua, João Muanza, José Calau, Sidónio Francisco, Miguel Tona Pedro.
Em baixo, da esquerda para a direita / Bottom row, from left to right: Leonel Fonseca, Arménio Fernandes, Miranda Francisco, Custódio Santos, Ângelo Almeida.

underline that “the VISTA is a competition that only has winners as the main goal is to develop knowledge, competence and the ability to work as a group”.

The team stood out for including a woman: in this edition, only 6% of the participants were women and only four competed in the final. Natália is one of them: “there is still a lot of prejudice about women with typically male professions, but the most important thing is to continue proving that we can do everything to perfection”, she says.

Angola: the highest participation ever Volvo Truck Angola, Volvo Palanca and Leão managed to get the best results among all the teams from the region, remaining in the competition up to the third round. Those who participated say that it is a unique experience, as “besides being a contest, it enables us to find out about the latest information on Volvo products and services and to apply our day-to-day knowledge”. With seven Angolan teams in VISTA, this was the highest participation ever in the region.

O perfil dos vencedores

Em Portugal, a organização das provas e equipas Nors está a cargo de Aureliano Leça e Carlos Gouveia há já 15 edições. A sua experiência permite-lhes traçar o perfil dos vencedores: “são essenciais os conhecimentos técnicos e o cumprimento dos procedimentos de trabalho, mas para que a equipa funcione é necessária organização interna, capacidade de delegar tarefas e confiança mútua. E a isto junta-se criatividade, empenho e boa disposição. E assim teremos equipas prontas a disputar os lugares de topo a nível mundial”.

The winners' profile

In Portugal, the organisation of the heats and the Nors team has been the responsibility of Aureliano Leça and Carlos Gouveia for 15 editions. Their experience enables them to profile the winners: “technical knowledge and compliance with the work procedures are essential, but for the team to work it needs internal organisation, ability to delegate and mutual trust. And more: creativity, commitment and good humour. That’s how we will have teams ready to compete for the top places worldwide”.



AS PARTS CELEBROU 10º ANIVERSÁRIO

/AS Parts celebrated its 10th Anniversary

A AS Parts completou em 2016 o seu 10º aniversário e o marco foi celebrado com um almoço-convívio que reuniu os profissionais da empresa no restaurante BH, na Foz do Douro, no Porto, e onde também marcaram presença os colegas da ONEDRIVE, a equipa do Desenvolvimento de Aftermarket, a Administração da Região Ibérica, os membros do Conselho de Gerência e o CEO do Grupo Nors. Foi aliás Tomás Jervell que, perante todos os presentes, recordou o arranque desta *start up*, felicitando as equipas pelo seu envolvimento e contributo para o caminho por ela percorrido ao longo de uma década. Cada um dos Colaboradores da AS Parts foi ainda surpreendido com a oferta de uma lembrança personalizada, entregue individualmente em palco, levando consigo uma recordação que destaca os principais marcos históricos da empresa. O evento terminou com o tradicional bolo de aniversário, num momento de saudável convívio entre todos, em celebração destes 10 anos e do espírito de equipa que os tem acompanhado.

In 2016, AS Parts completed its 10th anniversary and the brand was celebrated with a friendly lunch which brought together the company's professionals at BH, a restaurant in Foz do Douro, in Porto, and where ONEDRIVE colleagues, the Aftermarket Development team, the Iberian Region's Board, the members of the Management Board and the CEO of the Nors Group were also present.

In fact, it was Tomás Jervell who, in front of all those present, remembered how this start-up began, praising the teams for their involvement and contribution towards the path already covered over the course of a decade. Each of the AS Parts Employees was also surprised with a personalised gift, handed over individually on the stage, taking home with them a souvenir that highlights the company's main milestones.

The event ended with the traditional birthday cake, in an atmosphere of conviviality, commemorating these 10 years and the team spirit that has been part of them.



TRÊS CONCESSIONÁRIOS DE “OURO”

/ Three “Gold” dealers

Porto Ferreira, Campinas e Guarulhos foram as três concessionárias da Auto Sueco São Paulo reconhecidas com Ouro pela certificação “100% Volvo”. Focada na melhoria contínua da aprendizagem, processos e gestão, esta certificação traz um importante reconhecimento, em especial na atual situação econômica do país, como sublinhou a Direção da Auto Sueco São Paulo durante a entrega dos certificados.

Porto Ferreira, Campinas and Guarulho were the three dealers from Auto Sueco São Paulo recognized with Gold by the certification “100% Volvo”. Focused on continuous improvement of learning, processes and management, this certification brings an important recognition, mainly in the current economic context of the country, as highlighted by Auto São Paulo Board of Direction during the Certification events



AUTOCARROS VOLVO JÁ RODAM EM CUIABÁ

*/ Volvo buses are already
on the road, in Cuiabá*

Quinze novos autocarros urbanos Volvo já integram o sistema de transportes coletivos de Cuiabá. “Demorou 25 anos, mas o reconhecimento da qualidade e eficiência dos autocarros e do nosso Após Venda permitiram-nos fechar contrato”, referiu Carlos Melnec, Diretor Executivo da Auto Sueco Centro Oeste. Segundo Oscar Mendes, gestor da linha de Autocarros, desempenho e economia foram as razões para a escolha dos Volvo. Renato Caixeta, Diretor da Pantanal Transporte, sublinhou a satisfação da empresa e referiu: “já estamos a pensar comprar mais”.

Fifteen new urban Volvo buses are now part of the Cuiabá public transport system. “It took 25 years, but recognition of the quality and efficiency of the buses and of our After Sale services enabled us to close the deal”, said Carlos Melnec, executive director of Auto Sueco Centro Oeste. According to Oscar Mendes, manager of Bus Line, performance and economy were reasons to choose Volvo. Renato Caixeta, Director of Pantanal Transporte, highlighted the company’s satisfaction and stated: “we’re thinking about buying more”.

AUTO SUECO SÃO PAULO NO TOP OF MIND DOS CAMIONISTAS



*Auto Sueco São Paulo is
‘top of mind’ for truck drivers*

A Auto Sueco São Paulo está entre as concessionárias Volvo com maior reconhecimento por parte dos camionistas brasileiros, segundo o Prémio Top of Mind do Transporte 2016, uma iniciativa da revista TranspoData e da TruckPad, baseada num inquérito a 2.000 entrevistados. “Trabalhamos para oferecer o melhor aos clientes, investindo em mão de obra e estruturas” afirma o Diretor Executivo da Auto Sueco São Paulo, Fernando Ferreira, reforçando que esta é uma recompensa pelo trabalho realizado com os camionistas do estado de São Paulo.

Auto Sueco São Paulo is one of Volvo’s dealerships with highest recognition from Brazilian truck drivers as proven by the 2016 Top of Mind for Transport Award, an initiative by TranspoData magazine and TruckPad, based on a survey with 2,000 people. “We work to offer our customers the very best, investing in labour and structures” states Fernando Ferreira, Executive Director of Auto Sueco São Paulo, reinforcing that this is a reward for the work carried out with truck drivers in the state of São Paulo.



SOTKIS ACCESS: SOTKON NA LINHA DA FRENTE NA GESTÃO DE RESÍDUOS

*/SOTKIS Access:
SOTKON at the vanguard
of waste management*



Chama-se SOTKIS Access e é a proposta da SOTKON para a aplicação de sistemas PAYT - Pay As You Throw, que são uma tendência na gestão de resíduos domésticos, quer porque funcionam segundo o princípio utilizador-pagador, quer porque promovem melhores práticas ambientais.

“O princípio do utilizador-pagador vigora na maioria dos serviços, mas ainda é uma exceção na área dos resíduos”, diz o Diretor da SOTKON, Hélder Barbosa, explicando que tradicionalmente cada família paga a eletricidade ou a água que consome mas a sua taxa de gestão de resíduos não está indexada ao lixo que produz.

O Sistema Inteligente SOTKIS Access introduz esta justiça, **“já que o cidadão é tarifado apenas pelo seu volume de resíduos indiferenciados”,** sublinha. O SOTKIS Access funciona com a gama de contentores subterrâneos da SOTKON e cada utilizador tem uma chave de acesso que lhe permite depositar o seu lixo. Todas as deposições são registadas e a informação é transferida para uma plataforma web, que permite monitorizar *online* a quantidade de resíduos.

A implementação de sistemas PAYT já começou em vários municípios portugueses, ingleses, franceses, italianos e croatas, utilizando inclusive o SOTKIS Access, e a procura está a aumentar, o que coloca a SOTKON na linha da frente para novos projetos. A tendência começa, inclusive, a ser integrada nas estratégias governamentais de gestão ambiental, pois como o pagamento recai em exclusivo sobre a quantidade de resíduos indiferenciados, esta é mais uma motivação para fazer separação seletiva.

It's called SOTKIS Access and it's SOTKON's proposal for implementing PAYT - Pay As You Throw systems, which are a trend in domestic waste management, both because they work using the user-payer principle and promote better environmental practices.

“The user-payer principle is in force in the majority of services, but is still an exception with regard to waste”, says Hélder Barbosa, Executive Director of SOTKON, explaining that traditionally, each family pays for the electricity or water that it consumes but its waste management fee is not indexed to the amount of rubbish it produces.

The SOTKIS Access Intelligent System introduces that justice, “as the citizen is only charged for the volume of his unsorted waste”, he underlines. SOTKIS Access works with SOTKON's range of underground containers and each user has an access key enabling them to deposit their rubbish. All deposits are recorded and the information is transferred to a web platform, enabling the quantity of waste to be monitored online.

The implementation of PAYT systems has already begun in several Portuguese, English, French, Italian and Croatian municipalities, also including the use of SOTKIS Access.

The demand is increasing, positioning SOTKON at the vanguard for new projects. The trend is actually starting to be integrated into government environmental waste strategies, because as payment falls exclusively on the amount of unsorted waste, it leads to greater motivation to increase selective separation and deposition.


intelligent systems

STANDS VOLVO COM NOVA IMAGEM E EXPERIÊNCIA DIFERENCIADORA

/Volvo Showrooms with new image and a differentiating experience

A Auto Sueco Automóveis já começou a implementar o Volvo Retail Experience (VRE), um conceito inovador para os stands da marca, que vem renovar a imagem destes espaços e proporcionar uma nova experiência aos clientes que a eles se dirigem.

O stand de Braga foi o primeiro a implementar o conceito e o exemplo foi seguido por Gaia e Queluz, sendo que o plano de investimento da Auto Sueco Automóveis prevê alargá-lo a todos os seus espaços em Portugal.

“Com a inauguração do stand de Braga, iniciámos uma nova era no relacionamento com os clientes. É uma era que está alicerçada em mais de 80 anos de parceria com a marca Volvo mas que permite proporcionar uma experiência de excelência, tanto na venda como no Após Venda, a todos os donos e potenciais donos de um Volvo”, reforça Nuno Guimarães, Diretor Executivo da Auto Sueco Automóveis.

Conforto, modernidade, transparência e maior personalização são algumas das características do VRE e constituem uma forma de diferenciar a marca para reforçar a preferência dos clientes e a posição da Volvo no mercado.

O conceito Volvo Retail Experience foi desenvolvido pela marca escandinava para proporcionar a melhor experiência de compra e promover a fidelização.

Auto Sueco Automóveis has already started implementing the Volvo Retail Experience (VRE), an innovative concept for the brand's showrooms, which are being renewed and now provide a new experience to the customers who visit them.

The Braga showroom was the first to implement the new concept, followed by Gaia and Queluz, and Auto Sueco Automóveis' investment plan foresees its extension to all the premises in Portugal.

“With the inauguration of the Braga showroom, we began a new era in customer relations, one that is built on over 80 years of partnership with the Volvo brand but which enables us to provide an excellent experience to all owners and potential owners of a Volvo, both in sales and After Sales areas”, stressed Nuno Guimarães, Executive Director of Auto Sueco Automóveis.

Some of the VRE's characteristics are that it has comfort, a modern aspect, transparency and is more personalised, and these are ways of differentiating

Comfort, modernity, transparency and stronger customization are some of the VRE's characteristics that enable to differentiate the brand in order to boost customer preference and Volvo's market position.

The Volvo Retail Experience was developed by the Scandinavian brand in order to provide the best purchasing experience and to promote loyalty.





CONCEITO GENUÍNO VOLVO EM ROADSHOW: “JUNTOS, SOMOS A MARCA”

/ Genuine Volvo concept at a roadshow: “Together, we are the brand”

Viver a marca Volvo, perceber qual o seu valor e reconhecer as razões pelas quais se diferencia no atual contexto do mercado são objetivos que, nos últimos dois anos, têm norteado o Conceito Genuíno Volvo, um projeto em que a Auto Sueco Portugal tem vindo a apostar e que reforçou em 2016 com um roadshow composto por 12 inovadores eventos, na Maia, em Leiria, Lisboa e Braga.

Com mais de 70 Colaboradores do mundo Volvo diretamente envolvidos, os eventos impactaram 550 clientes, 300 Colaboradores e 50 motoristas, levando-os a compreender a forma como se pensa o negócio como um todo e a incorporar que “Juntos, somos a Marca”, uma ideia subjacente a toda a iniciativa.

A vivência proporcionada a todos os participantes alicerçou-se em quatro temáticas essenciais: a primeira, dedicada às Peças Genuínas Volvo, decorreu sob o lema “nenhuma corrente é mais forte do que o seu elo mais fraco”; a segunda, que recaiu sobre o Serviço Genuíno Volvo, teve como inspiração “ninguém conhece melhor as viaturas Volvo do que nós”; a terceira, sobre Eficiência Operacional, visa “ajudar os Clientes a aumentar a sua rentabilidade”; e por último focaram-se elementos fundamentais para reforço da imagem da marca, usando para o efeito o Camião de Exposição topo de gama, uma Caixa I-Shift, um Motor de 13 litros e um Simulador de condução eficiente.

Experiencing the Volvo brand, understanding its value and recognising the reasons why it stands out in the current market environment are objectives that have guided the Genuine Volvo Concept over the last two years, a project Auto Sueco Portugal has been investing in and which it reinforced in 2016 with a roadshow comprising 12 innovative events, in Maia, Leiria, Lisbon and Braga. Directly involving over 70 Employees from the Volvo world, the events had an impact on 550 customers, 300 Employees and 50 drivers, leading them to understand how to think of the business as a whole and to incorporate “Together, we are the Brand”, an underlying idea throughout the initiative.

The experience shared by all participants was built on four key topics: the first one, dedicated to Genuine Volvo Parts, had the motto “a chain is only as strong as its weakest link”; the second, devoted to the Genuine Volvo Service, was inspired by “no-one knows Volvo vehicles better than us”; the third, about Operational Efficiency, aimed “to help customers to increase their profitability”; and lastly, the focus was on the essential items for reinforcing the brand image, by using the top-of-the-range Show Truck, an I-Shift Gearbox, a 13 litre Engine and an efficient driving Simulator.

AUTO SUECO ORGANIZOU DRIVERS' FUEL CHALLENGE PARA ESTIMULAR CONDUÇÃO EFICIENTE

/ Auto Sueco organized Driver's Fuel Challenge to STIMULATE fuel-efficient driving

A competição The Drivers' Fuel Challenge, promovida a nível mundial pela Volvo para encontrar o motorista mais eficiente, foi organizada pela segunda vez em Portugal pela Auto Sueco.

Integrada no projeto Conceito Genuíno Volvo, esta competição contou com três eliminatórias, na Maia, Leiria e Lisboa, que conduziram nove concorrentes à Final Nacional. Durante as eliminatórias, os concorrentes tiveram a oportunidade não só de competir, como de visitar o camião de exposições da Volvo e experimentar um Simulador de condução eficiente. A final, no autódromo Vasco Sameiro, em Braga, ficou também marcada por outras atividades. Finalistas e convidados divertiram-se com um Quiz, competiram no Simulador e correram em karts.

Todo o processo envolvendo a competição foi acompanhado no Facebook por mais de 200.000 pessoas, que puderam consultar em tempo real os resultados e toda a informação sobre os participantes.

O vencedor foi Tiago Nunes, da Estrela do Atlântico, que representou Portugal na final mundial do evento, em Gotemburgo, onde competiu com 27 motoristas. O grande vencedor foi Tomáš Horčíčka, da República Checa.

The Drivers' Fuel Challenge competition, promoted worldwide by Volvo to find the most fuel efficient driver, was organized for the second time in Portugal by Auto Sueco.

Integrated in the initiative Conceito Genuíno Volvo, the competition was played in three rounds in Maia, Leiria and Lisbon, where nine drivers qualified for the National Final. During playoffs and besides the competition, drivers had the opportunity to visit the Exhibition Truck by Volvo and to test an efficient driving simulator. The final, held at the Vasco Sameiro race track, in Braga, was also marked by other activities, with finalists and guests enjoying a Quiz, competing in the simulator and in a karts racing.

The whole process involving the competition was joined on Facebook by more than 200,000 people who were able to get all information about competitors and to follow results in real-time.

James Nunes, from Estrela do Atlântico, was the winner and he represented Portugal in the world final in Gothenburg, competing with 27 drivers. The world winner was Tomáš Horčíčka, from Czech Republic.





GALIUS EM GOTENBURGO PARA FORMAÇÃO CHECK & DRIVE

/ Galius in Gothenburg for Check & Drive training

A Galius rumou a Gotemburgo, na Suécia, com Colaboradores das áreas comercial, de marketing e engenharia de produto para a primeira formação Check & Drive. Depois de um dia de *workshops* orientados para o novo modelo Renault Trucks T, lançado já em 2016, o segundo dia foi dedicado à prática e levou os participantes para um circuito fechado, onde tiveram oportunidade de conduzir oito modelos distintos de camiões, incluindo o Renault Trucks T e o Renault Trucks T Highcab, e de compará-los com os modelos mais representativos da concorrência.

Galius took off to Gothenburg in Sweden, with Employees from the commercial, marketing and product engineering areas for the first Check & Drive training. After a day of workshops geared towards the new Renault Trucks T model, just launched in 2016, the second day was dedicated to practise and took the participants to a closed circuit, where they had the opportunity to drive eight different truck models, including the Renault Truck T and the Renault Truck T Highcab, and to compare them with the competitors' most popular models.

CLIENTES PORTUGUESES NO VOLVO TRUCKS CONSTRUCTION

/ Portuguese customers at the Volvo Trucks Construction



A Auto Sueco Portugal proporcionou a um conjunto de clientes dos setores dos Transportes Especiais e da Construção uma viagem ao Volvo Trucks Construction Event 2016, no Demo Center da Volvo, em Gotemburgo. Ali conheceram soluções inovadoras dirigidas às suas áreas de negócio, a exemplo da I-Shift com velocidades superlentas e a elevação do eixo tandem, e tiveram oportunidade de viver a realidade da Volvo naquela que é a sua cidade berço, ampliando a sua perceção sobre a oferta e a força da marca, em especial num setor que volta a ganhar expressão em Portugal. Uma visita à linha de montagem de camiões e outra ao Museu da Volvo contribuíram para reforçar a imagem de marca Volvo.

Auto Sueco Portugal provided a group of customers from the Special Transport and Construction Transport sectors with a trip to Volvo Trucks Construction Event 2016, at Volvo's Demo Centre, in Gothenburg. At the event, they got to know the innovative solutions aimed at their business areas, such as the I-Shift with very slow speeds and the tandem axle lift, and had the opportunity of experiencing Volvo's reality in its home city, widening their perception of the brand's offer and strength, especially in a sector which is regaining ground in Portugal. A visit to the truck assembly line and another to the Volvo Museum helped to reinforce Volvo's brand image.

PEÇAS PARA ANTIGOS À DISTÂNCIA DE UM CLIQUE

/Parts for old vehicles just a click away

Tornou-se mais fácil encontrar peças para veículos e aplicações mais antigas graças ao novo site <https://surplus.civiparts.com>. Lançado pela Civiparts, AS Parts e ONEDRIVE a pensar nos mercados onde há mais veículos antigos a circular, é um site em Inglês onde se pode consultar peças para pesados e ligeiros, pesquisar por referência original ou alternativa e encomendar.

It has become easier to find parts for older vehicles and applications thanks to the new website <https://surplus.civiparts.com>. Launched by Civiparts, AS Parts and ONEDRIVE, this is a website in English, intended to markets with elder vehicles in circulation, where one can look for parts for heavy-duty and light vehicles, search for an original or an alternative reference and place an order.



GALIUS COM “COMPANHEIROS DA ESTRADA” NO FACEBOOK

/Galius with “Fellow road travellers” on facebook

Os fãs dos camiões Renault já estão a aderir ao Facebook da Galius, em www.facebook.com/clubegalius, uma página criada segundo o conceito “Clube Galius - Companheiros da Estrada” para comunicação e partilha da realidade e das novidades da marca em Portugal. Recentemente mais de 5 mil fãs já “rodavam” com a marca.

The fans of Renault trucks are already joining Galius' Facebook, at www.facebook.com/clubegalius, a page within the concept “Galius Club - Fellow Road Travellers” for sharing and communicating the reality and novelties of the brand in Portugal. Recently over 5 thousand fans were already “spinning” with the brand.

MAIS E MELHOR INFORMAÇÃO NO NOVO SITE ALEA

/More and better information on ALEA'S new website

A ALEA colocou no ar um novo site que dá mais e melhor informação sobre as suas peças e acessórios.

Quem entra em www.aleaparts.com encontra um espaço bem estruturado com as diferentes gamas e famílias de produtos e pode aceder aos catálogos de pesados e ligeiros, assim como pesquisar por famílias de produto ou fazer cruzamento de referências. Refira-se que a ALEA assegura a produção de mais de 2.700 referências em 10 famílias de produtos, todas elas distribuídas em exclusivo pela Civiparts, AS Parts e ONEDRIVE.

ALEA got a new website up and running, which gives more and better information about its parts and accessories.

Anyone going to www.aleaparts.com will find a well-structured space with different product ranges and families and be able to access the catalogues for heavy-duty and light vehicles, as well as search by product family or make cross-references.

It should be mentioned that ALEA undertakes the production of more than 2,700 references in 10

product families, all of which are distributed exclusively by Civiparts, AS Parts and ONEDRIVE.



Cláudia iniciou o seu percurso profissional com apenas 19 anos no departamento de *design* na McCann Erikson e após terminar a licenciatura em Design de Comunicação pelo IADE (1998) foi *designer* gráfica e supervisora criativa na EuroRSCG, onde trabalhou na área de identidade, em projetos como o da TMN, Parque das

Cláudia began her professional career at just 19 in the design department at McCann Erikson. After finishing a degree in Communication Design from IADE (1998), she was a graphic designer and creative supervisor in Euro RSCG, where she worked in the identity area, in projects such as TMN, Parque das Nações,

Nações, Sagres, Sumol, Euro 2004, entre outros.

Em 2003, aprofundou o seu conhecimento sobre as marcas e sobre gestão, com um mestrado em Design Management, cuja tese explorou as teorias de liderança aplicadas ao Branding.

Em 2006 integrou a equipa de estratégia da Brandia Central, que posteriormente

Sagres, Sumol, Euro 2004, among others. In 2003, she deepened her knowledge on brands and management with a Master's in Design Management, in which her thesis explored leadership theories applied to Branding.

In 2006 she joined Brandia Central's strategy team, which she later headed up, working on

A VITALIDADE DE UMA MARCA EM AÇÃO

/ The vitality of a brand in action

A Nors chegou à Brandia em 2011, motivada pela resolução de um problema de arquitetura de marca. O Grupo, então Auto Sueco, cuja associação à marca Volvo era visceral, não apresentava elasticidade para refletir o seu crescimento, quer ao nível das marcas que passou a representar (para além da Volvo), quer ao nível da diversidade de negócios que estava a desenvolver. Este desafio trouxe, com ele, a necessidade de refletir sobre a definição da identidade do Grupo. Tornou-se imperativo encontrar, dentro da organização, alguma coisa que representasse a nova realidade: identificar uma ideia-chave transversal e apresentá-la, como alternativa, aos *stakeholders*; substituir a associação principal — Auto Sueco igual a Volvo — por outra associação mais representativa — Auto Sueco igual a: interrogação. Fomos à procura.

Há um princípio base para a boa definição de uma identidade: a busca da verdade. Não querendo estender-me sobre os benefícios óbvios da mesma, dois deles são certamente estes: ela reduz o esforço de comunicar quem somos e fortalece a relação com os outros. Ao reconhecer a verdade, os *stakeholders* irão, não só, memorizá-la, como confiar nessa autenticidade.

A identidade de uma organização é coletiva: é o somatório histórico de todos os que passaram por ela. É a sua forma de fazer, os seus princípios, a sua postura. Na Nors, o processo de descoberta foi feito pela recolha das perspetivas interna e externa, recorrendo a entrevistas de profundidade — a Colaboradores, clientes, e não clientes — e à observação do comportamento dos Colaboradores que participaram em *workshops* de debate estratégico que organizámos durante o processo.

Nors came to Brandia in 2011, in order to solve a brand architecture problem. The Group, which was then Auto Sueco, was intrinsically linked to the Volvo brand and was not flexible enough to reflect its growth, both with regard to the brands it began representing (besides Volvo) and the diversity of the businesses it was carrying out. That challenge brought the need to reflect on the definition of the Group's identity. It became imperative to find something within the organisation that represented that new reality: to identify a common key idea and present it to the stakeholders as an alternative; to replace the main association - Auto Sueco equals Volvo - with another more representative association - Auto Sueco equals: questioning. We went in search.

There is a basic principle for properly defining an identity: the search for truth. Without wishing to dwell on its obvious benefits, these are certainly two of them: it reduces the effort in communicating who we are and strengthens the relations with others. By recognising the truth, the stakeholders will not only memorise it, but trust that authenticity.

An organisation's identity is collective: it is the historic sum of all those who have been a part of it. It is its way of doing things, its principles, its stance. At Nors, the discovery process was made by collecting internal and external views, using in-depth interviews - with employees, clients and non-clients - and observing the behaviour of the Employees who took part in workshops involving strategic debate, which we organised during the process.

The first discovery was that internally, there was not a lot of difference between the role of Nors and the brands

liderou, trabalhando em diversos projetos de branding nacionais e internacionais como Sumol-Compal, Nors, FIFA World Cup e Copa América. A sua paixão pela inovação levou-a a desenvolver e liderar o BID, grupo de inovação da Brandia Central. Foi nesta altura que se envolveu no projeto de identidade Nors. O interesse pela estratégia e inovação levou-a a fundar a Futurista, onde trabalha atualmente para clientes como Dan Cake, Sumol-Compal, Lusiaves, McKinsey, Fundação Calouste Gulbenkian, entre outros.

various Portuguese and international branding projects such as Sumol-Compal, Nors, FIFA World Cup and Copa América. Her passion for innovation led her to develop and head up BID - Brandia Central's innovation group. It was by this time that Cláudia was involved in Nors identity project. Her interest for strategy and innovation led her to found Futurista, where she currently works for clients such as Dan Cake, Sumol-Compal, Lusiaves, McKinsey, Fundação Calouste Gulbenkian, among others.



CLÁUDIA ALVES: Especialista em identidade / Identity expert

A primeira descoberta foi a de que, internamente, era pouca a distinção feita entre o papel da Nors, e as marcas que esta representava. Uma sobreposição de papéis que achámos natural, dada a característica corpórea dos produtos, em oposição à qualidade invisível dos serviços. “Se os produtos pertencem às empresas que os produzem, o que define, então, a Nors?” foi a pergunta que fizemos. A resposta obrigou a uma valorização interna do serviço, em detrimento do produto, na definição da identidade do Grupo.

As entrevistas externas também reforçaram esse aspeto. Ficou claro que o Grupo se distinguia, dos demais concorrentes, pelo serviço. Mas, mais ainda, a maioria dos clientes reconheciam, na atitude dos Colaboradores, a sua maior diferenciação. O seu dinamismo, o seu envolvimento, e a sua determinação na resolução dos problemas, foram os aspetos mais evidenciados.

As entrevistas aos Colaboradores trouxeram-nos diversas histórias sobre o Grupo, de momentos em que, contra adversidades, as pessoas e a sua atitude, fizeram a diferença.

Encontrámos, nesses relatos, dois traços comuns da cultura: um ligado à flexibilidade, agilidade e capacidade de adaptação perante imprevistos; e outro, de uma vitalidade interna admirável, de entusiasmo, entrega e paixão pela atividade que faz da Nors uma empresa focada na eficácia e na autossuperação, capaz de evoluir permanentemente; dois atributos intimamente ligados à inteligência humana.

Mas, apesar desses relatos, foi sempre notória alguma desvalorização interna destes aspetos — quanto a mim, resultante de uma crença interna que, essa forma de fazer,

it represented. An overlap in roles that we thought to be quite natural given the physical nature of the products and in opposition to the invisible quality of the services. If the products belong to the companies that produce them, then what defines Nors? - was the question we asked. When defining the Group's identity, the answer implied placing internal value on the service to the detriment of the product.

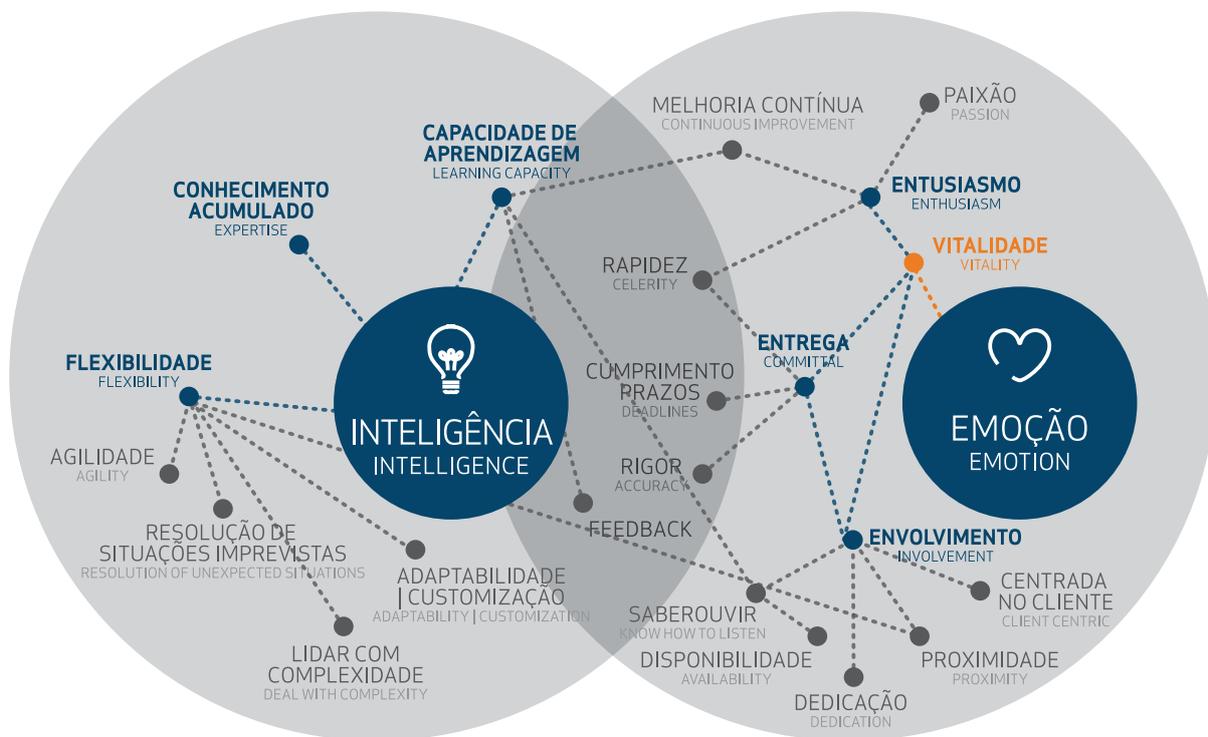
The external interviews also reinforced that aspect. It became clear that the Group stood out from its competitors for its service. But, moreover, the majority of the clients recognised that its greatest differentiation factor was the employees' attitude. The aspects most highlighted were their enthusiasm, their involvement and their determination to solve problems.

The interviews with Employees brought us various stories about the Group, about times when, against all odds, the people and their attitude made all the difference. In these accounts, we found two common threads to the culture: one linked to flexibility, agility and the ability to adapt to unforeseen circumstances; and the other, an admirable internal vitality, enthusiasm, engagement and passion for the activity that makes Nors a company focused on effectiveness and out-performing, with the ability to permanently evolve; two qualities closely linked to human intelligence.

However, despite these accounts, it was noticeable that a certain lack of value was always placed on these two aspects - which in my opinion resulted from an internal belief that, such a way of doing things was, somehow, to be expected. When the analysis was concluded, it was clear to us that this service culture was so deep-rooted

**UMA ENTIDADE HUMANA
FOCADA NAS NECESSIDADES HUMANAS**

**A HUMAN ENTITY
FOCUSED ON HUMAN NEEDS**



A expertise deve ser encarada na perspectiva humana - a inteligência:

The expertise should be seen in the human perspective - intelligence:

FLEXIBILIDADE
tolerância ao erro
adaptabilidade

CAPACIDADE DE APRENDIZAGEM
melhoria contínua

FLEXIBILITY
mistake tolerance
adaptability

LEARNING CAPACITY
continuous improvement

era, de alguma forma, expectável. Foi claro para nós, com a conclusão da análise, que o Grupo tinha essa cultura de serviço tão enraizada, que esta acontecia naturalmente, de forma implícita e orgânica, e que era imperativo torná-la explícita, reconhecida e devidamente valorizada por todos, e não só pelos clientes.

O que achámos curioso na Nors, foi que, numa empresa de máquinas, fosse, o fator humano, a distinguir-se. Por esse motivo, e para tentar definir a inteligência humana que a máquina não consegue alcançar, decidimos explorar a dualidade homem-máquina.

Se é verdade que a máquina traz a eficácia da repetição mecanizada, e que amplia as capacidades físicas do homem, permitindo-lhe superar-se; ao mesmo tempo, ela é rígida e intolerante ao erro, incapaz de aprender e ganhar novas capacidades. Por oposição, o humano é evolutivo e tem capacidade de aprendizagem. Ao contrário da máquina, as pessoas sabem adaptar-se, lidar com o inesperado, e resolver novos desafios. São elas a força por trás da máquina, que faz acontecer.

A exploração do fator humano e da dualidade homem-máquina pareceu-nos altamente diferenciadora, numa indústria cujo foco exclusivo é o da exaltação da máquina. Assim, criámos um conceito a que chamámos “humanics” —

in the Group that it occurred naturally, implicitly and organically, and that it was imperative to make it explicit, recognised and properly valued by everyone, not only by the clients.

What we found to be interesting at Nors was that, as a machine company, it was the human factor that stood out. That is why, in order to try to define the human intelligence that the machine cannot achieve, we decided to explore the human-machine duality.

If it is true that the machine gives us the effectiveness of mechanised repetition, which extends the physical capacities of man, enabling him to increase his performance, it is at the same time rigid and unforgiving of mistakes, unable to learn and gain new abilities. In contrast, humans have the ability to evolve and learn. Contrary to the machine, people know how to adapt, to deal with the unexpected and to address new challenges. They are the strength behind the machine that makes things happen.

We believed that it was highly distinctive to explore the human factor and the human-machine duality in an industry that is exclusively focused on praising the machine. As such, we created a concept called “humanics” - an amalgamation of human and mechanics - which

uma fusão entre humano e mecânico — que nos ajudasse a expressar a ideia de human empowered machinery — máquinas movidas a pessoas — que colocava o foco naquilo que era a cultura distintiva da Nors no mercado. O valor principal que definimos para o Grupo foi o da vitalidade, para descrever e resumir diversos atributos que caracterizam a cultura: o seu otimismo e entusiasmo na superação de desafios; o seu dinamismo e capacidade de entrega; o seu humanismo, capacidade de envolvimento e foco no cliente; e a sua inteligência e capacidade de adaptação e aprendizagem.

Essa ideia foi resumida no texto que criámos: o que nos move não tem rodas, motores ou mecanismos. O que nos move vem das pessoas, dos desafios e da paixão pelo que fazemos. E este movimento é infinito. A assinatura — We know how — resumiu essa capacidade de superação de todos os desafios, e ajudou a salientar aquilo que é, pela sua qualidade invisível, muito difícil de ver: o serviço. Reflexões, definições e teorias à parte, qualquer estratégia exige prática. A estratégia não termina num plano que se fez. É preciso acompanhá-la no terreno, implementar o que se teorizou, e testá-la, até fazê-la funcionar. Qualquer estratégia é inútil se não se concretizar em ação. Sem continuidade, a estratégia vê reduzido o seu potencial de transformação. Tendo deixado de estar por dentro da Nors logo após a

would help us to express the idea of human empowered machinery - which focused on the distinctive cultural principles of Nors within the market.

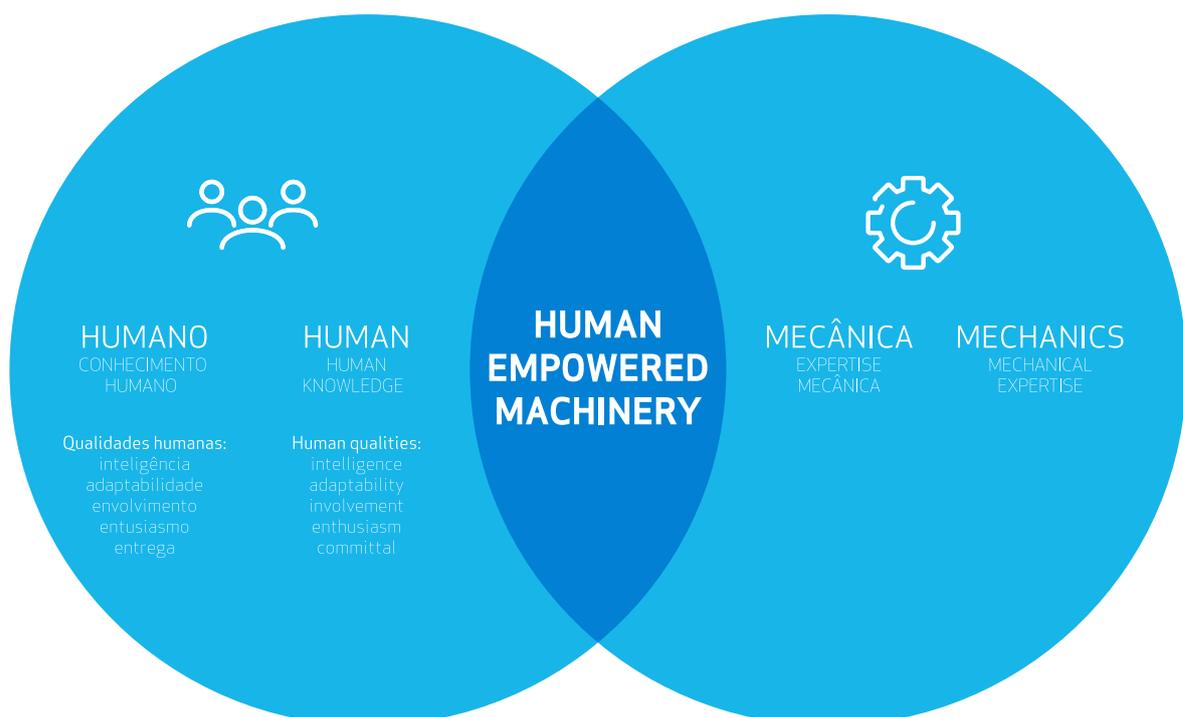
The main principle defined for the Group was vitality, to describe and summarise various qualities that are characteristic of the culture: optimism and enthusiasm for overcoming challenges; its dynamics and engagement; its humanism, ability to be involved and focused on the client; and its intelligence and ability to adapt and learn.

That idea was summarised in a text we created: what moves us has no wheels, engines or mechanisms. What moves comes from the people, the challenges and the passion for what we do. And that movement is unending. The signature - We know how - summarised that ability to overcome every challenge, and helped to highlight what is very difficult to perceive, due to being invisible: service. Reflections, definitions and theories aside, any strategy requires practice. Strategy does not end in a plan that was drawn up. You have to monitor it on the ground, implement what was theorised and test it until you make it work. Any strategy is useless if it is not put into action. Without continuity, a strategy's transformation potential is weakened.

As I stopped keeping up with Nors straight after the strategy process was concluded, I cannot completely assess how effectively it was achieved. But I can do a

humanics®

HUMAN EMPOWERED MACHINERY



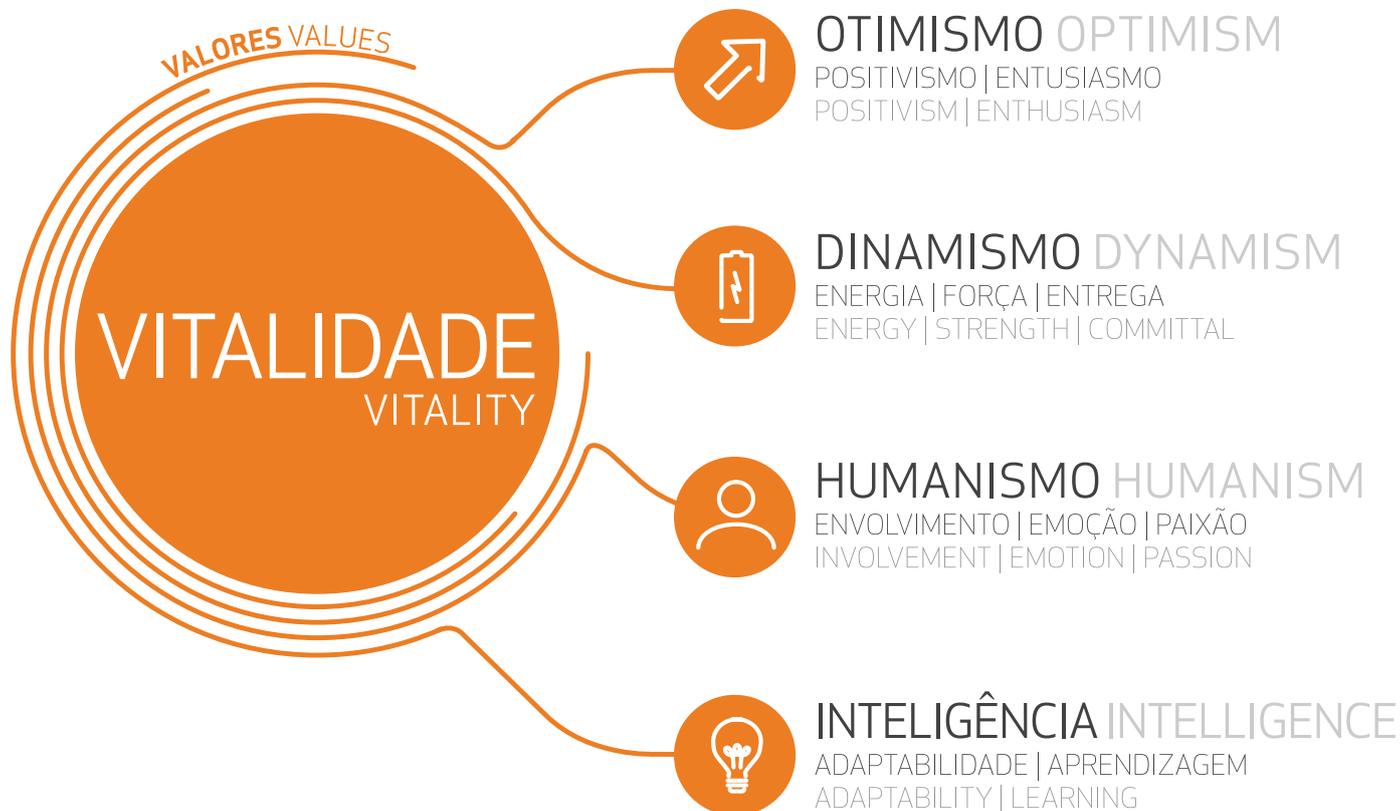
conclusão do processo de estratégia, não consigo avaliar totalmente a eficácia da mesma ao nível da concretização. Mas consigo fazer um exercício projetivo, e imaginá-la, como gostaria de tê-la deixado, após a intervenção da equipa com que trabalhei.

Imagino, por exemplo, que a Nors tenha conseguido apropriar-se, sem pudor, dessa característica excepcional que é a sua forma de fazer. Imagino que essa força humana seja o centro de gravidade de todo seu discurso: o otimismo, a vitalidade e a personalidade aguerrida estão impregnados nos textos institucionais de negócio. Imagino, por exemplo, que a Nors tenha na ponta da língua a sua história e as estórias da sua cultura; que transmita, e comunique, e repita essa sua essência até à exaustão, até não restarem dúvidas.

Consigo antever que a Nors tenha reinventado a forma de explicar a sua oferta: que tenha passado a falar mais das soluções que disponibiliza. Que exponha, tanto os produtos, como os serviços de que dispõe. Indo ainda mais longe, projeto, no meu imaginário, uma Nors que não parou de procurar oportunidades para criar novas soluções, que

projective exercise, imagine it, as I would have liked to leave it, after the contribution of the team I worked with. For example, I imagine that Nors managed to unashamedly seize that exceptional characteristic that is its way of doing things. I imagine that such human strength is the core of its entire argument: optimism, vitality and a fighting spirit are imprinted in the institutional business texts. For example, I imagine that Nors has its history and the stories of its culture on the tip of its tongue; that it transmits and communicates and repeats that core essence over and over, until there is no room for doubt.

I can foresee that Nors has reinvented the way of explaining its offer: that it has started talking more about the solutions it provides. That it displays both the products and the services it provides. Going even further, in my imagination, I see a Nors that has not stopped seeking opportunities for creating new solutions, that has designed new services and has not refrained from talking about them, to reinforce what in 2012, was already acknowledged by everyone. And because of this, I imagine





desenhou novos serviços e não se conteve a falar deles, para reforçar aquilo que já era, em 2012, reconhecido por todos. E imagino que, por causa disso, os seus clientes tenham voltado a repetir, muitas vezes, o que cheguei a ouvir de um deles, numa entrevista a um cliente de Luanda: que comprariam camiões de uma marca qualquer, desde que fosse a Nors a transformá-los, e a prestar o serviço. Imagino-me a chegar ao Porto e a entrar na Nors, para rapidamente perceber que algumas coisas nunca mudam: que o Grupo mantém o entusiasmo e a mesma resiliência perante os desafios; que continua a saber adaptar-se; e que, nele, permanece a ambição de ser cada vez melhor. E noto — quero muito notar — que a Nors sabe agora quem é e onde reside o seu valor. Que, as pessoas, conseguem finalmente sentir-lhe o pulso da mesma forma que eu senti. Que sentem orgulho. E que, por isso, estão mais imparáveis do que nunca.

Quando desço à terra e volto à realidade, fica-me a esperança de que a Nors tenha concretizado a estratégia para a marca da forma que imaginei. Porque sei que, é na aplicação do conceito aos diversos componentes do negócio — ao discurso institucional, à forma de fazer, ao desenvolvimento de serviços, ao envolvimento dos *stakeholders* — que reside o alicerce da construção de valor.

Se, por ventura, tenhamos ficado aquém desse objetivo, espero que a Nors encontre espaço para continuar o caminho, não só porque tem muito a ganhar com isso, mas também — digo-o com a sinceridade de quem a conheceu por dentro — porque merece o melhor.

that its clients have often repeated what I also heard from one of them, at an interview with a client in Luanda: that they would buy trucks of any brand, as long it was Nors that transformed it and provided the service.

I can see myself arriving in Porto and going into Nors, and quickly understanding that some things never change: that the Group maintains its enthusiasm and the same resilience in the face of challenges; that it is still able to adapt; and that within the company, there is still the ambition to keep getting better.

And I notice - I really want to notice - that Nors now knows who it is and where its value lies. That the people can finally feel its heartbeat the same way I did. That they feel proud. And so they are even more unstoppable than ever. When I get back to earth and to reality, I'm left with the hope that Nors has achieved the strategy for the brand the way I imagined it. Because I know that the foundations for building value lie in applying the concept to the various business components - the institutional discourse, the way of doing things, the development of services and the involvement of the various stakeholders.

If, by chance, we fell short of that objective, I hope that Nors finds the way to continue on its journey, not only because it has a lot to gain from that, but also - I say this with the sincerity of one who knew it from within - because it deserves the best.

HÁ 23 ANOS A DESCOBRIR O DOURO POR ÁGUA E TERRA

/ Discovering Douro by water and land for 23 years

Partilhar a beleza incomparável do Douro é, há já 23 anos, um desígnio da Douro Azul, a empresa portuguesa líder de cruzeiros fluviais que tem vindo a confiar na Volvo e na Auto Sueco Portugal para transportar por terra os cerca de 35 mil turistas que descobrem a história, arquitetura, gastronomia e paisagem duriense a cada época de navegação.

Quantas embarcações têm a operar no Douro?

Temos uma frota de 11 navios-hotel, oito dos quais projetados e construídos em Portugal.

Quantas pessoas, em média, transportam nos vossos cruzeiros?

Os nossos cruzeiros têm lotação praticamente esgotada durante toda a época de navegação, ou seja, entre março e dezembro, transportando cerca de 35 mil passageiros. Muitos são estrangeiros e vêm principalmente da América do Norte, Inglaterra e Alemanha.

Sharing the unrivaled beauty of Douro has been the purpose of Douro Azul for 23 years and the Portuguese leading company of river cruises has been relying on Volvo and Auto Sueco Portugal to carry by road the 35 thousand tourists who discover Douro's history, architecture, gastronomy and landscape in each shipping season.

How many boats do you have in Douro River?

We have a fleet of 11 hotel-ships, eight of which designed and built in Portugal.

How many tourists in average, do you carry on your cruises?

Our cruises are almost at maximum capacity during the whole sailing season - between March and December - which means we carry around 35 thousand passengers. Most are foreign, coming mainly from North America, England and Germany.



Mário Ferreira,
CEO da Douro Azul
/ Mário Ferreira,
CEO of Douro Azul

Porque criaram uma frota própria de autocarros?

Todos os cruzeiros de navio-hotel incluem visitas a quintas, museus e localidades e sempre quisemos realizar estes tours com o máximo conforto e segurança, e com um toque de elegância e luxo, algo que é substancialmente apreciado. Por isso, fomos aumentando a nossa frota de autocarros para servir todos os navios com igual qualidade.

Há já cinco anos que estão com a Auto Sueco e a Volvo. Porquê?

A Volvo é um parceiro de confiança e a marca largamente predominante no seio da nossa frota de autocarros, com uma posição de liderança que se reforça e consolida de forma contínua com a incorporação de novas unidades, à medida que vamos expandindo a atividade.

Por sua vez, a Auto Sueco, enquanto representante oficial

Why did you create your own bus fleet?

All ship-hotel cruises include bus tours to farms, museums and villages so we have always wanted these tours to have the maximum comfort, safety and a touch of elegance and luxury, which are much appreciated by tourists. This way, we have been increasing our bus fleet to serve all ships with the same quality standards.

You have been working with Auto Sueco and Volvo for five years now. Why?

Volvo is a trusted partner and the brand is highly prevailing within our bus fleet, with a leadership position that has been steadily strengthened and consolidated as we expand our activity with the integration of new units.

Being Volvo's official agent, Auto Sueco has been very



Volvo, tem colaborado com a Douro Azul de forma bastante profissional e dedicada, não só no momento da aquisição dos chassis, mas também e principalmente no denominado Após Venda, sendo a nossa escolha para efetuar todos os trabalhos de manutenção dos autocarros.

Como é atualmente constituída a vossa frota de autocarros?

A Douro Azul conta com 39 autocarros, 27 de Turismo que apoiam as atividades dos cruzeiros em navio-hotel, e os restantes 12 de *Sigthseeing* a operar no Porto e em Lisboa. Dos 27 autocarros de Turismo, 17 são chassis Volvo, sendo que, no *Sigthseeing*, os dois mais recentes, afetos à operação em Lisboa, estão também equipados com chassis Volvo.

Como vão manter o crescimento da Douro Azul?

Em Portugal, temos dois novos navios-hotel em construção, estão também a decorrer as obras do Monumental Palace Hotel e temos igualmente um projeto para dinamização turística do Vale do Tua.

Internacionalmente, adquirimos no final de 2015 uma das principais empresas alemãs de cruzeiros fluviais, a Nicko Cruises e, com ela, passámos a operar em 12 países, iniciando-se indubitavelmente o processo de internacionalização do Grupo. Estamos também a trabalhar no sentido de criar cruzeiros oceânicos, um projeto denominado Vasco da Gama Expedition Cruises (VGEC), que consiste num pacote versátil destinado a operar em zonas como a Amazónia, Antártida, fiordes do Chile, Estreito de Magalhães, Galápagos, Maldivas, Seychelles ou a fazer a circum-navegação de Cuba. Esta é uma oportunidade mundial que marcará o mercado de cruzeiros na próxima década. Assim, seremos absolutamente globais.

professional and dedicated with Douro Azul, not only when we purchase Volvo chassis, but particularly regarding the after-sales services. That's why we choose Auto Sueco to assure all the operational and maintenance support to our bus fleet.

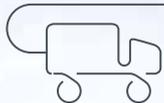
How many buses do you have in your fleet?

Douro Azul has 39 buses. 27 are Tourism buses that support the cruise ships' activity and the remaining 12 are Sightseeing buses operating in Oporto and Lisbon. 17 from the 27 "Tourism buses" are Volvo chassis. Regarding Sightseeing buses, the two most recent ones, operating in Lisbon, are also Volvo chassis.

How do you intend to keep Douro Azul growing?

We have two new hotel-ships under construction in Portugal, the works in Monumental Palace Hotel (Porto) are also proceeding and we are working in a new project that will boost touristic activity in the Tua Valley.

Internationally, by acquiring one of the main German river cruise companies - Nicko Cruises - at the end of 2015, we started operating in 12 countries, which marked Douro Azul internationalization process. We are also working on a new ocean cruise project, named Vasco da Gama Expedition Cruises (VGEC), designing a flexible liner to cruise in regions such as Amazon, Antarctica, Chilean fjords, Magellan Strait and Galapagos or to circumnavigate Maldives, Seychelles and Cuba. We believe this is a worldwide opportunity, a trend in the cruise market during the next decade... and by doing it we will be truly global.



NOVAS INSTALAÇÕES AUTO SUECO E AUTO-MAQUINARIA COMPROVAM APOSTA E CONFIANÇA EM ANGOLA

/ New Auto Sueco and Auto-Maquinaria facilities are proof of investment and CONFIDENCE in Angola



A Auto Sueco Angola e a Auto-Maquinaria inauguraram recentemente instalações em Ícolo e Bengo, Luanda, concretizando um grande investimento em modernidade, tecnologia e centralidade que, segundo Francisco Ramos, Administrador Executivo do Grupo Nors, constitui “a nossa maior prova de confiança na economia e no futuro do país”.

Auto Sueco Angola and Auto-Maquinaria have just inaugurated their facilities in Icolo and Bengo, Luanda, making a major investment in modern premises, technology and a central location, which, according to Francisco Ramos, Executive Director of the Nors Group, is “our greatest proof of confidence in the country’s economy and in its future”.





CONDIÇÕES EXEMPLARES

/ *Outstanding conditions*

A Auto Sueco Angola e a Auto-Maquinaria têm em Ícolo e Bengo condições de excelência para servir os atuais e potenciais clientes e para acolher os Colaboradores. “São das melhores instalações de uma concessão Após Venda da Volvo Camiões e Equipamentos de Construção a nível mundial”, afirma o Administrador Executivo do Grupo Nors Francisco Ramos, explicando que “além de reforçarem a posição destas empresas, que já são *players* de referência em Angola, vêm demonstrar aos clientes que queremos apoiá-los com as melhores condições, em especial neste período difícil”. João Vaz, Diretor Executivo da Auto-Maquinaria, destaca também o facto de as novas instalações estarem “equipadas com os melhores meios técnicos e contarem com oficinas amplas e devidamente equipadas para responder às exigências do mercado”.

A ideia é corroborada por Carlos Feliciano, Diretor Executivo da Auto Sueco Angola, que sublinha “são as maiores e mais modernas instalações da Volvo em África e estão muito bem preparadas para toda a atividade da nossa área de negócio”. Outras mais-valias que identifica são as condições para a prestação de serviços Após Venda, com oficinas que permitem assistir 30 camiões ou semirreboques em simultâneo, e a Área de Peças, que permite fornecer peças genuínas nesta zona estratégica de Luanda.

Refira-se que a aposta em equipamentos e meios técnicos representou cerca de 10% do investimento.

Auto Sueco Angola and Auto-Maquinaria have excellent conditions in Ícolo and Bengo to serve their current and potential customers and to accommodate their Employees. “They are among the best facilities of Volvo Truck After Sales and Construction Equipment dealership worldwide”, states the Executive Director of Nors Group Francisco Ramos, explaining that “besides reinforcing the position of both companies, which are already benchmark players in Angola, this now demonstrates to the customers that we want to support them with the best conditions, especially in these very tough times”.

João Vaz, Managing Director of Auto-Maquinaria, also highlights that the new facilities are “equipped with the best technical means and have large, properly equipped workshops to respond to market demands”.

The idea is corroborated by Carlos Feliciano, Managing Director of Auto Sueco Angola, who stresses “they are the biggest and most modern Volvo facilities in Africa and are very well prepared for every activity in our business area”. Other advantages that he points out are the conditions for providing After Sales services, with workshops enabling 30 trucks or semi-trailers to be serviced simultaneously, and the Spare Parts Area, where genuine parts can be supplied in this strategic area of Luanda.

It should be mentioned that the commitment to equipment and technical means represented around 10% of the investment.



Da esquerda para a direita:
/ From the left to the right:
Carlos Feliciano,
Diretor Executivo
/ Managing Director
Auto Sueco Angola;
Francisco Ramos,
Administrador da Nors
/ Nors Executive Director;
Joaquim Santiago,
Gestor de Ativos
Imobiliários do Grupo
/ Group's Real Estate
Asset Manager;
João Vaz, Diretor Executivo
/ Managing Director
Auto-Maquinaria.



A equipa da Auto Sueco Angola junto ao novo edifício
/ Auto Sueco Angola team next to the new building

Localização privilegiada

Localizadas a cerca de 30 quilómetros do centro de Luanda, bem perto do futuro Aeroporto Internacional da capital, as instalações estão numa zona que registou forte crescimento em termos populacionais e industriais na última década e que é servida por uma via central ao abastecimento de praticamente todo o país.

É uma localização que, segundo Joaquim Santiago, Gestor de Ativos Imobiliários do Grupo Nors e responsável pelo acompanhamento da obra, se tornará ainda mais relevante “uma vez terminadas as obras de recuperação e ampliação das muitas vias rodoviárias que a circundam”.

Implantadas num terreno com perto de 10 ha, contam com uma área coberta próxima de 14.000 m², o que a par da gigantesca área exterior de exposição e de uma frente com 300 m, lhes dão também uma visibilidade invejável.

As duas empresas funcionam em espaços próprios, partilhando a portaria e as áreas sociais, que incluem desde refeitório a centro médio, e trazem melhores condições aos cerca de 100 profissionais que ali trabalham. “Para prestarmos os melhores serviços é preciso que os nossos Colaboradores tenham as melhores condições, em termos profissionais e sociais, e estas instalações cumprem também estes objetivos” salienta o administrador Francisco Ramos.

Uma obra de qualidade invejável

A obra agora inaugurada começou com os trabalhos de terraplanagem, em 2012, e seguiram-se quatro anos de construção, pontuados por alguns contratemplos, resultado da dificuldade que tiveram alguns intervenientes em aprovisionar materiais e respeitar prazos e exigências. “Estes períodos foram compensados pelo esforço e lealdade da equipa que acompanhou a obra, pela comunicação constante entre Angola e Portugal e pelo elevado grau de

Privileged location

Located around 30 kilometres from the centre of Luanda, very close to the capital's future International Airport, the new facilities are in an area that had a strong growth over the last decade, in population and industrial activity, and is served by a road which is central for supplying almost the entire country.

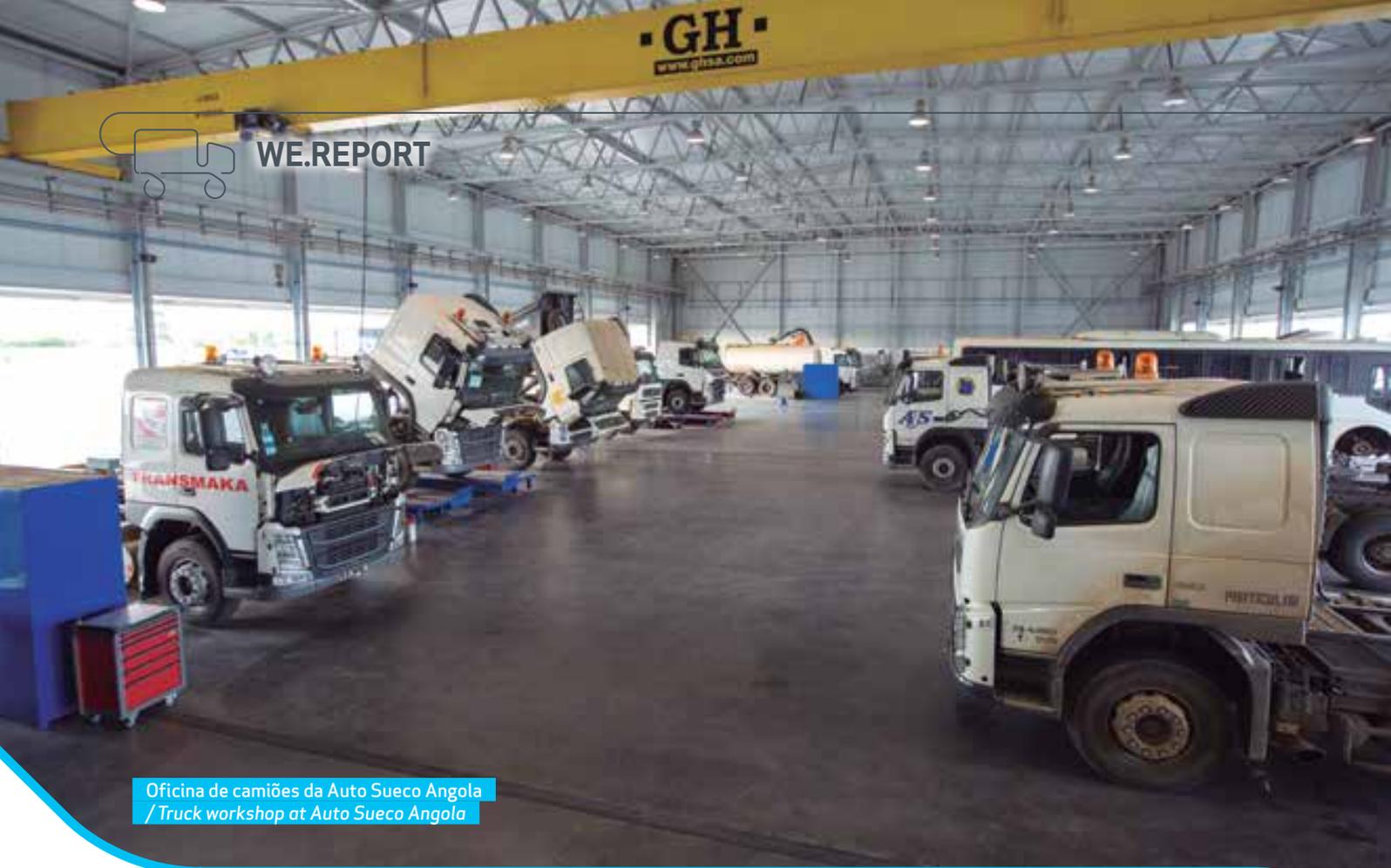
According to Joaquim Santiago, Nors Group's Real Estate Asset Manager and the responsible for supervising the project, the location will become even more important “once the works for improving and widening the many surrounding roads have been completed”.

Set up on a plot of close to 10 hectares, the facilities have a covered area of almost 14,000 m², which together with the huge outdoor display area and a 300 m front also lends them prime visibility.

Each company operates in its own building, sharing the reception and social areas, which even include a canteen and a medical centre, providing improved conditions to around 100 professionals who work there. “In order for us to provide the best services, our Employees need to have the best professional and social conditions and these facilities also fulfil those objectives” the executive director Francisco Ramos points out.

Prime quality project

The earthworks for the newly opened facilities started in 2012 and were followed by four years of construction, which suffered a few setbacks, due to the difficulty some of the people involved had in supplying materials and meeting deadlines and demands. “These periods were offset by the effort and loyalty of the team that supervised the works, by the constant communication between Angola and Portugal and by the high degree of scrutiny imposed on the



Oficina de camiões da Auto Sueco Angola
/ Truck workshop at Auto Sueco Angola

exigência imposto na empreitada”, refere Joaquim Santiago, acrescentando que esta exigência faz com que a qualidade da obra seja invejável.

A implementação de boas práticas, a existência de excelentes condições para os trabalhadores da obra e a proximidade do estaleiro central e da Sede da Hipermáquinas, empreiteiro geral da obra, são outros pontos destacados. E as máquinas ao serviço, claro, foram Volvo.

Auto Sueco Angola

- Área total do terreno: 55.191,00 m².
- Área total coberta: 7.398,94 m², incluindo Armazém de peças com 1.275,20 m²; Oficinas com 2.838,85 m²; Escritórios de 526,01 m²; Serviços rápidos com 838,57 m²; e Edifício de apoio com pintura, serralharia, lavagem, entre outros serviços, num total 1.920,31 m².
- Logradouro: 47.792,06 m².

Auto-Maquinaría

- Área total do terreno: 41.112,00 m².
- Área total coberta: 5.649,83 m², incluindo Armazém de peças com 1.919,01 m²; Oficinas com 2.338,75 m²; Escritórios de 732,39 m²; e Edifício de apoio com 659,68 m² onde se encontram serviços diversos, desde a lavagem à lubrificação.
- Logradouro: 35.462,17 m².

Áreas Comuns

Portaria: 24,07 m².
Bar: 52,56 m².
Edifício Social: 833,34 m² que acolhem Cantina, Balneários, Vestiários e Posto Médico.

contractor”, says Joaquim Santiago, adding that this scrutiny means that the project is prime quality one.

Implementing best practices, having excellent conditions for the site workers and the proximity to the central building site and the Head Office of Hipermáquinas, the project’s general contractor, are other highlighted points. And, of course, the machines used were Volvo.

Auto Sueco Angola

- Total plot area: 55,191.00 m².
- Total covered area: 7,398.94 m², including a Spare parts warehouse of 1,275.20 m²; Workshops of 2,838.85 m²; Offices of 526.01 m²; Quick services of 838.57 m²; a Support building with painting, bodywork and car-wash, among other services, totalling 1,920.31 m².
- Patio: 47,792.06 m².

Auto-Maquinaría

- Total plot area: 41,112.00 m².
- Total covered area: 5,649.83 m², including a Spare parts warehouse of 1,919.01 m²; Workshops of 2,338.75 m²; Offices of 732.39 m²; and Support building of 659.68 m² where there are various services, from car-wash to lubrication.
- Patio: 35,462.17 m².

Public Areas

Reception: 24.07 m².
Bar: 52.56 m².
Social Building: 833.34 m² housing a Canteen, Shower Rooms, Changing Rooms and Medical Centre.



Armazém
de Peças
/ Parts
Warehouse

Após Venda é essencial

Desde meados de 2014 que Angola vive uma grave crise económica, em muito causada pela descida abrupta do preço do petróleo, sua principal exportação e fonte de receita, o que pressionou os mais diversos setores, incluindo os transportes de longo curso, a distribuição e a construção, centrais para estes dois negócios do Grupo.

A redução da atividade e a menor disponibilidade de divisas para importação de equipamentos e componentes, que dada a tecnologia envolvida têm de vir do exterior,

After Sales is essential

Since mid 2014, Angola has been experiencing a serious economic crisis, mostly caused by the abrupt drop in the price of oil, its main export and source of revenue, which put pressure on a wide variety of sectors, including long-haul transport, distribution and construction, key to these two businesses of the Group.

The slowdown in the business and the lack of availability of foreign exchange for importing equipment and components, which due to the technology involved have to



Oficina de Equipamentos de Construção da Auto-Maquinaria
/ Auto-Maquinaria Construction Equipment Workshop



A equipa da Auto-Maquinaría nas suas novas instalações
/ Auto-Maquinaría team in its new facilities

foram consequências que obrigaram a ajustar estratégias e a privilegiar o Após Venda.

Só assim é possível assegurar um legado que, para Carlos Feliciano, sempre foi mantido com orgulho: **“a responsabilidade de prestar assistência técnica aos produtos comercializados, respondendo com um elevado nível de exigência aos clientes que investiram nas soluções que disponibilizamos”.**

Segundo o mesmo responsável, **“a nossa posição no mercado e solidez financeira, as nossas valências técnicas e técnicos capacitados, o elevado investimento na existência de peças, a expansão para províncias como Benguela, Lobito e Huila, no Lubango, e agora este investimento em instalações constituem a melhor prova da importância deste mercado, no qual estamos claramente empenhados. E apesar das dificuldades, em termos gerais a empresa tem crescido em eficiência e tem sabido adequar-se para se manter como uma referência”.**

come from abroad, required a strategic adjustment that favoured After Sales.

*That was the only way to secure a legacy that, according to Carlos Feliciano, has always been maintained with pride: **“the responsibility of providing technical assistance for the products sold, responding with the greatest care to customers who have invested in the solutions that we provide”.***

*According to the same responsible, **“our market position and financial robustness, our technical facilities and qualified technicians, the major investment in stocks of spare parts, the expansion to provinces such as Benguela, Lobito and Huila, in Lubango, and now this investment in facilities are the best proof of the importance of this market, to which we are clearly committed. And despite the difficulties, in general terms the company has grown in efficiency and has been able to adapt in order to remain a benchmark”.***



Área de receção
/ Reception area

João Vaz, Diretor Executivo da Auto-Maquinaria, aponta igualmente o Após Venda como caminho essencial e junta-lhe a diversificação. “Face à contração da construção civil, a nossa presença - já forte - no segmento mineiro tem permitido manter a empresa em níveis estáveis e estamos atualmente a diversificar para o Oil&Gas, com soluções de equipamentos de elevação de cargas e respetivos serviços de Após Venda. De resto, as prioridades são continuar a servir bem os clientes em Angola e gerir com eficiência e profissionalismo”.

Neste sentido, sublinha a importância de “continuarmos a ser inventivos e criativos para ultrapassarmos as barreiras do mercado e o nosso principal foco mantém-se nos serviços Após Venda, de modo a garantir a disponibilidade de componentes e a capacidade técnica”.

A Auto Sueco está em Angola há 25 anos. Comercializa e presta assistência, em exclusividade, a automóveis Volvo, autocarros Volvo e Sunwin, geradores SDMO, camiões Volvo e motores Volvo Penta, fornecendo e assistindo também semirreboques Randon, CIMC, AS Matos e Valart. 70 dos seus profissionais asseguram estas atividades em Ícolo e Bengo.

A Auto-Maquinaria foi criada em 2005 e representa a Volvo Construction Equipment em Angola, disponibilizando máquinas novas e usadas, serviços Após Venda e Peças. Emprega pouco mais de 50 de Colaboradores, 35 dos quais transitaram para as novas instalações.

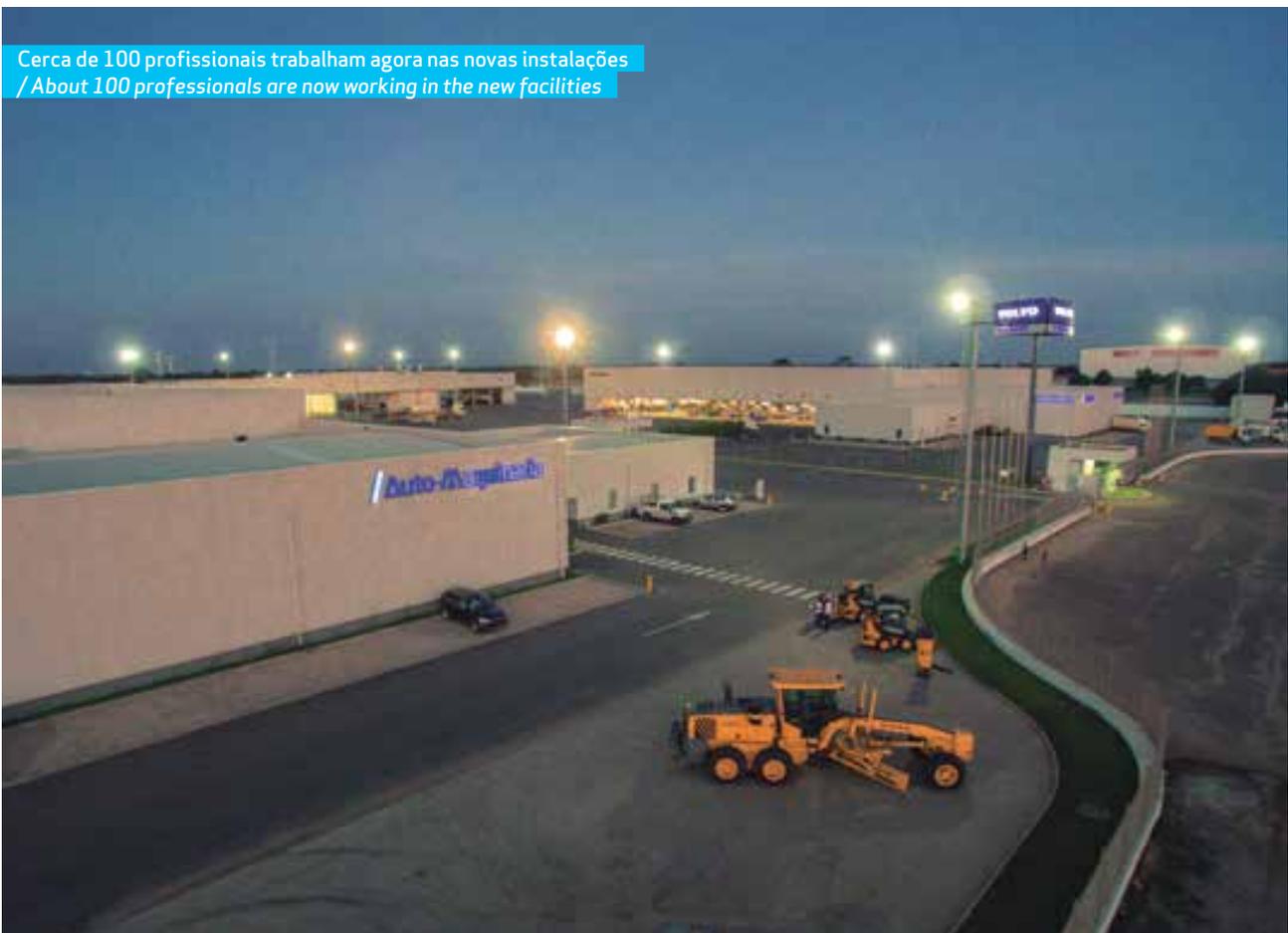
João Vaz, Managing Director of Auto-Maquinaria, also points to After Sales as an essential path together with diversification. “Due to the contraction in construction sector, our presence - already strong in the mining segment - has made it possible to keep the company at stable levels and we are currently diversifying to Oil&Gas, with load-lifting equipment solutions and the respective After Sales services. Aside from that, our priorities are rendering a good service to our customers in Angola and manage efficiently and professionally”.

This way, he stresses that “we must continue being innovative and creative in order to overcome the market barriers and we remain primarily focused on the After Sales services, in order to guarantee the availability of components and technical capacity”.

Auto Sueco has been in Angola for 25 years. It has exclusivity for the sale and service of Volvo cars, Volvo and Sunwin buses, SDMO generators, Volvo trucks and Volvo Penta engines, while also supplying and servicing Randon, CIMC, AS Matos and Valart semi-trailers. 70 of its professionals secure these activities in Ícolo and Bengo.

Auto-Maquinaria was formed in 2005 and represents Volvo Construction Equipment in Angola, providing new and used Machines, After Sales services and Spare Parts. It Employs a little over 50 people, 35 of whom have moved to the new facilities.

Cerca de 100 profissionais trabalham agora nas novas instalações
/ About 100 professionals are now working in the new facilities





INAUGURAÇÃO REUNIU DUAS CENTENAS DE CONVIDADOS

/ Opening gathered two hundred guests

“Este é mais um importante momento em mais de 25 anos de aposta em Angola e de compromisso com todos os clientes deste mercado”. Foi com estas palavras que Tomás Jervell, CEO do Grupo Nors, se referiu às novas instalações da Auto Sueco Angola e da Auto-Maquinaria durante a cerimónia de inauguração realizada em novembro último. O evento juntou perto de duas centenas de convidados, incluindo as presenças institucionais do Ministro dos Transportes, Augusto da Silva Tomás, do Business Manager da Volvo Construction Equipment para Angola Masood Akar e do Presidente da Volvo Trucks - Region Southern Africa Torbjörn Christensson. Masood Akar e Torbjörn Christensson, os primeiros a tomar da palavra, elogiaram as novas instalações e a forma como elas ilustram a aposta do Grupo Nors em Angola. Seguiu-se Tomás Jervell que, além de destacar a aposta

“This is another important milestone in more than 25 years of investment in Angola and of commitment with all the clients in this market”. These were the words used by Tomás Jervell, CEO of Nors Group, to describe the new facilities of Auto Sueco Angola and Auto-Maquinaria during the opening ceremony held on November. The event was attended by around two hundred guests, including the Minister of Transport Augusto da Silva Tomás, the Business Manager of Volvo Construction Equipment for Angola Masood Akar and the President of Volvo Trucks - Region Southern Africa Torbjörn Christensson as official invitees. Masood Akar and Torbjörn Christensson, the first to take the floor, exalted the new facilities and the way they express Nors Group’s commitment to Angola. They were followed by Tomás Jervell who, additionally to Nors





Torbjörn Christensson, Presidente / President Volvo Trucks – Region Southern Africa;
 Augusto da Silva Tomás, Ministro dos Transportes de Angola / Angolan Minister of Transport;
 Tomás Jervell, CEO do Grupo Nors / CEO of Nors Group;
 Masood Akar, Business Manager Volvo Construction Equipment

neste mercado, se referiu às novas instalações como estando entre as melhores concessões mundiais da Volvo para estes segmentos e sublinhou que constituem mais um passo na longa parceria de sucesso com o Grupo Volvo. O Presidente do Grupo Nors terminou com um brinde partilhado com todos os presentes, seguindo-se o corte de fita, com os quatro convidados oficiais a assinalar simbolicamente o arranque do moderno complexo. O Ministro dos Transportes, Augusto da Silva Tomás, encerrou a cerimónia, destacando o investimento efetuado pelas duas empresas e o modo como este vai contribuir para a criação de riqueza e de emprego, sublinhando: “aqueles que estiverem connosco nos momentos difíceis saberão no futuro colher os frutos da nossa economia”.

commitment to this market, stated that the new facilities are among the world's best Volvo's concessions for both segments and stressed they represent one step ahead in the long successful partnership with Volvo Group. The CEO of Nors Group ended his speech by inviting everyone present for a toast, followed by the ribbon cutting, with the four official guests symbolically marking the opening of the modern complex. The Minister of Transport, Augusto da Silva Tomás, closed the ceremony highlighting the investment made by the two companies and how it will contribute to local wealth and employment, stressing that “those who are with us in difficult times will in the future reap the rewards of our economy”.





WE.TOUCH



ORGULHO E RECONHECIMENTO NA 5ª EDIÇÃO DOS PRÉMIOS AÇÃO NORS

/Pride and recognition at the Nors Action Awards 5th edition



A Carreira de Mário Oliveira, a Iniciativa de João Dias, a Inovação de Ricardo Costa, a Liderança de Filipe Carvalho, o exemplo de José Pires em Ser Nors, o Espírito de Equipa da Auto Sueco São Paulo e a Performance da Auto Sueco Botswana estiveram em destaque na edição mais participada de sempre dos Prémios Ação Nors.

Mário Oliveira's Career, João Dias' Initiative, Ricardo Costa's Innovation, Filipe Carvalho's Leadership, José Pires' example in Be Nors, the Auto Sueco São Paulo's Team Spirit and Auto Sueco Botswana's Business Performance were in the spotlight during the last Nors Action Awards, which had the highest ever attendance.



A quinta edição dos Prêmios Ação Nors foi a mais participada de sempre, com um total de 402 candidaturas e o envolvimento de todas as regiões do Grupo. A entrega dos galardões que reconhecem os Colaboradores que mais se destacaram em 2015 decorreu no Terminal de Cruzeiros de Leixões, em Matosinhos, e foi partilhada com os Colaboradores de todo o mundo Nors. Via Internet, várias claques apoiaram os seus candidatos, trazendo uma energia acrescida a este evento que tem já lugar entre os momentos altos da vida do Grupo.

The Nors Action Awards Fifth Edition had the highest ever attendance, with a total of 402 applications and the involvement of all the Group's regions. These awards, that acknowledge the Employees who stood out the most in 2015, were presented at a ceremony that took place at the Leixões Cruise Terminal in Matosinhos, which was shared with all the Employees throughout the entire Nors world. Various groups of fans supported their candidates, bringing additional energy to this event, which is already one of the highlights in the life of the Group.



Auto Sueco São Paulo vence prémio Espírito de Equipa / Auto Sueco São Paulo wins Team Spirit award

Auto Sueco São Paulo ganha prémio Espírito de Equipa: mudança para novas instalações em tempo recorde e sem perturbações

Graças aos esforços conjugados da equipa da Auto Sueco São Paulo, em três semanas 200 pessoas e muitas mais centenas de peças e equipamentos, incluindo as áreas críticas da oficina e stocks, mudaram-se para novas instalações. Fernando Ferreira recebeu o galardão, mas o prémio é para todos os que trabalharam de forma incansável para assegurar a total funcionalidade das novas instalações desde a primeira hora. Segundo Fernando Ferreira, **“em 35 anos de carreira profissional nunca fiz nada que exigisse um espírito de equipa tão grande”**.

Além do vencedor, estavam nomeados para a categoria “Espírito de Equipa” a Equipa da Auto-Maquinaría responsável pelo Contrato Após Venda da Sociedade Mineira da Catoca, Angola, representada por Filipe Carvalho; a Equipa da Sotkon, representada por Nuno Silva, a Equipa da Galius, representada por António Sardinha, e Pedro Pereira com a Estrutura Central Peças Origem Nors Angola e Nors África.



Nomeados para o prémio Espírito de Equipa / Nominees to Team Spirit award

Auto Sueco São Paulo wins Team Spirit award: moving premises in record time and without disturbances

Thanks to the joint efforts of the Auto Sueco São Paulo team, 200 people and many more hundreds of parts and equipment, including the critical workshop areas and stocks, moved to new premises in just three weeks. Fernando Ferreira received the award, but it is for all those who worked tirelessly to ensure that the new premises were completely up and running right from the start.

According to Fernando Ferreira, **“in my 35 years as a professional, I have never done anything that required such a great sense of team spirit”**.

Besides the winner, the nominees for the “Team Spirit” category were the Auto-Maquinaría Team responsible for the After Sales Contract of Sociedade Mineira da Catoca, Angola, represented by Filipe Carvalho, the Sotkon Team, represented by Nuno Silva, the Galius Team, represented by António Sardinha, and Pedro Pereira representing the Nors Angola and Nors Africa Original Parts Central Structure.



João Dias distinguido com prémio Iniciativa
/ João Dias acknowledged with Initiative award

Prémio Iniciativa para João Dias, um profissional da Auto Sueco Tanzânia com uma “vontade de ouro”

João Dias identificou uma oportunidade - um contrato de reparação de motores na mina de ouro de Bulyanhulu - e conquistou-a. Para assegurar que tudo seguia o rumo certo, passou a viver nesta mina, em condições a que poucos se submeteriam. Com a sua iniciativa e perseverança, a Auto Sueco Tanzânia mais do que duplicou a faturação em serviços. Para João Dias este “é o reconhecimento pelo esforço que fiz, um esforço que não é só meu, mas de todas as pessoas que trabalham comigo na Auto Sueco Tanzânia”.

Ivo Silva da Nors África e Paulo Silva da Auto Sueco Centro Oeste completavam os nomeados na categoria Iniciativa.



Nomeados ao prémio Iniciativa
/ Nominees to Initiative award

Initiative Award given to João Dias, a professional from Auto Sueco Tanzania, with a “will of gold”

João Dias identified an opportunity - an engine repair contract at the Bulyanhulu gold mine - and managed to get it. To make sure everything was on the right track, he went to live in the mine, in conditions that only a few would be willing to undergo. With his initiative and perseverance Auto Sueco Tanzania more than doubled its services turnover. In João Dias' opinion, this “is an acknowledgement of the effort I made, an effort that isn't only mine, but of all the people who work with me at Auto Sueco Tanzania”.

Ivo Silva of Nors Africa and Paulo Silva of Auto Sueco Centro Oeste completed the nominees in the Initiative category.



Prémio Inovação para Ricardo Costa
/ Innovation award to Ricardo Costa

Prémio Inovação para o algoritmo com que Ricardo Costa, do Desenvolvimento de Aftermarket da Nors, otimizou a gestão de encomendas

Ricardo Costa inventou o algoritmo que gere as encomendas dos fornecedores do Aftermarket Nors. A sua inovação reduziu os stocks em 18%, aumentou a faturação em 10% e melhorou em 1% o nível do serviço, estando já em análise a sua implementação na área de pesados. “Sempre acreditei em vencer este prémio, fruto da confiança no meu trabalho e nos resultados alcançados. O êxito do projeto deve-se a um trabalho conjunto com pessoas excecionais”.

O grupo de nomeados incluiu a dupla Augusto Ramos e Bruno Casanova, da Auto Sueco São Paulo; a Equipa da Qualidade da mesma empresa, Nuno Guimarães da Auto Sueco Automóveis, e Pedro Dias com a Equipa da MasterTest.

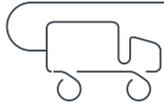


Nomeados ao prémio Inovação
/ Nominees to Innovation award

Innovation Award for the algorithm that Ricardo Costa, of Nors' Aftermarket Development, used to optimise orders

Ricardo Costa invented the algorithm that manages Nors Aftermarket's orders from suppliers. His innovation reduced stocks by 18%, increased turnover by 10% and improved the service level by 1%. This way, its implementation in the heavy-duty vehicles area is now under analysis. “I always believed I could win this award, due to the trust in my work and the results achieved. The success of the project is due to working together with exceptional people”.

The group of nominees included Augusto Ramos and Bruno Casanova from Auto Sueco São Paulo, the Quality Team from the same company, Nuno Guimarães from Auto Sueco Automóveis, and Pedro Dias with the MasterTest Team.



Filipe Carvalho recebeu prémio Liderança
/ Filipe Carvalho received Leadership award



Nomeados ao prémio Liderança
/ Nominees to Leadership award

Prémio Liderança destaca resiliência e estilo responsabilizador de Filipe Carvalho, da Auto-Maquinaria

O trabalho que desenvolveu ao longo dos últimos anos na Sociedade Mineira da Catoca, em Angola, demonstra que Filipe Carvalho tem o perfil de um líder. Apesar das adversidades, adotou as melhores práticas de gestão, focou-se nos objetivos e conseguiu conjugar um contrato de alta rentabilidade com uma elevada satisfação do cliente. E o seu estilo de liderança responsabilizador tornou-o num exemplo a seguir.

“Estou muito orgulhoso pelo facto de o Grupo reconhecer em mim, que ainda sou jovem e estou há pouco tempo na empresa, esta capacidade de liderança e também pela confiança depositada em toda a equipa da Auto-Maquinaria”, referiu Filipe Carvalho.

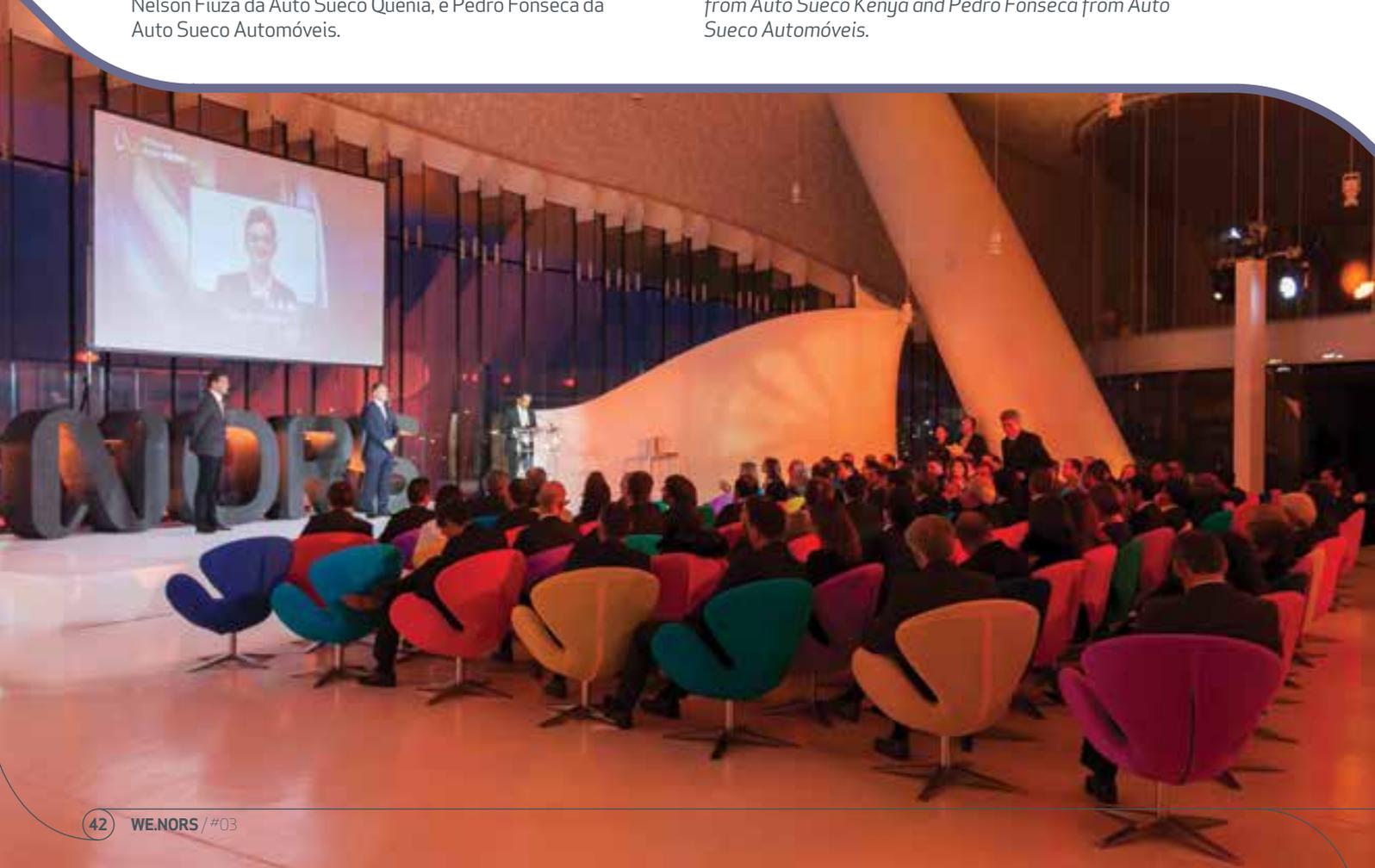
Em competição na categoria Liderança estavam igualmente Moizés Pereira da Auto Sueco Centro Oeste, Nelson Fiuza da Auto Sueco Quénia, e Pedro Fonseca da Auto Sueco Automóveis.

Leadership Award highlights resilience and empowering style of Filipe Carvalho, from Auto-Maquinaria

The work carried out over the last few years at Sociedade Mineira da Catoca, in Angola, proves that Filipe Carvalho has the profile of a leader. Despite all adversities, he adopted best management practices, focused on the targets and managed to balance a highly profitable contract with strong customer satisfaction. And his empowering leadership style made him an example to be followed.

“I’m very proud of the fact that, although I am still young and have not been with the company for very long, the Group acknowledged my leadership ability and also for the trust shown towards the entire Auto-Maquinaria team”, said Filipe Carvalho.

Also competing for the Leadership category were also Moizés Pereira from Auto Sueco Centro Oeste, Nelson Fiuza from Auto Sueco Kenya and Pedro Fonseca from Auto Sueco Automóveis.





Prémio Performance Empresarial para a Auto Sueco Botswana
/ Business Performance award for Auto Sueco Botswana

Prémio Performance Empresarial destaca Auto Sueco Botswana pelo seu desempenho, que ficou muito acima das expectativas

Um pequeno mercado não tem de significar um pequeno negócio e a prova é que a Auto Sueco Botswana tem evoluído de forma positiva em todas as variáveis de eficiência e aplicação de recursos, e também na sua rentabilidade. Este desempenho valeu-lhe o Prémio Performance Empresarial, recebido por Pedro Ferreira Monteiro, Diretor Executivo, que sublinha: “é um reconhecimento pelo trabalho elaborado em 2015 por toda a equipa Auto Sueco, pela direção da Nors África e por toda a estrutura corporativa que nos deu suporte”.

A Axial Angola e a Galius, representadas pelos respetivos Diretores Executivos Nuno Ramos e Ricardo Gomes, completavam os nomeados.



Nomeados ao prémio Performance Empresarial
/ Nominees to Business Performance award

Business Performance Award highlights Auto Sueco Botswana for its performance very much above expectations

A small market doesn't have to mean a small business and the proof is Auto Sueco Botswana that has been evolving positively in every efficiency variable and in the use of resources, as well as in profitability.

Due this performance it received the Business Performance Award, which was delivered to Pedro Ferreira Monteiro, its Executive Director, who underlines: “it is acknowledgement of the work carried out in 2015 by the entire Auto Sueco team, by the Nors Africa management and by the whole corporate structure that supported us”.

Axial Angola and Galius, represented by their Executive Directors, respectively Nuno Ramos and Ricardo Gomes, completed the nominees.



José Pires foi o premiado Ser Nors
/ José Pires was the Be Nors awarded

Ser Nors é estar sempre lá e vestir a camisola como José Pires, da Norshare

Diz quem bem o conhece que é empenhado, íntegro e de total confiança, tanto profissionalmente como nas relações com colegas. O prémio Ser Nors reconhece-o pela amizade e respeito conquistado, e por vestir a camisola, mostrando-se disponível mesmo na adversidade. É isto que conta na categoria Ser Nors, introduzida nesta 5ª edição, e que deixa orgulhoso José Pires: “com quase 47 anos de empresa, este prémio significa um reconhecimento, especialmente vindo da camada jovem”.

Ainda nomeados para a nova categoria Ser Nors estavam Irene França da Nors Ibéria, Vando Agostinho da Nors Angola, e Paulo Taborda e Peralta da Silva, ambos da Auto Sueco Portugal.



Nomeados ao prémio Ser Nors
/ Nominees to Be Nors award

Be Nors is about always being there and flying the flag like José Pires, from Norshare

Those who know him well say he is committed, honest and of the utmost trust, both professionally and in his relations with colleagues. The Be Nors award acknowledges him for his friendship and the respect he gain, as well for flying the flag, being always available even in times of adversity. That is what counts in this new category introduced in this 5th edition, and which makes José Pires proud: “after almost 47 years in the company this award means appreciation, especially coming from young people”.

Also nominees for the new Be Nors category were Irene França from Nors Iberia, Vando Agostinho from Nors Angola and Paulo Taborda and Peralta da Silva, both from Auto Sueco Portugal.



Mário Oliveira: Prémio Carreira / Career award

Mário Oliveira homenageado com Prémio Ação Nors Carreira: opiniões fortes, decisões certas e um toque de humor pontuam 30 anos de dedicação ao Grupo.

Nas três últimas décadas, Mário Oliveira dedicou-se a diferentes negócios e geografias, mas manteve sempre o espírito crítico, as suas opiniões fortes, uma forma decidida de enfrentar desafios e um relacionamento afável, pontuado por metáforas e toques de humor, o que lhe valeu a amizade, respeito e admiração de todos, assim como este prémio Carreira, um galardão proposto pelo Comité de Pessoas e Comunicação e cuja nomeação cabe ao CEO do Grupo. “Dei muito à Auto Sueco e ao Grupo Nors, mas o Grupo Nors e a Auto Sueco deram-me muito a mim, como pessoa, como profissional, como homem... Por isso, este sentimento de satisfação, alegria e dever cumprido”.

Homage was paid to Mário Oliveira with the Nors Career Action Award: strong opinions, right decisions and a touch of humour are part of 30 years dedicated to the Group.

Over the last three decades, Mário Oliveira has worked in different businesses and countries, but has always kept his critical spirit, his decisive way to face challenges and his friendly relations, topped with metaphors and touches of humour, which enabled him to earn everyone’s friendships, respect and admiration, as well of this Career Award, one that is proposed by the People and Communication Committee and nominated by the Group’s CEO. “I have given a lot to Auto Sueco and Nors Group, but Nors Group and Auto Sueco have given a lot to me, as a person, as a professional, as a man... Giving me a sense of satisfaction, happiness and mission accomplished”.

Claques em Ação

Há três anos, no Brasil, alguns colegas juntaram-se informalmente para apoiar o “seu candidato”, criando as primeiras “torcidas” do Grupo. O apoio dos fãs resultou tão bem que a ideia foi formalizada, com um convite à inscrição de claques e um prémio para a mais original e entusiasta. Foram oito as claques inscritas: A “#SILVAtmj” puxou por Paulo Silva, da Auto Sueco Centro Oeste, e a “#MoizesPereira” apoiou o seu Moisés, da mesma empresa. A “Mestre Continhas” fez tudo para eleger Ricardo Costa, do Desenvolvimento de Aftermarket da Nors, e a “SotKings” deu o seu aplauso à Equipa da Sotkon. “Mwangelé” da Auto-Maquinaria apoiou a equipa envolvida na Sociedade Mineira da Catoca. A “Somos Nors Irenes” aclamou Irene França, da Nors Ibéria, a “MasterClaque” apoiou Pedro Dias e a equipa MasterTest; e “As gimbrórias do Pirex” foram incansáveis a torcer por José Pires, da Norshare. A escolha não foi fácil, mas as “As gimbrórias do Pirex” foram as mais criativas e entusiastas a apoiar aquele que seria o vencedor do “Prémio Ser Nors”.

Cheering Groups in Action

In Brazil, three years ago, some colleagues informally got together to support “their candidate”, creating the Group’s first “supporters”. The fans’ support worked so well that the idea was made formal, with an invitation for cheering groups to register and a prize to the most original and enthusiastic. Eight cheering groups registered: “#SILVAtmj” was rooting for Paulo Silva, from Auto Sueco Centro Oeste, and “#MoizesPereira” supported their Moisés, from the same company. “Mestre Continhas” did all it could to elect Ricardo Costa, from Nors’ Aftermarket Development, and “SotKings” applauded the Sotkon Team. “Mwangelé” from Auto-Maquinaria supported the team involved in Sociedade Mineira da Catoca. “Somos Nors Irenes” cheered Irene França, from Nors Iberia, “As Gimbrórias do Pirex” tirelessly acclaimed José Pires, from Norshare, and “MasterClaque” supported Pedro Dias and the MasterTest Team. It wasn’t an easy choice, but “As Gimbrórias do Pirex” were the most creative and enthusiastic in supporting the one who became the “Be Nors Award” winner.



“Habitámo-nos a reconhecer e a celebrar o mérito dos nossos Colaboradores, das nossas Equipas e das nossas Empresas”, referiu Tomás Jervell no seu discurso de encerramento.

“We got used to acknowledging and celebrating the merit of our Employees, our Teams and our Companies” said Tomás Jervell in his closing speech.

RESULTADOS E DESAFIOS EM ANÁLISE NA REUNIÃO DE PERFORMANCE

*/ Results and challenges under analysis at the
Performance Meeting*

Administradores, Diretores e Gestores Operacionais das várias Estruturas Corporativas encontraram-se na Reunião de Performance, que este ano decorreu no Estádio do Dragão, sob o lema Grande Equipa, Grandes Desafios. O balanço das atividades realizadas pelas empresas do Grupo em 2015 e os seus grandes desafios para 2016 foram os temas em destaque nesta reunião, na qual foi também apresentado o caminho percorrido pelo Grupo e a sua ambição para 2016 à luz da Estratégia Nors 2015-2018.

Board Members, Directors and Operational Managers from the various Corporate Structures met up at the Performance Meeting, which this year took place at Estádio do Dragão, under the motto ‘Great Team, Great Challenges’. The outcome of the activities carried out by the Group’s companies in 2015 and its greatest challenges for 2016 were the main topics at this meeting, where the progress made by the Group and its ambition for 2016, in light of the Nors Strategy 2015-2018, were also presented.





WE TOUCH



OS BASTIDORES DOS PRÉMIOS

/ Behind the scenes of Nors Action Awards

Quem acompanha a atribuição dos Prémios Ação Nors provavelmente não imagina que mais de nove meses antes do evento estão já em curso as primeiras tarefas indispensáveis à realização desta noite memorável. Para perceber como tudo acontece, desvendámos os bastidores dos Prémios Ação Nors.

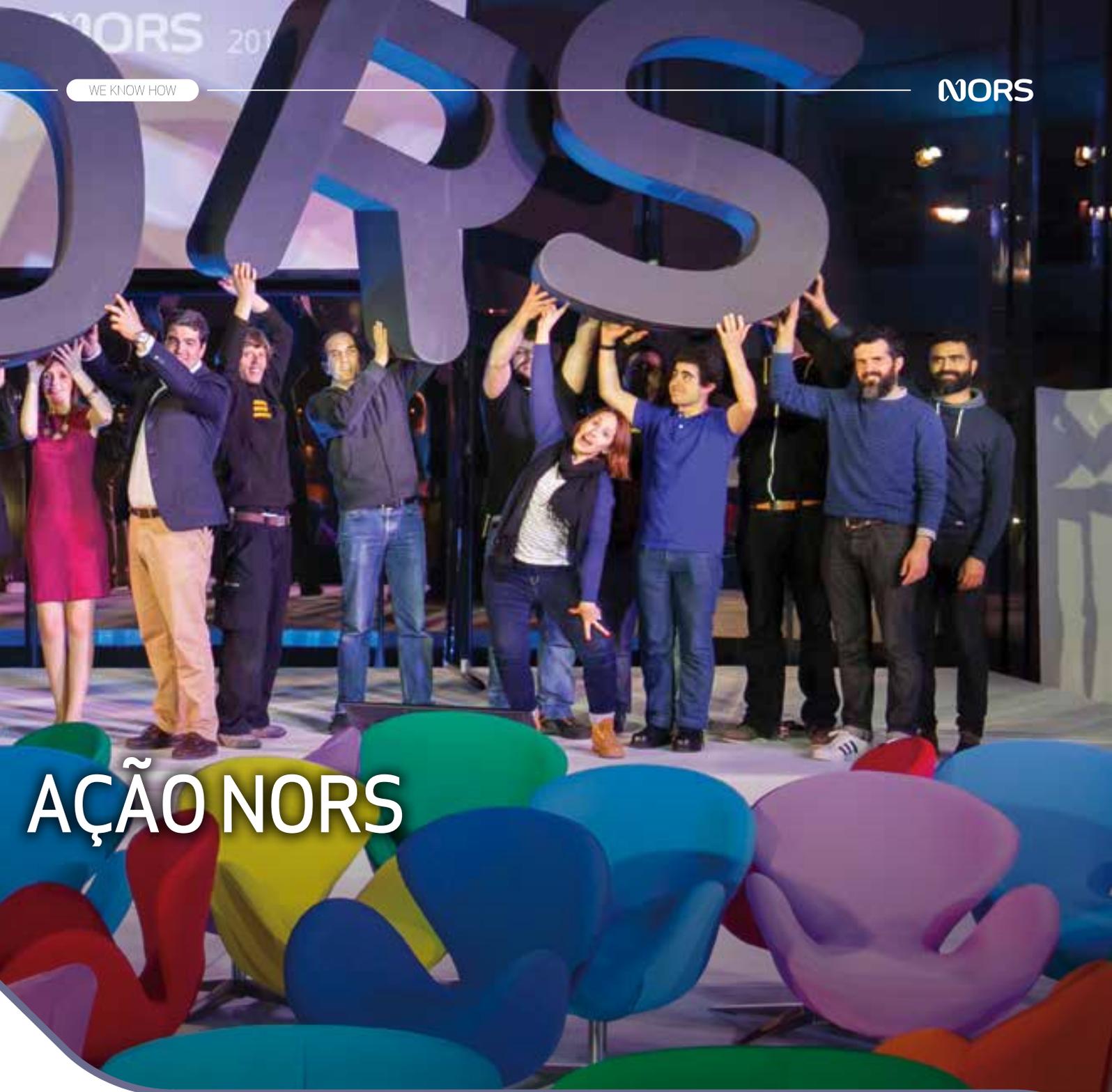
“Os Prémios Ação Nors são a melhor forma de demonstrar a nossa vitalidade, a nossa capacidade de superação e de fazer a diferença. Colocamos todo o nosso esforço e dedicação na concretização deste projeto de reconhecimento do sucesso, das boas práticas e do mérito, dos nossos Colaboradores. Este evento constitui anualmente um dos momentos altos da vida do nosso Grupo”, sublinha Ana Salomé, Diretora de Pessoas e Comunicação da Nors.

Em abril de 2015, começaram a pensar nas melhorias a introduzir nos Prémios que viriam a ser atribuídos um ano depois e, no primeiro dia de julho, já com materiais de

Those who follow Nors Action Awards probably have no idea that more than nine months before the event the first tasks needed to implement this memorable night are already underway. For you to understand how everything happens, we take you behind the scenes of Nors Action Awards.

“Nors Action Awards are the best way of displaying our vitality, resilience and ability to make a difference. We put all our efforts and dedication into this project that acknowledges the success, best practices and merit of our Employees. Every year this is one of the highlights events of our Group’s life”, points out Ana Salomé, Head of People and Communication at Nors.

In April 2015, People and Communication team started thinking about the improvements to be made to the Awards which would be attributed a year later, and on the first day of July, with the promotional materials already developed they



AÇÃO NORS

divulgação desenvolvidos, arrancaram com a comunicação interna. A 1 de agosto, lançaram as candidaturas.

“Nesta quinta edição, decidimos reforçar a comunicação do evento e facilitar as candidaturas através da criação de suportes online”, conta Patrícia Barbosa, explicando que a inovação implicou começar o projeto com ainda mais antecedência mas que o número recorde de candidaturas recebidas compensou.

As candidaturas encerraram a 31 de outubro e, ainda antes desta data, a equipa tinha já a empresa parceira na organização de eventos - a Desafio Global -, a pensar no conceito da cerimónia.

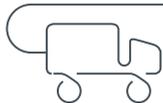
A prioridade é envolver cada vez mais os Colaboradores no próprio evento, tornando-os parte integrante deste evento especial, quer presencialmente, criando um bom momento

got started with the internal communication. On 1st August, they launched the applications.

“For this fifth edition, we decided to reinforce the communication about the event and facilitate applications by creating an online support”, Patricia Barbosa tells us, explaining that this innovation meant starting the project even further in advance. That effort was however rewarded by the record number of applications.

Applications closed on 31st October and before that date, the team already had the partner company for events organisation - Desafio Global - thinking about the concept for the ceremony.

The priority was to involve an increasing number of Employees in the event itself, making them an integral part of this special moment, whether in person, creating a great time



de convívio dos presentes, quer através da Internet e outras plataformas de comunicação.

Até meados de março o Comité de Pessoas e Comunicação fez a primeira avaliação das mais de 400 candidaturas recebidas e, com critérios bem definidos, procedeu a uma pré-seleção dos 10 candidatos mais fortes em cada categoria. Uma segunda ronda de avaliação voltou a diminuir este número e, a 23 de março, as candidaturas foram defendidas presencialmente, uma inovação introduzida nesta quinta edição. No final do mês, estavam apurados os nomeados, que foram anunciados a todo o Grupo. Já dos vencedores foi guardado segredo até que subissem ao palco, a 21 de abril. A par da avaliação e seleção dos candidatos, prosseguiram os preparativos para o evento: o som, as luzes, os audiovisuais e tecnologias, a decoração, os cenários e o catering foram apenas algumas das inúmeras variáveis a ter em conta.

“Poucos imaginam como tudo está organizado ao pormenor, desde o alinhamento detalhado do evento, descrevendo quem entra e sai de palco, passando pelos textos de apresentação das candidaturas e candidatos, pela determinação do momento em que entra cada vídeo, pela receção e publicação online dos comentários e imagens vindos das várias geografias, pela recolha dos depoimentos dos vencedores no final” conta José Albuquerque.

Na véspera, todos estes detalhes foram testados num ensaio geral, onde os únicos ausentes foram as estrelas em destaque no dia seguinte. E no momento em que conhecemos os bastidores desta operação, já a equipa está envolvida na preparação dos Prémios 2016 que, segundo nos revelam, vão adotar a nova marca interna do Grupo, passando a denominar-se na sua sexta edição “Prémios WE.NORS”.



Sob a orientação da Diretora de Pessoas e Comunicação do Grupo, Ana Salomé, José Albuquerque, Gestor de Comunicação, Marca e Relações Institucionais, Patrícia Barbosa, Gestora de Talento, Formação e Desenvolvimento, Nelma Ferreira, Designer de Comunicação, e Filipe Moreira, responsável pela Comunicação Digital compõem a equipa que coordena e operacionaliza todos os trabalhos e suportes relativos aos Prémios Ação Nors, realizados com o apoio externo de empresas especializadas.

O Comité de Pessoas e Comunicação que analisa as candidaturas e elege os vencedores é composto por mais de 20 elementos representativos de todo o Grupo, integrando a área de Pessoas e Comunicação, os Recursos Humanos das várias regiões, assim como os diretores de diferentes empresas e áreas funcionais.

for those present to socialise, or through Internet and other communication platforms.

Up until mid-March, the People and Communication Committee made its first assessment of the more than 400 applications received. Using carefully defined criteria, they made a pre-selection of the 10 strongest candidates in each category. A second round of assessments then further reduced that number and on 23rd March, the selected colleagues defended their application in person, an innovation introduced in this fifth edition. At the end of the month the nominees had been ascertained and were announced throughout the Group. The winners however were kept secret until they stepped up onto the stage, on 21st April.

Along with assessing and selecting the candidates, the preparations for the event proceeded: sound, lighting, audiovisuals and technologies, décor, scenery and catering were just a few of the numerous variables to bear in mind.

“Not many people can imagine how everything is organised in detail, right from making a detailed schedule of the event, describing who comes on and off stage, to the texts for introducing the applications and candidates, to deciding on the moment in which each video starts, the receipt and online publication of comments and pictures from the various countries, the collection of statements from the winners...” says José Albuquerque.

The day before, all these details were tested at a dress rehearsal, where the only people missing were the stars in the spotlight the following day.

And as we go behind the scenes, the same team is already preparing the 2016 Awards, which in the sixth edition will adopt the Group's new internal brand: “WE.NORS Awards”.



Under the guidance of the Group's People and Communication Director, Ana Salomé, José Albuquerque - Communication, Brand and Institutional Relations Manager, Patrícia Barbosa - Talent, Training and Development Manager, Nelma Ferreira - Communication Designer and Filipe Moreira - the person responsible for Digital Communication - made up the team that coordinated and put into operation all the work and support for the Nors Action Awards, which was carried out with the external support of specialised companies.

The People and Communication Committee, which analyses the applications and elects the winners, is composed of more than 20 people representing the entire Group, encompassing the areas of People and Communication and Human Resources from the various regions, as well as directors of different companies and functional areas.



Os grandes números do evento

890 - As horas de trabalho envolvidas na conceção, planeamento, logística e produção do evento.

11 - As toneladas de materiais indispensáveis à montagem do evento. Foram deslocadas em 2 camiões.

6.237 - Os metros de cabos de luz, som, TV e *webstreaming* instalados para suportar audiovisuais e transmissão.

26.000 - Os ansi lumens necessários para projetar no grande ecrã.

29 - O *staff* envolvido no evento, incluindo Gestor de Eventos, Coordenador de Régie e de Palco, *Voz Off*, Apresentadores, Montadores, Técnicos de Áudio, Técnicos de Luz, Realizador de TV e Assistente, Câmaras, Técnicos de *Webstreaming*, Gestores de Conteúdos, Redes Sociais e Hospedeiras.

8.583 - O total de minutos visualizado via *webstreaming*, num total de 562 visualizações em seis países.

40 - Os quartos de hotel necessários para acolher os profissionais dos cinco países representados no evento.

57.459,79 - Os quilómetros de avião percorridos quando somadas as viagens de ida para o Porto e de regresso ao Brasil (16.387,16 km), Angola (11.976,22 km), Namíbia (15.314,22 km) e Tanzânia (13.782,18 km).

The event's big figures

890 - The working hours involved in the event's design, planning, logistics and production.

11 - The tonnes of materials indispensable for setting up the event. They were moved in 2 trucks.

6,237 - The metres of lighting, sound, TV and web streaming cables installed to support audiovisuals and broadcasting.

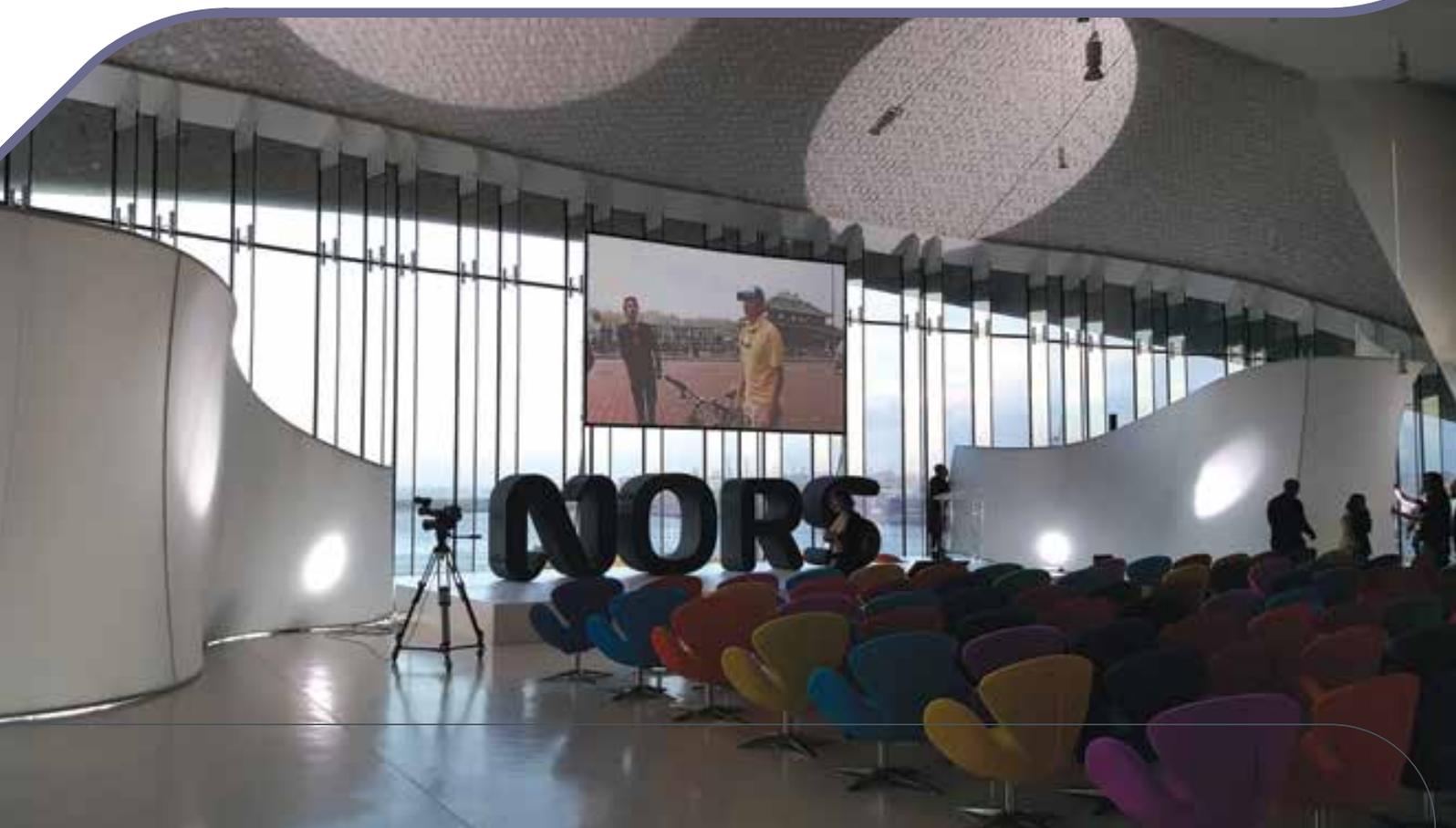
26,000 - The ansi lumens required for projecting onto the big screen.

29 - The staff involved, including the Events Manager, Control Room Coordinator, Stage Coordinator, Voice Over, Presenters, Fitters, Audio Technicians, Lighting Technicians, TV Director and Assistant, Cameras, Web streaming Technicians, Social Network Content Managers and Hostesses.

8,583 - The total number of minutes of viewing via web streaming, with a total of 562 viewings in six countries.

40 - The number of hotel rooms needed to accommodate the professionals from the five countries represented at the event.

57,459.79 - The kilometres travelled by plane in the total journeys going to Porto and returning to Brazil (16,387.16 km), Angola (11,976.22 km), Namibia (15,314.22 km) and Tanzania (13,782.18 km).





Da esquerda para a direita / *From left to right:*
Júlio Rodrigues, Administrador da Nors Ibéria / *Nors Iberia Executive Director*; Isabel Basto, Diretora de Aftermarket Ligeiros / *Light Vehicles Aftermarket Manager*; António Teixeira ONEDRIVE Porto, Prémio Loja do Ano / *Store of the Year Award*.



Da esquerda para a direita / *From left to right:*
Júlio Rodrigues, Administrador da Nors Ibéria / *Nors Iberia Executive Director*; Carlos Deus, Civiparts Leça, Prémio Loja do Ano / *Store of the Year Award*; João Jervel, Diretor Executivo Civiparts / *Civiparts Managing Director*

12 EQUIPAS E PROFISSIONAIS DESTACADOS NOS PRÉMIOS IMPROVEMENT



*/ 12 teams and professionals
FEATURED at Prémios Improvement*

Distinguir os Colaboradores, equipa, lojas e armazéns que obtiveram melhores resultados no ano anterior é a razão de ser dos Prémios Improvement, uma iniciativa da Civiparts, AS Parts e ONEDRIVE que atribuiu um total de 12 distinções. Na Civiparts, a Loja do Ano foi Leça da Palmeira, seguida por Leiria, e como Vendedores do Ano Interno e Externo foram premiados Nuno Valter Santos, de Lisboa, e António Lamego, de Leça da Palmeira. Pedro Estevão, de Faro, ganhou o Prémio Colaborador de Armazém, e Vítor Abrantes, de Lisboa, o de Melhor Motorista. Na AS Parts estão de parabéns a Equipa de Vendas do Porto e a Equipa de Armazém do Seixal, assim como Augusto Dias, do Porto, o Vendedor Externo do Ano. Já na ONEDRIVE, o prémio Loja do Ano foi para o Porto e os Vendedores do Ano Interno e Externo foram Miguel Silva, também do Porto, e Nuno Costa, do Seixal.

Prémios Improvement, an initiative by Civiparts, AS Parts and ONEDRIVE whose purpose is to award the Employees, team, stores and warehouses that obtained the best results the previous year, attributed a total of 12 awards. At Civiparts, the Store of the Year was Leça da Palmeira, followed by Leiria; Nuno Valter Santos from Lisbon and António Lamego from Leça da Palmeira were awarded as Internal and External Salesmen of the Year. Pedro Estevão, from Faro, won the Warehouse Employee Award and Vítor Abrantes, from Lisbon, won the award for Best Driver. At AS Parts, the Porto Sales Team and the Seixal Warehouse Team are to be congratulated, as well as Augusto Dias, from Porto, the External Salesman of the Year. At ONEDRIVE, the Store of the Year award went to Porto and the Internal and External Salesmen of the Year were Miguel Silva, also from Porto, and Nuno Costa, from Seixal.

NORS TEAM DISPUTOU GLOBAL MANAGEMENT CHALLENGE 2016

/Nors Team competed in the Global Management Challenge 2016

Desde 2011 que a Nors disputa o Global Management Challenge (GMC), o maior jogo de estratégia e gestão do mundo, que conta em Portugal com a parceria do jornal Expresso. Em 2016, Maura Coelho, Ivo Silva, Ana Freitas, António Cândido Ferreira e Marco Silva representaram as cores do Grupo, com a equipa Nors Team. Esta foi a primeira vez que os cinco colegas participaram no GMC e que trabalharam em conjunto, pois Maura Coelho vem dos Recursos Humanos, Ivo Silva é Engenheiro de Produto para os mercados da Região África, Ana Freitas é Controller para a Região Ibéria, António Cândido Ferreira está na Direção de Sistemas de Informação e Marco Silva estava na Gestão da rede da Galius.

A experiência foi muito positiva e todos se envolveram de tal forma que, mesmo à distância, aos fins de semana e em tempo de férias, mantiveram reuniões regulares e passaram muitas horas a responder aos desafios propostos.

Embora não tenham chegado às fases finais, a sua prestação é motivo de orgulho. **“O nosso objetivo principal com esta participação é promover o trabalho de equipa entre profissionais de diferentes empresas e regiões, fomentando as valências de Grupo, e colocá-los em situações desafiantes numa área-chave, numa lógica de desenvolvimento pessoal”**, sublinha Patrícia Barbosa, Gestora de Desenvolvimento Organizacional que tem à sua responsabilidade a participação da Nors no GMC.

Since 2011, Nors has been competing in the Global Management Challenge (GMC), the biggest game of strategy and management in the world, whose partner in Portugal is the Expresso newspaper. In 2016, Maura Coelho, Ivo Silva, Ana Freitas, António Cândido Ferreira and Marco Silva represented the Group's colours with the Nors Team.

This was the first time the five colleagues participated in the GMC and worked together, as Maura Coelho is from Human Resources, Ivo Silva is a Product Engineer for the Africa Region markets, Ana Freitas is a Controller at Iberia Region, António Cândido Ferreira is part of the Information System Direction and Marco Silva that was in Galius Management.

It was a really positive experience and everyone got involved so much that even at a distance, at the weekends and during the holidays, they maintained regular meetings and spent many hours responding to the proposed challenges.

Although they didn't reach the final stages, we are proud of their contribution. “The main objective of our participation is to promote team work among professionals from different companies and regions, fostering Group talent, and placing them in challenging situations in a key area, with a view to personal development”, stressed Patrícia Barbosa, Organizational Development Manager who is responsible for Nors' participation in the GMC.

Da esquerda para a direita no sentido dos ponteiros do relógio:
/From left to right in clockwise direction:
António Cândido Ferreira,
Marco Silva, Ivo Silva,
Maura Coelho,
Ana Rita Freitas.





RUI FERNANDES

“NÃO HÁ DIAS IGUAIS”

/ Rui Fernandes “No days are the same”

Desde 2008 que é Engenheiro de Produção na Biosafe e quem o ouve falar da empresa percebe, desde logo, que Rui Fernandes adora o que faz e vibra com os projetos que, nos últimos anos, têm permitido ampliar as linhas e sistemas de produção, assim como a multiplicidade de soluções que dão uma nova vida aos pneus usados.

Chega à fábrica um pouco antes das nove horas, já depois de uma caminhada com o seu enérgico Labrador e de deixar o Gonçalo, seu filho, na escola. **“Vou ter com o pessoal da produção para ver como correu o dia anterior e perceber se há problemas a resolver ou melhorias a implementar. Depois faço a integração dos vários dados de produção no SAP e, de seguida, verifico o planeamento do dia, as encomendas... mas a partir daqui não há dias iguais”** diz, explicando que está sempre envolvido em novos projetos e novas produções.

Quando não está na Biosafe, passa bastante tempo em família, em especial com o Gonçalo que, apesar de ter apenas seis anos, pratica Triatlo e já disputou, neste último verão, a sua primeira competição. Por vezes, a família Fernandes vai da Feira, onde vive há dois anos, para a Bemposta, em Trás-os-Montes, onde estão os pais de Rui **“que já têm alguma idade e nos pedem ajuda para lavar a terra”**.

Entusiasta da eletrónica, que é hoje o seu principal *hobby*, e adepto do Futebol Clube do Porto, Rui sente falta do futebol que costumava jogar com os colegas: **“no ano passado lesionei-me num jogo e tive de ser operado... tive de parar”**. Outra das paixões deste Engenheiro de Materiais de 37 anos é a queda livre: **“fiz um curso de paraquedismo e, embora já não salte há algum tempo, agora que tenho um sobrinho a tirar o *brevet*, estou a pensar retomar”**, conta-nos, explicando que aquele lapso de tempo antes do paraquedas abrir **“é do melhor! É excepcional!”**.

He has been a Production Engineer at Biosafe since 2008 and anyone listening to him speak about the company can understand straight away that Rui Fernandes loves what he does and is excited about the projects that extended the production lines and systems over the last few years, as well as the multitude of solutions that give used tyres a new lease of life.

He arrives at the factory a little before nine o'clock, after taking his energetic Labrador for a walk and leaving his son, Gonçalo, at school. “I meet the production staff to see how the previous day went and to understand if there are any problems to be solved or improvements to be implemented. Afterwards, I integrate the various production data in SAP system and then check the planning for the day, the orders... but from then on no days are the same” he says, explaining that he is always involved in new projects and new productions.

When he is not at Biosafe, he spends quite a lot of time with his family, especially with Gonçalo, who trains for the Triathlon

and has competed for the first time last summer although he's only six years old. Sometimes Fernandes family goes from Feira, where they have been living for two years, to Bemposta, in Trás-os-Montes, where Rui's parents live, because “they are quite old and ask us to help them till the land”.

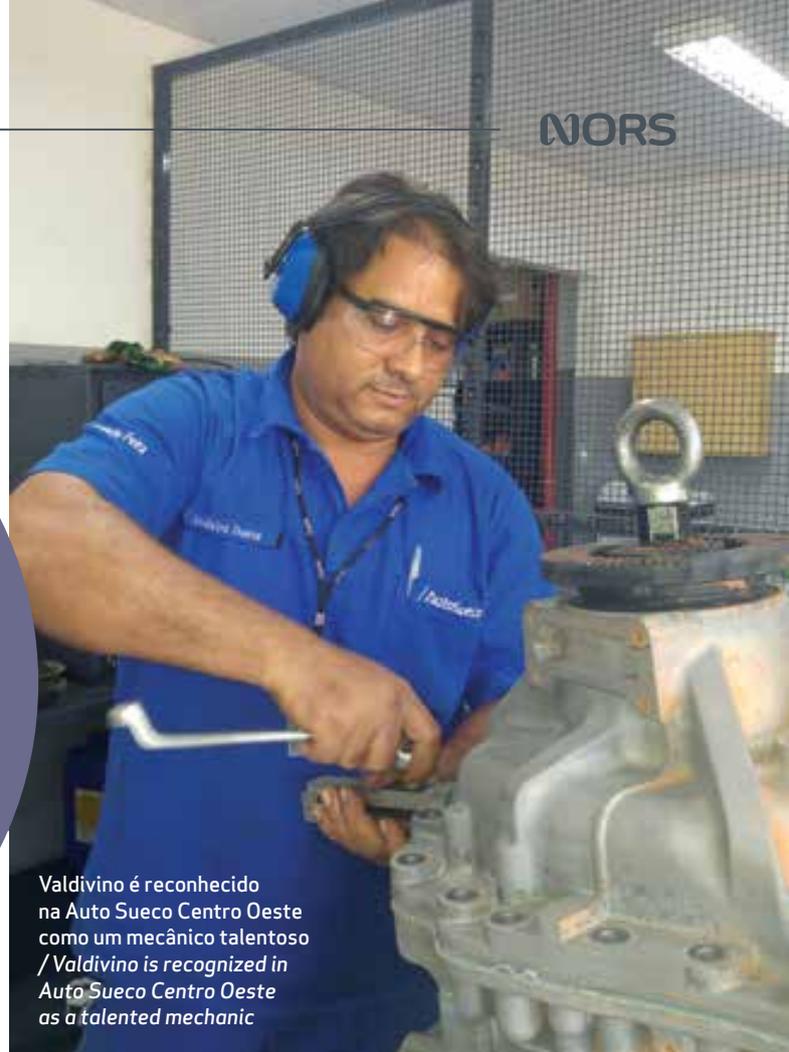
Rui is an electronics enthusiast, his main hobby nowadays, and a supporter of Porto Football Club who misses playing football with his colleagues: “last year during a game I got injured and had to have a surgery... so I had to stop”. Another of this 37-year old Materials Engineer's passions is skydiving: “I did a parachuting course and, although I haven't jumped for some time, now that I have a nephew who is taking his pilot's license, I'm planning of going back to it”, he tells us, explaining that the time before the parachute opens “is the best! It's amazing!”.



Rui Fernandes está sempre envolvido em novos projetos e produções na Biosafe / Rui Fernandes is always involved in new projects and productions at Biosafe

VALDIVINO DUARTE “AMO O QUE FAÇO”

/ Valdivino Duarte
“I love what I do”



Valdivino é reconhecido na Auto Sueco Centro Oeste como um mecânico talentoso / Valdivino is recognized in Auto Sueco Centro Oeste as a talented mechanic

Trabalha na Auto Sueco Centro Oeste, em Cuiabá, desde setembro de 2010 e quem o conhece não se inibe de afirmar que é um dos melhores mecânicos de sempre ao serviço da empresa. Falamos de Valdivino Duarte, que se dedica à mecânica há já 26 anos e revela que este seu jeito e paixão são uma herança de família: **“o meu pai e o meu irmão são mecânicos e eu amo o que faço”**.

Será por isso que Valdivino se dedica ao seu trabalho com toda a motivação, sempre com a ideia de que não há impossíveis: **“já tive muitos desafios e não consigo classificar qual foi o maior, porque adoro desafios... mas até hoje não houve nem um que não conseguisse resolver”**, diz-nos.

Com 44 anos, Valdivino tem uma outra paixão tão ou mais estrutural do que a sua profissão: a sua mulher e os seus dois filhos, o Vinicius de 22 anos e Vivian de 14. **“A minha família é tudo para mim, o meu norte. Tudo o que sou e faço é por eles”**. Apesar de Valdivino ser natural de Goiânia, capital do estado de Goiás, a família Duarte vive em Cuiabá e uma das atividades que adoram fazer juntos é passear e descobrir a beleza dos locais em redor. Entre os passatempos de Valdivino estão também a pesca e o cinema, mas nem sempre os dias chegam para tudo...

“Acordo às cinco e meia da manhã, faço o meu café e assisto ao jornal local. Depois levo a minha filha à escola e às sete e meia chego ao trabalho. Quando não estou deslocado, fico até cerca das cinco e meia da tarde”, conta-nos. Este ritmo altera-se sempre que é chamado ao exterior, pois Valdivino é um dos profissionais que assegura o serviço VOAR – Volvo Atendimento Rápido –, deslocando-se com alguma frequência para prestar apoio nesta gigantesca região, seja qual for o dia e a hora que um cliente necessitar.

He has been working at Auto Sueco Centro Oeste, in Cuiabá, since 2010 and those who know him are quick to state that he is one of the best mechanics that has ever worked for the company. We're talking about Valdivino Duarte, who has been working in mechanics for 26 years and tells us that he inherited this manner and passion of his from his family: “my father and my brother are mechanics and I love what I do”.

That must be why Valdivino is so motivated in his work, always believing that nothing is impossible: “I've had many challenges in the past so I can't rate which was the biggest, but I love challenges... and up today, there hasn't been a single one that I couldn't solve”, he tells us.

At the age of 44, Valdivino has another passion that is at least as structural as his profession, or even more: his wife and his two children, Vinicius aged 22 and Vivian aged 14. “My family means everything to me and they are my guide. Everything I am and do is for them”.

Despite Valdivino having been born in Goiânia, the capital of Goiás state, the Duarte family lives in Cuiabá and one of the activities they love doing together is going for walks and discovering the beauty of the surrounding places. Also among Valdivino's pastimes are fishing and movies, but the days are not always enough for everything...

“I wake up at half past five in the morning, make my coffee and watch the local news. Then I take my daughter to school and at half past seven I arrive at work. When I am not away at work, I stay until around half past five in the afternoon”, he tells us. This rhythm changes whenever he is called away, as Valdivino is one of the professionals that secure Volvo Quick Service VOAR, travelling quite frequently to provide support within this huge region, whatever the day or time a customer needs.



“VOLVO ANOS 80”: UM EVENTO

/ “Volvo Anos 80”: an event that went down in history



Foi certamente o maior evento já organizado pela Auto Sueco e um dos maiores que uma empresa privada terá promovido nos setores automóvel e da maquinaria industrial em Portugal. A própria Volvo não terá vivido muitas vezes um momento tão espetacular e prestigiante como a exposição “Volvo Anos 80”. De 9 a 11 de janeiro de 1981, na antiga Feira de Exposições de Lisboa (FIL), a Auto Sueco apresentou aos portugueses os automóveis, camiões, autocarros, motores marítimos, máquinas industriais e atrelados que compunham a oferta da Volvo e das então Volvo BM e Volvo Penta. Mas a “Volvo Anos 80” foi muito mais do que uma simples exposição e, além das visitas oficiais e profissionais, mais de 10 mil pessoas juntaram-se para acompanhar o verdadeiro desfile de estrelas que integrava o programa do evento.

It was surely the biggest event ever organised by Auto Sueco and probably one of the biggest that a private company has ever promoted in the automobile and industrial machinery sectors in Portugal. Volvo itself has probably not often experienced such a spectacular and prestigious moment as the “Volvo Anos 80” exhibition. At the former Feira de Exposições de Lisboa (FIL), from 9th to 11th January 1981, Auto Sueco presented the cars, trucks, buses, marine engines, construction equipment and trailers that made up Volvo’s offer, as well as that of what was then Volvo BM and Volvo Penta. But “Volvo Anos 80” was much more than a mere exhibition and, besides the official and professional visitors, over 10 thousand people were brought together to witness a parade of superstars, which was part of the event’s programme.

QUE FEZ HISTÓRIA



Destacou-se, nesta vertente do entretenimento, um concerto da “girls band” que era a sensação do momento, as Doce, e a realização em direto de “A Febre de Sábado de Manhã”, um programa de televisão apresentado por Júlio Isidro, que contou com atuações de cantores como Rui Veloso, Fernando Tordo e Dina.

Em dezembro, a exposição “Volvo Anos 80” rumou ao Palácio de Cristal, no Porto, com inauguração pelo Presidente da Volvo. Durante cinco dias, milhares de pessoas voltaram a admirar a extensa oferta da Volvo e a assistir às prestações de grandes nomes da música e do humor portugueses, com Amália Rodrigues, José Cid e Herman José entre os mais aclamados.

Um evento assim, em Lisboa e Porto, com esta dimensão e espetacularidade, é um marco histórico... Algo que se faz apenas uma vez na vida.

Of particular note, on the entertainment side, was a concert by Doce, the girl's band that was the biggest hit at that time, and the live broadcasting of “A Febre de Sábado de Manhã”, a television programme hosted by Júlio Isidro, which included performances by singers such as Rui Veloso, Fernando Tordo and Dina.

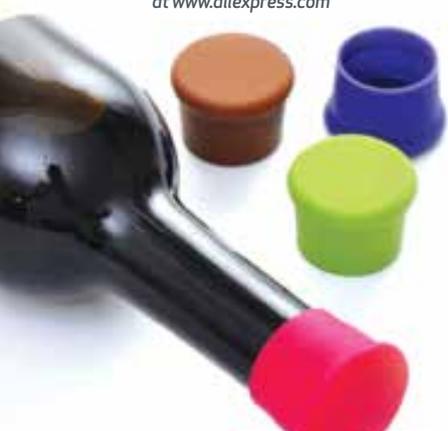
In December, “Volvo Anos 80” exhibition moved to Palácio de Cristal, in Porto, and was inaugurated by AB Volvo’s CEO. For five days, thousands of people once again admired Volvo’s extensive offer and watched performances by big names in Portuguese music and comedy, with Amália Rodrigues, José Cid and Herman José among the most acclaimed.

Such an event, of that size and magnificence, in Lisbon and Porto, is a historic milestone... something that is only done once in a lifetime.

GARRAFAS BEM VEDADAS / Well-sealed bottles

Quando abre uma garrafa de vinho dificilmente a consegue voltar a fechar devidamente, mas manter a garrafa bem tapada, protegendo o que está no interior, tornou-se mais fácil com as tampas de silicone flexíveis que se adaptam à parte superior do gargalo e conseguem vedá-lo totalmente. Desde 1,25 euros em www.aliexpress.com

When you open a bottle of wine it's difficult to close it properly again, but it's now easier to keep the bottle well-stopped and protect its contents with flexible silicone stoppers, which adapt to the top of the bottle neck, managing to completely seal it. From 1.25 euros at www.aliexpress.com



JÁ PROVOU ESPARGUETE DE CURGETE? / Have you ever tried courgette spaghetti?

Se adora massas tem de descobrir o novo mundo das coloridas e saborosas massas de vegetais, que se tornou possível graças a um simples utensílio de cozinha, que corta em finas tiras ou espirais os mais diversos legumes, desde cenouras a courgetes. O Vegetable Spiralizer é apenas um dos muitos exemplos ao dispor, por menos de 6 euros em www.aliexpress.com

If you love pasta you must discover the colourful, tasty world of vegetable pasta, now possible thanks to a simple kitchen utensil, which cuts fine strips or spirals of a wide variety of vegetables, from carrots to courgettes. The Vegetable Spiralizer is just one of many examples available for less than 6 euros at www.aliexpress.com

O SONO DOS VIAJANTES / Travellers' sleep

Quem voa com frequência já pode pôr o sono em dia mais confortavelmente com a nova almofada de viagem TRTL (pronuncia-se turtle). Disponível por cerca de 30 euros, o TRTL é um lenço macio com um suporte interno que apoia o pescoço para não acordar com um torcicolo. Saiba mais em <https://trtltravel.com/>

Those who are frequent travellers can now catch up on their sleep more comfortably with the new TRTL (pronounced turtle) travel pillow. Available for around 30 euros, the TRTL is a soft scarf with an internal support for the neck so that you don't wake up with a crick in the neck. Find out more at <https://trtltravel.com/>

PARA COMPRAR / Shopping



A CULINÁRIA TAMBÉM É UMA ARTE NO THE COURTYARD, EM GABORONE / Cooking is also an art at The Courtyard, in Gaborone

Em Gaborone, nas traseiras de uma das lojas dedicada às artes e artesanato africano, fica o calmo The Courtyard, um restaurante com um menu muito variado, do qual fazem parte várias receitas tradicionais do Botswana. O espaço é convidativo e os preços também, com pratos desde os 5 euros. <http://www.botswanacraft.bw/restaurant/index.html>

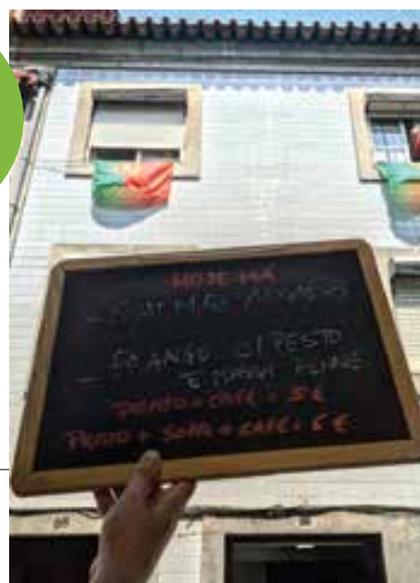
In Gaborone, at the back of one of the stores dedicated to African art and handicrafts, you'll find The Courtyard, a restaurant with a varied menu, including various traditional recipes from Botswana. The space is inviting and so are the prices, with meals as from 5 euros. <http://www.botswanacraft.bw/restaurant/index.html>

COZINHA DE OUTROS TEMPOS NO RETROKITCHEN, EM BRAGA / Cuisine of olden days at Retrokitchen, in Braga

O nome não engana, já que o Retrokitchen tem tudo o que teria o restaurante da nossa avó desde a decoração, com muitas peças que parecem retiradas de um baú antigo, até às iguarias, que lembram a comida caseira de outros tempos. Entre as especialidades estão Ameijoas à Bulhão Pato e Posta Mirandesa e há sempre o menu económico, que inclui prato e café, por apenas 5 euros. <https://www.facebook.com/retrokitchenbraga/>

The name doesn't fool us, as Retrokitchen has everything that we'd find in our grandmother's kitchen, from the décor with many items that look as though they were taken from an old chest, to the delicacies, which remind us of home cooking in the olden days. Among the specialities are Ameijoas à Bulhão Pato (clams in garlic, coriander and lemon sauce) to Posta à Mirandesa (special beef steak) and there's always an economical menu, including a dish and coffee, for just 5 euros. <https://www.facebook.com/retrokitchenbraga/>

PARA COMER / Eating





O DOURO VISTO DO RIO / The Douro seen from the River

Passa-se uma hora a navegar pelo Douro, na zona ribeirinha do Porto, a bordo de uma réplica de Barco Rabelo, as embarcações que noutros tempos transportavam o Vinho do Porto. Chama-se Cruzeiro das Pontes, é um programa da Douro Azul e o embarque pode ser feito no Cais da Ribeira (Porto) ou no Cais de Gaia. Disponível diariamente por 10 euros.

You spend an hour sailing up and down the Douro, in Porto's riverside area, on board a replica of a Rabelo Boat, the ships used in olden days to transport Port Wine. This programme from Douro Azul is called Cruzeiro das Pontes (Bridges Cruise) and you can embark at Cais da Ribeira (Porto) or at Cais de Gaia. Available every day for 10 euros.

WE.
LOVE

PARA
DESCOBRIR
/ To Discover



CIRCUITO DAS CACHOEIRAS NA CHAPADA DOS GUIMARÃES / Waterfall Circuit at Chapada dos Guimarães

A uma hora da cidade de Cuiabá, no Mato Grosso, há 330 quilómetros quadrados de natureza, com dezenas de cachoeiras, miradouros e impressionantes formações rochosas. Ficam na Chapada dos Guimarães, um Parque Natural que, curiosamente, marca o centro geodésico da América do Sul. Entre as muitas maravilhas naturais a descobrir, aconselha-se o Circuito das Cachoeiras, uma longa caminhada acompanhada por guia. Desde 14 euros.

One hour from the city of Cuiabá, in Mato Grosso, there's 330 square kilometres of nature, with dozens of waterfalls, viewpoints and incredible rock formations. They are located in Chapada dos Guimarães, a Nature Park which, out of curiosity, marks the geodesic centre of South America. Among the many natural wonders for you to discover, we would recommend the Waterfall Circuit, a long walk with a guide. From 14 euros.

UM OÁSIS DE ÁGUAS QUENTES EM OLÍMPIA / An oasis of warm water in Olímpia

A pouco mais de 400 km do centro de São Paulo, há um oásis de águas quentes para descobrir. Chama-se Thermas dos Laranjais, em Olímpia, e não faltam diversões para todas as idades e preferências, desde cascatas, e piscinas com e sem ondas, com insufláveis ou escorregas, sempre com águas de nascentes minerais. Desde 16 euros.

Just over 400 km from the centre of São Paulo, there is an oasis of warm water for you to discover. It's called Thermas dos Laranjais, in Olímpia, and there's plenty of fun for all ages and tastes, from cascades and swimming pools, with and without waves, with inflatables or slides, all with mineral spring water. From 16 euros.





PARA
FICAR
/ To stay

URIS SAFARI LODGE / Uris Safari Lodge

Rodeado pelo antigo Lago Otjikoto e pelo Parque Nacional de Etosha, em Tsumeb, na Namíbia, o Uris Safari Lodge transformou oito casas, que no início do século XX acomodavam mineiros da região, em 'chalets' confortáveis e acolhedores, com todas as comodidades. O local é ideal para descansar e descobrir antigas minas e formações rochosas, assim como a vida selvagem da região, habitat de majestosos antílopes e de grande variedade de animais noturnos. **Quarto duplo com pequeno-almoço: 56,5 euros.**

<http://www.uris-safari-lodge-namibia.com>

*Surrounded by the ancient Lake Otjikoto and Etosha National Park, Uris Safari Lodge is located near Tsumeb, in Namibia, and revamped eight existing houses, which accommodated miners in the early nineteen hundreds, to create cosy and comfortable chalets, with all the amenities. It's the right place to rest and discover ancient mines, caves and rock formations as well as the region's wildlife, habitat of majestic antelopes and a variety of nocturnal animals. **Double room with breakfast: 56,5 euros.***

<http://www.uris-safari-lodge-namibia.com>



POUSADA LAURA VICUNA / Pousada Laura Vicuna

A menos de 4 quilómetros da Chapada dos Guimarães, a Pousada Laura Vicuna é um relaxante local para descansar, envolto por natureza e com uma simpática piscina exterior. Os quartos são simples mas confortáveis, equipados com ar condicionado e há opções que permitem o alojamento familiar (quarto e sala para 4 pessoas). **Preços a partir de 45 euros.**

<http://www.pousadalauravicuna.com.br/portal/>

*Less than 4 kilometres from Chapada dos Guimarães, Pousada Laura Vicuna is a relaxing place to rest, surrounded by nature and with an attractive outdoor swimming pool. The bedrooms are simple but comfortable and equipped with air conditioning and there are options for family accommodation (bedroom and living room for 4 people). **Prices as from 45 euros.***

<http://www.pousadalauravicuna.com.br/portal/>



QUEM SOMOS NORS

Nós, Nors, somos o Grupo Auto Sueco, agora com um novo nome e uma nova imagem. Ou seja, continuamos a ser uma história de 83 anos que não para porque sabemos como fazer da mobilidade dos nossos clientes um bem inesgotável. Seja nos camiões, autocarros, máquinas de construção, automóveis, peças e componentes, motores e geradores, equipamentos agrícolas ou indústria ambiental. Para nós, Nors, estar em constante movimento é poder estar hoje em 23 países de quatro continentes. É poder estar aqui e saber que não vamos parar por aqui. Daí o nosso lema: "We Know How".

NORS

We Know How

/AutoSueco

Galius

ASCENDUM
GRUPO

/Auto-Maquinaría

/AutoSueco
SUNBELT

AGRONEW

CIVIPARTS
PARTS

AS Parts

ONE DRIVE

VITRUM

BROADLY

SOTKON
SOTKON

AMPLITUDE OCEANOS

MasterTest

NORS

We Know How

Rua Manuel Pinto de Azevedo, 711, 1º

4149-010 Porto

Portugal

tel: +351 226 150 300

fax: +351 226 150 437



www.nors.com