



02

octobre 2021

NORS

magazine

the good
old future.

Fiche technique

Edition: Direction Générale du Personnel et de la Communication

Photo de couverture: Tumba Bizunde (Auto Sueco Angola) et José Pinto (Auto Sueco Portugal)

Tirage: 3 500 cópias

Dépôt Legal: 378317/14

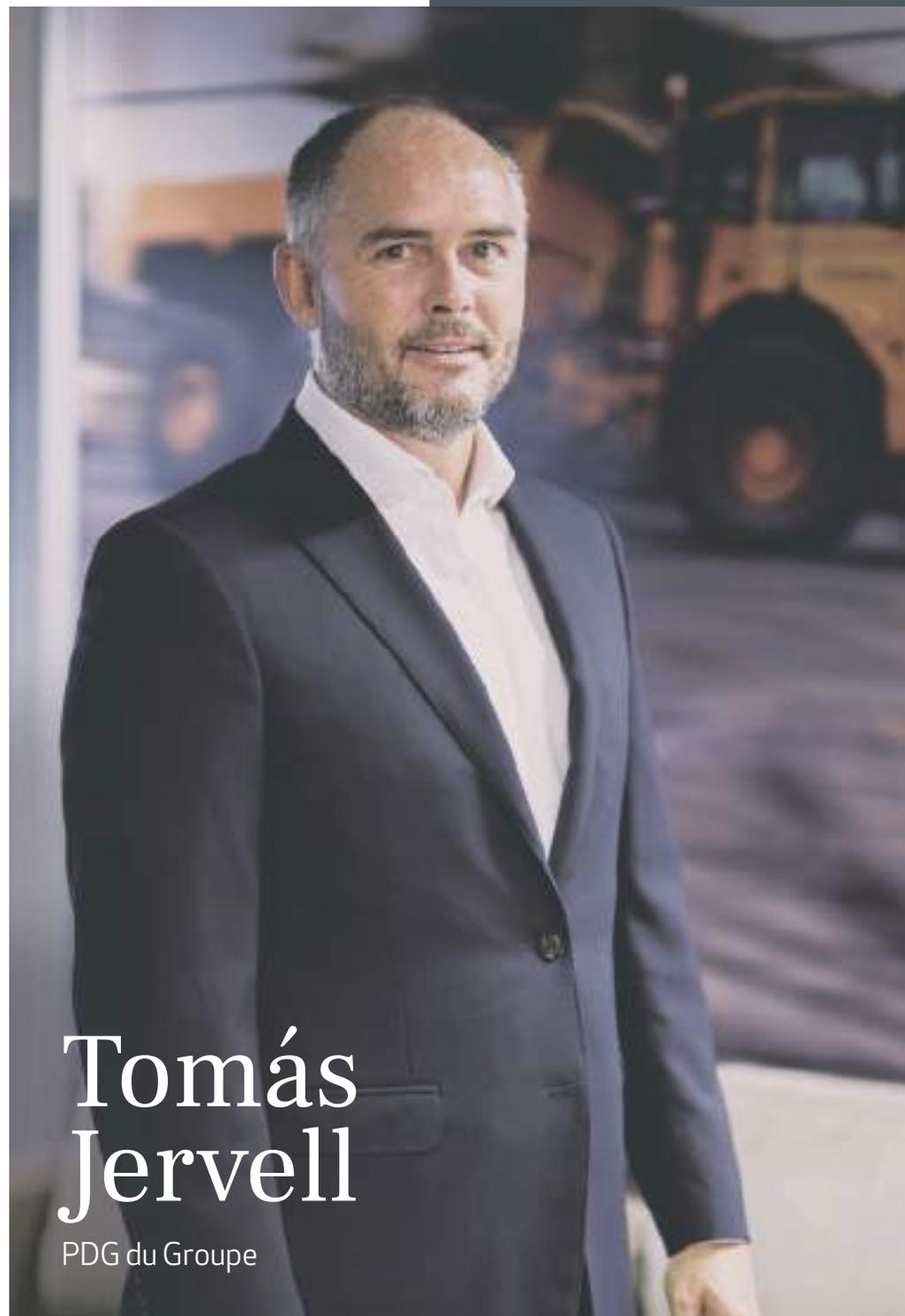
Nors: Rua Manuel Pinto de Azevedo, 711, 1o, 4149-010 Porto, Portugal

Contact: +351 226 150 320 | dgpc@nors.com

we are ambitious

L'ambition de vouloir être Nors est significative. Inspirés par un héritage fondé sur la persévérance et l'audace, les chemins qui tracent notre futur représentent tous les rêves du monde.





Tomás
Jervell

PDG du Groupe

Héritage et avenir, ensemble

Éditorial de Tomás Jervell

Ce n'est pas courant de connaître, de nos jours, une société avec 88 ans d'histoire. De longues distances comme celle que nous avons parcourue jusqu'à présent ne peuvent être établies qu'avec un énorme sentiment de confiance, de résilience et un désir indéniable de créer l'Histoire – un désir qui continue à faire partie du caractère de chaque personne de Nors, depuis des décennies.

L'héritage laissé par ceux qui ont commencé ce voyage de dévouement et de travail nous amène à revisiter en permanence le passé : ce « vieil » ami qui a toujours autant de souvenirs que de réponses. Et c'est avec fierté que nous le faisons : jamais d'un point de vue nostalgique, mais avec conscience sur le fait que notre ADN porte en lui des années d'héritage entrepreneurial qui nourrit constamment un énorme désir de diriger les prochaines étapes de l'avenir.

La diversité qui caractérise notre société est également l'un des principaux moteurs de la nature personnelle, humaine et charismatique que Nors a toujours prôné. C'est à partir de différentes tranches d'âge, cultures, domaines d'activité et métiers que nous avons construit un groupe éclectique, capable de conjuguer l'expérience des uns avec l'ambition des autres, et d'apporter les réponses que l'avenir de Nors a besoin d'entendre.

Le processus de changement organisationnel annoncé au début de ce semestre est un signe clair de notre volonté de construire une Nors plus agile, avec une stratégie de croissance solide et un leadership de plus en plus capable de faire face aux défis de demain.

En cette période de changement, aussi stimulante que transformatrice, il est important de ne pas oublier d'où nous sommes partis – avec certitude que l'avenir dans lequel nous voulons être est un monde d'opportunités que nous saisirons, avec fermeté et un bon sens d'engagement comme toujours.

Le futur de l'innovation

Un rêve appelé Agile Office

L'innovation est, sans aucun doute, un pilier stratégique essentiel dans le secteur des entreprises : que ce soit au Portugal ou dans le monde, *transformation* et *innovation* sont des mots qui font partie du quotidien des entreprises. Cependant, tous ne peuvent pas dire qu'ils prennent leur stratégie de transformation aussi au sérieux que Nors.

L'organisation a considéré l'innovation comme une source inépuisable d'opportunités dont elle est impatiente de pouvoir profiter. L'investissement dans l'innovation a été remarquable et les résultats se voient.

Les initiatives développées dans ce contexte sont organisées autour des quatre dimensions clés qui encadrent le paradigme d'innovation stratégique de Nors : l'expérience du consommateur, la durabilité, le changement organisationnel et la transition numérique.

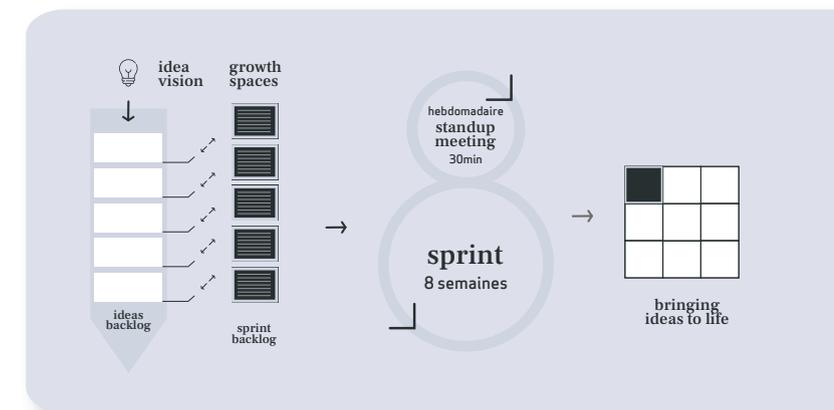
Agile Office est l'un des principaux piliers de notre stratégie d'innovation. Chaque jour, et avec un esprit de livraison sans égal, il y a beaucoup de travail géré par les différentes équipes qui incarnent cet univers : ces personnes sont les protagonistes du rêve de faire de l'innovation un concept de plus en plus réel pour Nors.



Mais qu'est-ce qu'Agile Office après tout ?

Agile Office est un projet d'expérimentation qui peut être considéré comme un incubateur de projets disruptifs au sein de Nors. Grâce au travail de plusieurs équipes, les idées des employés sont traduites en de nouveaux modèles d'affaires, de nouvelles stratégies de positionnement et de nouveaux outils pour les défis de l'avenir.

La pluridisciplinarité et le pool des compétences de chacune des initiatives nous apportent également un regard entrepreneurial sur nos hommes, nous permettant de capitaliser leur talent, de valoriser leur implication et leur passion et, surtout, de renforcer l'ambition avec laquelle ils naviguent sur des mers jamais explorées auparavant.



Qui est qui dans Agile Office ?

g Galactic: membres du Comité Exécutif et invités qui parrainent les initiatives et décident de leur avancement ou de leur retrait.

S Sputnik: équipe de travail qui dirige le PMO (*Project Management Office*) d'Agile Office et du programme d'innovation, en appliquant et en cimentant la méthodologie et la vision stratégique du projet.

e Explorers: Groupe de *project owners* et le restant de l'équipe, chargés de définir l'objectif et de développer les initiatives.



les maîtres

José Leite Faria, Innovation Sponsor

“ Mon rôle en tant que Innovation Sponsor vise à poursuivre la voie entamée ces dernières années, qui a placé l'innovation et la transformation au cœur de notre stratégie. Je regarde ce défi avec un énorme désir d'apprendre, de surmonter et de tester de nouvelles façons de voir l'entreprise, de nouveaux modèles de travail et de nouvelles possibilités pour réinventer le paradigme que nous connaissons. C'est avec le soutien et le travail d'un groupe de collaborateurs ambitieux et non conformistes que nous allons provoquer et promouvoir l'innovation au sein du groupe, afin de se préparer aux défis de demain.



Patrícia Barbosa, Scrum Master

“ Il s'agit d'un projet ambitieux, qui cherche à créer un écosystème d'innovation au sein de l'organisation et à insuffler un esprit entrepreneurial dans les opérations. Nos équipes d'Agile jouent un rôle clé dans ce processus – elles sont petites, agiles et de *multitasking*, avec des perspectives techniques et scientifiques différentes, qui travaillent dans une logique de « start small and think global » et sont prêtes à expérimenter et à prendre des risques. Elles ont déjà démontré être capables d'apprendre après chaque obstacle et de se réinventer et de s'adapter aux exigences des projets et du contexte. Ces équipes sont totalement engagées auprès de Nors, avec une disponibilité totale et une motivation intrinsèque, qui naît véritablement du désir de contribuer au changement, à la résolution de problèmes et à la création de nouvelles entreprises – c'est cette dimension inspirante qui nous a permis d'attribuer aux personnes une plus grande autonomie pour enquêter, expérimenter et mettre en œuvre leurs idées.



les initiatives

NEED

Explorers: Rute Cecílio, Patrícia Barbosa, Patrícia Simões, Paula Martins, Rogério Vita

L'initiative NEED (Nors Employee Experience Dynamics) vise à aligner l'expérience des employés avec l'objectif et la culture de l'organisation, en favorisant une expérience positive et qui marque la différence à chaque instant de votre voyage chez Nors. Flexibilité, dynamisme et communication globale captivante sont les prémisses principales d'une initiative qui promet d'élever le concept de *employer branding* et *employee engagement* à un niveau supérieur.



“ Le projet NEED vise à créer une expérience à laquelle les gens aient envie de participer ! Nous voulons explorer la différence entre « avoir besoin » de travailler et « vouloir » travailler avec nous.

Patrícia Barbosa, project owner

Howezy

Explorers: Joana Gomes, Duarte Fonseca, Tiago Prista, Sandra Silva, Fábio Pato, Hélder Alvarenga

L'initiative Howezy a pour objectif de créer un *marketplace* de mobilité, en utilisant le vaste portfolio de produits que Nors englobe et en cherchant à maximiser et à moderniser son offre et son approche du marché. De la location de poids lourds à la prestation de services en passant par une plateforme digitale, le concept promet d'ouvrir les portes à un modèle d'affaires réellement différenciant.



“ À quoi aspirons-nous ? Notre ambition est de révolutionner le marché de la location de matériel et de rendre l'ensemble du processus de location plus simple et moins long ! « Your renting made easy, our future made bright ! » (Votre location rendue facile, notre avenir rendu brillant !)

Tiago Prista, project owner

Reality Lab

Explorers: Joel Regufe, Cláudia Cabral, Rute Cecílio

Le Reality Lab vise à accélérer la transition des entreprises de Nors vers l'écosystème de la réalité virtuelle, en activant le lien entre le monde réel et le monde numérique, grâce à des technologies exponentielles telles que la Réalité Virtuelle et la Réalité Augmentée, dans le but ultime de transformer l'expérience du client et de l'employé. Le projet s'étend de l'espace formation, avec le développement d'expériences immersives de réalité virtuelle, jusqu'à l'espace commercial, avec la création d'une expérience client unique, grâce à l'utilisation de ces technologies.



“ Le Reality Lab apparaît comme un nouveau pilier dans le processus de transformation numérique que Nors a engagé. Grâce aux technologies RV/RA, nous créons des outils d'aide aux entreprises destinés non seulement au client, mais aussi à nos employés, favorisant des expériences uniques et innovantes. Ce travail, enrichi par l'utilisation de méthodologies agiles, nous a permis de créer une équipe pluridisciplinaire, motivée, autonome et avec le souci de toujours se concentrer sur l'expérience client.

Joel Regufe, project owner

Fast Check-in

Explorers: Carlos Santos, Daniel Silva, António Santinha, Joel Regufe, Vanessa Barros

Dans le but de rendre le service à l'atelier plus efficace, plus agile et plus simple pour le client, l'initiative Fast Check-in prône la rapidité du processus de prise de rendez-vous, de réception et de livraison dans le cadre des ateliers poids lourds, permettant à vos clients l'accès à des informations précises, complètes et en format numérique.



“ Le Fast Check-in vise à accélérer la digitalisation des points de contact avec les clients. L'amélioration de l'expérience client sera perceptible dans les processus du service après-vente. On peut mettre en avant la digitalisation de la réception active, la création de canaux de communication plus efficaces, la promotion de la maintenance préventive ainsi que le développement de la planification de visites d'ateliers. Le potentiel de transformation de ce projet est énorme, ce qui a été un défi pour l'équipe de développement qui est sur ce projet.

Vanessa Barros, project owner

Dali

Explorers: Sofia Barroso, Patrícia Araújo, Milena Santos, Filipa Vieira, Joana Gonçalves, Alberto Fontes

«Dali» c'est l'initiative de soutien à la stratégie data de Nors. Elle vise à définir un modèle de capture, de traitement, de mise à disposition et de visualisation des données non structurées (de support organisationnel ou d'affaires), les traduisant en instruments vivants d'aide à prise de décisions.



“ Le projet Dali vise à révolutionner la relation de Nors avec ses données, en créant une manière innovante, intégrée et homogène pour son analyse et sa visualisation. Avec une bonne transformation des données, il sera possible de fournir à l'ensemble du groupe, quelle que soit la fonction et les besoins, les informations nécessaires à une prise de décision correcte et opportune. Mettre en lien les différents clusters de données et consommateurs d'information est un défi énorme, avec le potentiel de révolutionner même notre façon de travailler au quotidien.

Patrícia Araújo, project owner

Légua

Explorers: Catarina Lopes, Ângelo Fonseca, João Araújo, Joana Furriel, José Osório

En réponse à la difficulté d'embaucher des chauffeurs, l'initiative Légua se présente comme une académie de formation qui vise à accompagner les stagiaires dans l'obtention légale d'un permis de conduire de poids lourds, tout en aidant les clients de l'univers Nors dans le processus de recrutement de chauffeurs. Le projet a également une forte composante sociale, considérant comme public cible les personnes en situation de chômage ou de précarité et agissant, également, dans une logique de réinsertion sociale.



“ Légua est un projet ambitieux qui nous met constamment à l'épreuve, nous apprend à transformer les problèmes en solutions. Il découle de deux besoins : le marché – en manque de chauffeurs routiers capables de satisfaire les besoins de nos clients – et l'entreprise – désireuse de commercialiser une solution innovante, complète avec une finalité à la fois commerciale et sociale.

Catarina Lopes, project owner

Vaivém

Explorers: Filipe Fonseca, Rui Santos, Paulo Cardoso, Nelson Oliveira, Jorge Cardoso

S'appuyant sur l'objectif de créer un service de collecte et de livraison programmé pour les poids lourds, dans le cadre d'une maintenance programmée ou préventive, l'initiative Vaivém a été créée dans le but de répondre aux enjeux de logistique et de mobilité des chauffeurs des clients, tout en favorisant une planification et une gestion de l'écosystème d'atelier. Toutes les hypothèses du projet ont été développées et livrées, sa mise en œuvre étant dépendante du contexte que 2020 a apporté de manière inattendue au sein de l'entreprise.



“ Le projet Vaivém vise à compléter et rationaliser notre offre de services après-vente pour une part spécifique de la clientèle. Cette offre permettra de s'affranchir de certaines barrières logistiques et opérationnelles liées au déplacement des véhicules vers nos ateliers, dans des zones géographiques éloignées, où la distance jusqu'au Concessionnaire Officiel Renault Trucks le plus proche est trop importante. Il sera possible d'améliorer la durabilité du respect des plans de maintenance préventive et de promouvoir les autres services authentiques inclus dans notre portfolio, en maximisant le fonctionnement et les performances des véhicules.

Filipe Fonseca, project owner

Icarus

Explorers: Gustavo Leal, Carlos Santos, Luís Gonçalves, Paulo Santos e Jorge Cascais

L'initiative Icarus répond à la tendance de personnalisation du portfolio, en offrant aux clients un service de personnalisation de leurs véhicules (intérieur et extérieur), capable de renforcer leur identité en tant qu'entreprise grâce à une image forte, captivante et impactante. La possibilité que le camion lui-même soit un véhicule publicitaire en mouvement a donné à cette initiative une excellente opportunité de valoriser le produit et de garantir au client une offre totalement dédiée, personnalisée et différenciante. Le projet pilote comprenait la personnalisation complète d'un camion, qui a été rapidement commercialisé, ce qui a contribué à la preuve du succès du concept.



“ Le projet Icarus naît du besoin de transformer le look des camions (« boring ») en camions uniques (« amazing trucks »). Un service *tailor-made* qui révolutionnerait le marché de la personnalisation, en explorant toutes les possibilités, en respectant toujours les exigences des marques et de la législation. C'était un défi d'explorer toutes les possibilités, de s'intégrer dans notre secteur et d'avoir la possibilité de le matérialiser dans le projet Optimus. Dépasser les limites de l'imagination était la devise de ce projet Icarus.

Paulo Santos, project owner

Sales Toolbox

Explorers: Miguel Mendes, Patrícia Araújo, Filipa Vieira, Patrícia Simões e Nuno Nascimento

Intégrée dans l'horizon incrémental, l'initiative Sales Toolbox a été créée avec l'intention de créer un nouveau paradigme commercial au sein de l'entreprise. Dans sa genèse, elle a développé une proposition de valeur adaptée aux besoins et aspirations du client, basée sur la création d'un pack d'outils digitaux, capables d'accompagner l'activité commerciale et la relation entre conseiller commercial et client. Les hypothèses du projet ont été livrées en 2020 et l'axe de compétence fait déjà partie du scénario commercial de Galius.



“ Avec le projet Sales Toolbox, nous visons à créer un nouveau paradigme commercial. Plus que de changer notre façon de vendre, nous voulions changer la façon dont le client achète.

Patrícia Araújo, project owner

nouveaux défis, nouvelles réponses

2020 a été une année très difficile pour le développement de nouveaux projets, cependant, ni la pandémie ni le télétravail n'ont réussi à freiner la résilience des équipes de Agile Office.

Nors n'a pas cessé de dynamiser le programme, mis en œuvre en 2019. La preuve c'est que la capacité d'adapter la méthodologie aux circonstances du travail à distance imposées par la nouvelle réalité a été remarquable. La dynamique de travail a été transférée sur une maquette 100 % numérique, assurant l'interaction et l'implication des équipes et des sponsors des projets, de manière engagée et dynamique comme toujours.

C'est un pari qu'il faut continuer de renforcer : on peut dire que la pluridisciplinarité et le pool de compétences que chacune des initiatives mobilise donne lieu à de nouvelles opportunités de croissance ambitieuses, prêtes à impacter l'avenir de Nors – dans une perspective aussi agile que véritablement transformatrice.

De retour vers le futur

Nors comprend un univers composé de collaborateurs issus des générations les plus diverses : il en résulte une vision qui mêle inévitablement expériences passées et perspectives d'avenir. Ce paradigme fait de Nors l'un des bons exemples où il est possible d'obtenir le meilleur des deux mondes. Pour le prouver, nous avons mis au défi deux générations d'employés qui nous partagent leur vision.

D'un côté de l'Atlantique, on retrouve José Manuel Oliveira, un commercial dans l'âme avec une formation en histoire mais aussi un passionné de l'industrie automobile. José a une longue et bien connue carrière chez Auto Sueco Portugal, ayant travaillé dans divers secteurs de l'entreprise. Ce parcours lui a permis d'acquérir le savoir-faire nécessaire pour poursuivre le succès dans le groupe, à travers l'expérience mais aussi grâce à la formation continue.

De l'autre côté de l'océan se trouve Ethan Eddy, le jeune mécanicien de 22 ans de la plus jeune entreprise du groupe Nors, Strongco. Ethan prétend être le plus jeune et le plus grand contributeur de l'entreprise et, plaisanteries à part, il fait preuve d'un esprit déterminé et curieux. Il a intégré l'équipe de Strongco à Mississauga il y a environ 2 ans, juste après avoir terminé sa formation, étant certain qu'avec l'aide de l'héritage de Nors, sa croissance, comme celle de Strongco, sera exceptionnelle.



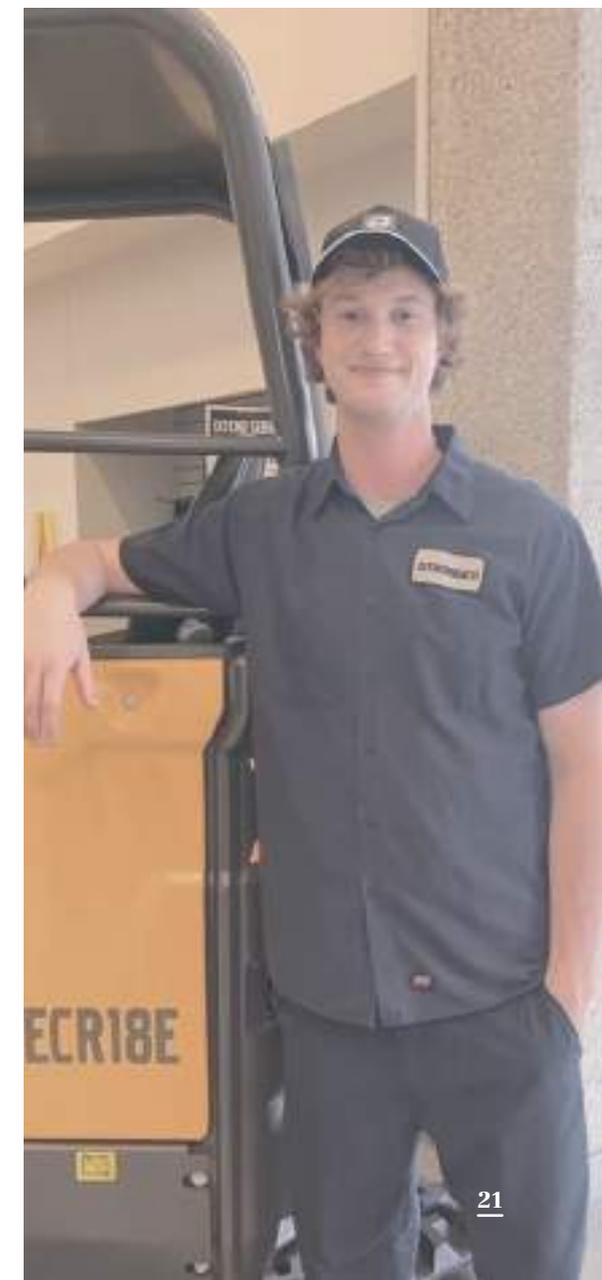
José Manuel Oliveira

En un mot, comment définiriez-vous la mission de Nors ?

José Manuel Oliveira (JMO): Je dirais que la mission et l'héritage que Nors nous transmet, au passé comme à présent, reposent sur deux grands vecteurs : la vision et l'excellence. La vision est née de l'aventure menée par nos fondateurs, dans les années 30, en pariant sur une marque (Volvo) sans le crédit et la notoriété que l'on lui reconnaît aujourd'hui. La possibilité de miser sur un SAV exceptionnel, sans précédent à l'époque, a dicté la position absolument évidente qu'occupe actuellement Nors. La proximité que nous cultivons avec nos clients est inégalée dans l'industrie portugaise des poids lourds. Récemment, l'accent mis sur l'internationalisation et l'entrée sur de nouveaux marchés, ainsi que la création de la marque fédératrice « Nors », reflètent l'ambition et la diversité de l'ensemble des hommes et des métiers qui composent le groupe. En ce qui concerne l'excellence, je dirai qu'elle se matérialise dans tous les produits et services de l'entreprise ; dans le savoir-faire de ses

collaborateurs, dans la multiplication des opportunités de consolidation et d'évolution de carrière (paradigme pour lequel je pense être un bon exemple) ; dans l'ambition constante de faire « plus et mieux » ; dans le défi d'être une référence mondiale pour les clients, les fournisseurs et les employés ; et, enfin, dans la préservation des relations de confiance pérennes fondées sur notre héritage, que nous entendons transmettre aux nouvelles générations, afin que cela fasse partie de leur ADN ! C'est, à mon avis, le plus grand atout de Nors. Et je voudrais ajouter que je suis très heureux de voir cela se refléter chez des collègues d'autres régions qui ont récemment rejoint le groupe.

Ethan Eddy (EE): Pour nous, chez Strongco, il s'avère difficile de connaître Nors, à cause de la pandémie que nous vivons. Notre entrée dans le groupe, il y a un peu plus d'un an, a été fortement impactée par ce contexte et, malheureusement, il n'a pas été possible de contacter « en personne » un membre du groupe ! De plus, nous sommes ici au Canada, de l'autre côté de l'Atlantique, ce qui ne rend pas cette première



rencontre très facile (rires). Mais à ma connaissance, je dirais que les deux sociétés, Nors et Strongco, partagent la même mission : établir des relations durables et de confiance avec les clients, en innovant et définissant leur propre position dans le monde. Il me semble aussi que l'humain est au centre de notre mission. Plus que l'innovation qui nous caractérise, si je devais choisir un pilier, ce serait la transparence : sans elle, nous ne pouvons pas consolider ces relations longues et solides avec nos partenaires. Cette transparence est aussi intimement liée à notre ambition qui, je crois, fait aussi partie de l'ADN de Nors. L'ambition est le moteur qui permet la transparence, à mon avis. Et dans mon cas, je ne travaille pas directement avec les clients, car je suis mécanicien ! Cependant, si nos commerciaux n'ont pas cette relation de confiance et de transparence avec l'extérieur, il nous devient impossible de faire notre métier... Je pense que c'est un peu comme un arbre : si un élément échoue, tout le reste échoue aussi.

“ Mais tant le groupe Nors qu'Auto Sueco Portugal – dont je fais partie – ont un pas d'avance en matière d'innovation, ce qui nous permet d'offrir un excellent service à nos clients.

José Manuel Oliveira

Si vous deviez choisir un aspect dans lequel Nors est plus innovant que ses concurrents, lequel serait-il ?

JMO: Un seul aspect ? Ça va être difficile ! Mais, devant choisir, je dirais l'avancée technologique. Nous vivons dans une période caractérisée par les transformations – certaines plus rapides et d'autres plus lentes, mais toutes importantes pour notre secteur. Et l'avenir apportera certainement des changements radicaux dans ce domaine ! Mais tant le groupe Nors qu'Auto Sueco Portugal – dont je fais partie – ont un pas d'avance en matière d'innovation, ce qui nous permet d'offrir un excellent service à nos clients. Pour vous donner un exemple très concret, je suis fier de faire partie d'un nouveau projet de grande importance qu'Auto Sueco met actuellement en œuvre dans sa zone commerciale : le MAC, ou Commercial Monitoring Model (plus d'informations sur le MAC dans la section Nors News). De mon point de vue, ce modèle aura un impact très positif sur l'expérience

du client, car nous nous focaliserons davantage sur leurs besoins, offrant un service ciblé et personnalisé, qui jusqu'à présent était principalement axé sur le renouvellement des flottes et des comptes courants.

EE: Un aspect innovant... Il y en a plusieurs ! Puis-je revenir sur cette question à la fin (rires) ? Je pense que pour parler d'innovation, il faut parler de technologie, non ? Volvo, par exemple, a récemment lancé des machines électriques compactes et envisage de nous en offrir une partie pour une période d'essai ; je pense qu'aucun de nos concurrents ne fait la même chose – pour nous, c'est une distinction. C'est un aspect très différenciant, car nos clients investissent beaucoup d'argent dans ce type de machines. Ainsi, en leur donnant la possibilité de les essayer et de les tester avant achat, nous pouvons considérablement améliorer leur expérience.

Dans quelle mesure pensez-vous que votre rôle fait la différence dans le quotidien de Nors ?

JMO: L'une de mes principales préoccupations est en effet d'entretenir et de construire des relations de confiance qui sont, pour moi, un paradigme dans cette industrie. Le client représente tout ce qui fait bouger l'entreprise et nos activités quotidiennes. Ainsi, sans jamais négliger l'héritage



Ethan Eddy

de la marque, je m'efforce, moi-même et l'équipe que je dirige, d'être perçu comme un lien entre le client et la marque, dans tout son environnement. Nous sommes non seulement proches du client pour vendre des camions, mais aussi pour l'aider dans la prise de décision, dans la gestion de son entreprise, ou encore dans le domaine de la législation, qui est généralement un « casse-tête ». Nous ne sommes pas seulement des partenaires commerciaux, mais aussi des consultants et des facilitateurs. Même pendant la pandémie, avec toutes les précautions nécessaires, nous n'avons jamais cessé de rendre visite aux clients... Et ils nous choisissent pour ça ! Nous ne vendons pas n'importe quel produit à n'importe quel client : nous sélectionnons et segmentons l'offre en fonction des besoins de chacun sachant qu'il n'y a sûrement pas deux produits identiques. En prenant l'exemple des véhicules des travaux publics, qui représentent un type de vente très technique, une petite erreur dans la spécification des équipements suffit à ruiner la

totalité de notre investissement, en plus de mettre en péril la sécurité des usagers. Ainsi, malgré cette auto-exigence reflétée dans le coût potentiel des produits et services, nous n'avons jamais perdu le leadership du marché car nous avons effectivement fait la différence.

EE: C'est une bonne question. Pour en revenir à l'image de l'arbre, en effet, mon travail quotidien consiste à travailler avec les machines et les véhicules des clients – des équipements qui, étant dans l'atelier, ne génèrent pas de profit, ce qui crée une énorme dépendance du côté du client. Si mon travail n'est pas bien exécuté et les réparations bien faites, le client sera privé de la machinerie pendant une longue période, ce qui affecte directement son entreprise. Pour en revenir à la question de la transparence, un éventuel échec de notre part pourrait rendre nos partenaires mécontents et briser la confiance qu'ils nous accordent – si je ne fais pas ma part, le client ne peut pas faire la sienne.

“ Je pense que pour parler d'innovation, il faut parler de technologie, non ?

Ethan Eddy



“J’aime ce que je fais et je me vois le faire encore longtemps. Je ne peux pas dire ce que je ferai dans dix ans, mais à mon grand regret, ce ne sera certainement pas dans le domaine des camions ! Mais on ne sait jamais...”

José Manuel Oliveira

Comment imaginez-vous votre avenir chez Nors ? Quels sont vos ambitions et vos objectifs ?

JMO: Mon ambition est de toujours vouloir faire plus et mieux. Au bout de tout ce temps – et je reconnais que ce n’est peut-être pas une caractéristique commune aux personnes de mon âge et avec l’ancienneté que j’ai dans l’entreprise – mais je continue à me lever, chaque jour, avec la même motivation. J’aime ce que je fais et je me vois le faire encore longtemps. Je ne peux pas dire ce que je ferai dans dix ans, mais à mon grand regret, ce ne sera certainement pas dans le domaine des camions ! Mais on ne sait jamais... En fait, je suis très enthousiasmé par ce nouveau projet dans lequel je suis impliqué, en raison de l’intérêt que je porte pour les domaines technologiques et parce que le

changement me convient parfaitement. Le défi pour une entreprise comme Auto Sueco Portugal et un groupe comme Nors est un avenir d’opportunités et de menaces : la question de la durabilité, qui changera à jamais l’industrie automobile, et que nous sommes prêts à relever à travers des initiatives absolument pionnières dans les domaines des carburants, les véhicules électriques, l’automatisation et la maintenance prédictive en sont un exemple. Ces changements vont nous faire repenser notre relation avec les clients : mais je ne doute pas que nous saurons nous réinventer.

EE: Disons qu’il y a beaucoup de changements qui se produisent dans cette industrie – beaucoup de technologies à venir et beaucoup de progrès en termes d’équipement, en particulier avec Nors. Mais je vais parler davantage de Strongco, que je connais mieux. À l’avenir, j’espère pouvoir travailler dans le domaine de l’assistance sur le terrain, ce qui est un peu différent de ce que je fais en ce moment : actuellement je travaille en atelier, ce qui veut dire que je ne m’occupe que des véhicules laissés sur place. Alors qu’en m’occupant de l’assistance sur le terrain, j’aurais la possibilité de me déplacer dans les espaces des clients et réparer les machines in loco, là où elles sont utilisées – et, dans certains cas, cela signifie même voyager dans des régions plus éloignées ! J’aimerais également travailler dans le domaine des véhicules électriques et des machines durables,

car c’est un univers en pleine croissance en ce moment, notamment dans l’industrie automobile. Ça peut être très intéressant de se spécialiser dans ce domaine car la machinerie lourde n’est pas en retard par rapport à l’automobile, et fera bientôt le grand saut dans le domaine de l’électrique. Je ne sais toujours pas ce que j’aimerais, mais Strongco offre de nombreuses opportunités d’évolution de carrière et nous permet de pouvoir choisir ce que nous voulons être – je suis sûr qu’avec Nors le principe est le même. C’est très passionnant et nous avons tous hâte de mieux connaître Nors au plus vite !

Comment imaginez-vous l’avenir de Nors dans 50 ans ?

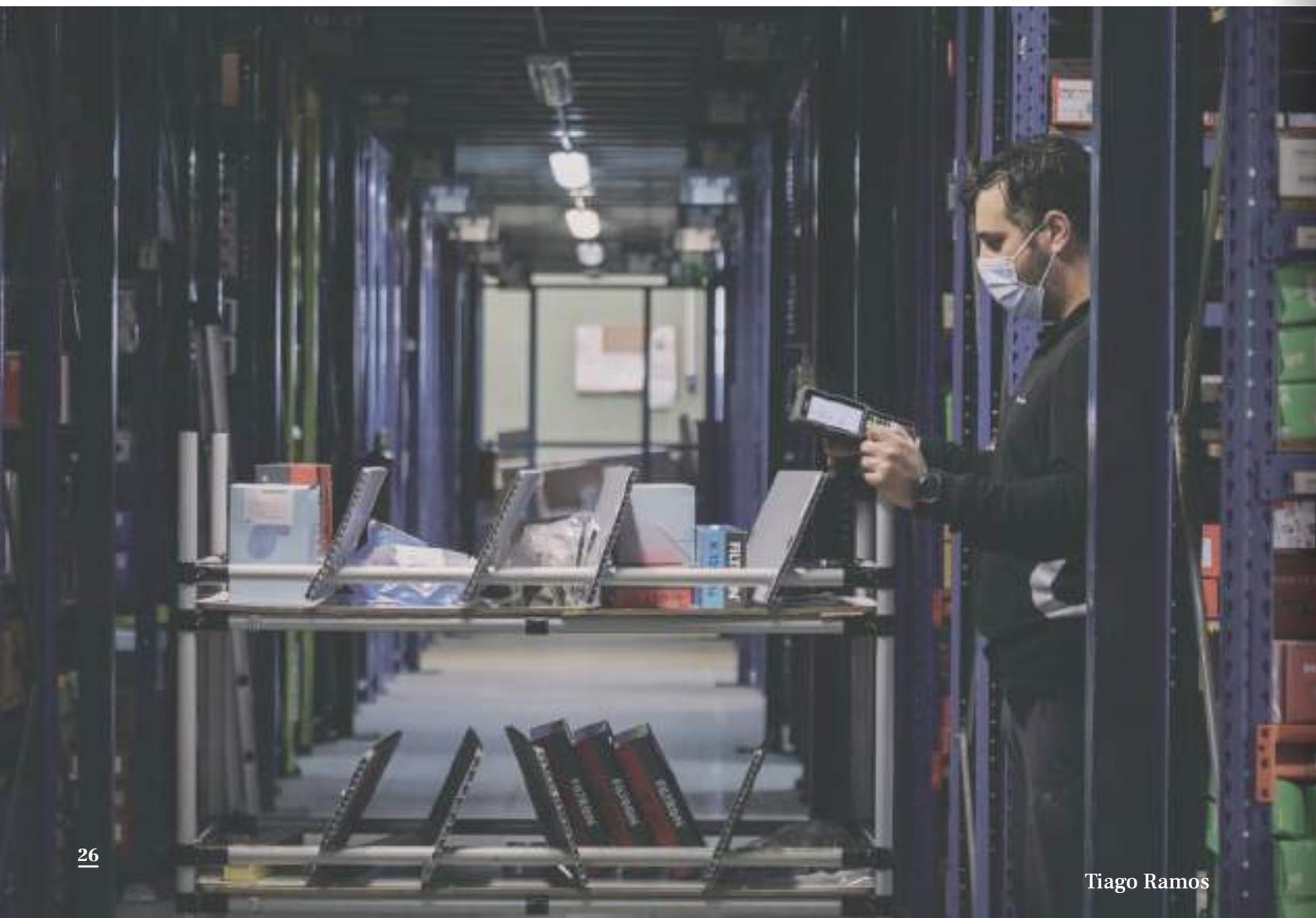
JMO: Comme je l’ai dit, une prévision sur 50 ans est difficile à faire... Je dirais dans un futur de 10, 20 – ou peut-être même 50 ans ! – le groupe continuera d’être l’un des plus grands groupes de l’industrie automobile. Je ne parle pas seulement de capital, mais aussi de son internationalisation, puisque nous avons démontré la capacité à trouver des opportunités d’affaires dans des zones géographiques différentes et plus éloignées – en plus de la capacité infatigable à innover et à prévoir toutes les transformations que l’industrie a subi et subira. Remarquez que cela reflète, en fait, la volonté d’anticiper ces problèmes, afin que nous soyons ceux qui trouvent des solutions pour les clients, bien avant l’apparition de potentielles incertitudes. Cependant, même si nous ne savons pas dans quelle direction nous irons, Nors aura sûrement un pas d’avance, avec ses partenaires.

EE: Bon, je sens que l’avenir sera un peu “fou” et imprévisible, surtout avec cette pandémie que nous continuons de vivre. Cependant, dans 50 ans, j’aimerais voir une industrie avec des véhicules presque 100% électriques et une croissance incrémentale et internationale, avec plus de branches réparties à travers le pays – et dans le monde, avec l’aide de Nors ! Pour nous, Nors est comme un grand navire, avec beaucoup d’expérience : et nous venons d’embarquer, voguant vers l’avenir. Tous ensemble, nous sommes des milliers de travailleurs, dans plus de 17 pays, ce qui justifie pleinement cette ambition. 50 ans, c’est long, il y a certainement de nombreuses transformations à venir !

“Pour nous, Nors est comme un grand navire, avec beaucoup d’expérience : et nous venons d’embarquer, voguant vers l’avenir.”

Ethan Eddy

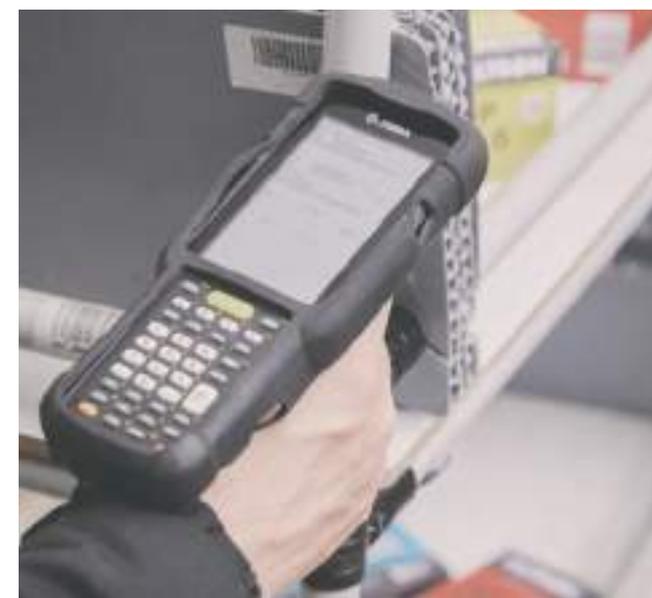
OCLA: un pas en avant pour Aftermarket



Tiago Ramos



Diogo Franco



Nors Aftermarket est l'un des secteurs d'activité du groupe Nors. Gérée au Portugal, par João Jervell, qui assume le rôle de PDG d'Aftermarket Portugal depuis le 1er Juillet 2021 et ayant Isabel Bastos comme DOP, cette entreprise a une devise aussi simple qu'ambitieuse : mener les affaires des clients encore plus loin.

Pour comprendre la valeur d'un domaine d'activité comme l'Aftermarket, il faut connaître son origine et sa position dans un groupe aussi diversifié que Nors. Le premier pas vers le marché de l'après-vente a eu lieu en 2003, avec l'acquisition de Civiparts, société spécialisée dans la vente de pièces multimarques pour poids lourds. L'étape suivante était de compléter la stratégie initiée en 2003 pour les poids lourds, qui n'était pas en net développement. Ainsi, Nors démarre son activité dans le marché de l'après-vente de voitures avec la création d'AS Parts, en 2006. L'entreprise était d'abord une petite startup indépendante, qui cependant, depuis le début, a eu une vision stratégique de marché, en proposant une plus grande offre et en absorbant quelques *players* de référence du marché.

Aujourd'hui, dans l'univers Nors, l'activité Aftermarket Portugal comprend le secteur des voitures, avec Newonedrive – qui intègre les marques AS Parts et OneDrive – et des poids lourds, avec Civiparts. Mais sa présence va au-delà de la distribution et de la vente au détail de pièces multimarques : Newonedrive propose également un vaste réseau de garages et de services d'assistance technique personnalisés, ainsi que des formations spécialisées. Dans ce domaine, le rôle de Nors devient prépondérant, notamment auprès des fournisseurs, qui reconnaissent le groupe comme un exposant d'adéquation, de fiabilité et d'expérience.

Si 2020 a fait face à de nombreux défis, cette année-là a également été marquée par des avancées substantielles. Ces dernières années ont été marquées par une croissance qui a culminé avec la nécessité d'innover et de changer les procédures et les processus logistiques, répondant à la complexité qui la caractérise.

Newonedrive en chiffres

LIVRAISONS PAR JOUR

565

LIGNES DE COMMANDE PAR JOUR

5 000

TAUX DE LIVRAISON

2h em 2h

RÉFÉRENCES PAR JOUR

9 000

RÉFÉRENCES DIFFÉRENTES EN STOCK

60 000

EUROS EN STOCK

9 million

MARQUES DE PIÈCES

65

GAMMES DE PIÈCES

260

Chez Newonedrive, tout ce flux d'opérations de stockage était, jusqu'en 2019, fait « à l'ancienne »: au stylo et papier. Cependant, dans un scénario de forte croissance, qui se vérifie depuis quelques années – tant en termes de facturation et de clients, qu'en termes de logistique et de catalogue – la nécessité d'innover et de cimenter la dynamique de travail et les processus en s'aidant de la technologie s'est imposée : c'est ainsi que le projet OCLA a vu le jour.

Le projet OCLA (Optimisation de la Chaîne Logistique d'Aftermarket), naît en 2017, avait pour principaux objectifs d'optimiser les processus et les flux logistiques, notamment au niveau de l'expédition, de réduire les ressources, notamment en matière d'espace de stockage, ainsi que de contrôler les opérations en temps réel et d'accompagner les clients de manière plus cohérente et personnalisée. Son objectif a toujours été de mener l'Aftermarket Portugais de Nors à une position de leader sur le marché : non seulement en termes de facturation, mais aussi dans l'excellence du service rendu. On peut dire qu'après la fin du processus de mise en œuvre de l'OCLA, en ce qui concerne le secteur des voitures, en décembre 2020, Newonedrive a connu une augmentation d'environ 30% de la productivité et une réduction d'environ 40% des heures supplémentaires. Ceci signifie incontestablement que la numérisation et le renouvellement des procédures que le projet impliquait étaient directement responsables des niveaux d'efficacité et de diligence atteints par l'entreprise.

Le processus de mise en œuvre du projet OCLA a duré environ trois ans et a bénéficié de la collaboration de l'Institut KAIZEN™. Les collaborateurs de Newonedrive ont été, durant cette période, étroitement accompagnés par des consultants externes, qui les ont formés et accompagnés in loco, dans les installations et les entrepôts de l'entre-prise. La transformation a été guidée par une efficacité, une productivité et une transparence accrues, en travaillant à partir des processus de picking et packing comme aussi sur la performance des salariés. Il y a eu, en effet, lors de la mise en place d'OCLA, une forte préoccupation concernant la motivation et la gestion des salariés puisque, selon les mots d'Isabel Basto, « on ne peut pas innover sans une équipe ». L'une des initiatives les plus marquantes dans ce sens a été la création d'un prix de performance/productivité pour les employés de l'entrepôt.

Il est également important de renforcer l'impact positif des nouvelles technologies dans le cadre de l'OCLA, qui a eu des répercussions sur les clients, les employés et les managers. La numérisation accrue des processus a permis aux employés d'entrepôt de « faire plus pour moins », de travailler moins d'heures et d'augmenter de manière tangible l'efficacité de la production. Ces processus ont

également eu un impact vraiment positif sur la réduction des niveaux de stress des collaborateurs : avec la simplification des processus et la réduction de la marge d'erreur, l'ambition et la motivation des équipes concernées ont fortement augmenté.

Pour le client, le changement s'est également fait sentir de manière expressive. Le domaine d'activité d'Aftermarket repose essentiellement sur l'efficacité logistique : avoir la bonne pièce au bon moment. Isabel Basto reconnaît que le client recherche la cohérence, plus que la flexibilité. Aujourd'hui, et après la mise en place de l'OCLA, il est possible de connaître, à tout moment, l'emplacement de tout type de pièce – un facteur qui transmet la confiance et la sécurité, deux éléments majeurs chez Nors. Ce niveau de satisfaction est tout à fait tangible, car l'une des principales caractéristiques du nouveau programme est l'évaluation du service client. Prochainement, Ne-wonedrive disposera d'un portail en ligne qui permettra au client d'être pleinement impliqué dans le processus, de la commande jusqu'à la livraison.



“ On ne peut pas innover sans une équipe. ”

Isabel Basto



Dinis Oliveira



Isabel Basto

En 2021, après le succès du projet OCLA chez Newonedrive, l'objectif principal est de finaliser le processus chez Civiparts. Pour Isabel Basto, ce processus d'optimisation sera une étape clé dans l'avenir des trois marques, permettant une vision holistique des véhicules lourds et légers, dans une logique transdisciplinaire. Rétrospectivement, Isabel Basto rappelle la célèbre phrase d'Einstein disant que « La folie, c'est se comporter de la même manière et s'attendre à un résultat différent » en faisant référence à l'un des plus grands défis rencontrés. Changer les comportements et les mentalités inhérents à ce processus de numérisation n'a pas été facile, notamment parce qu'il existe d'innombrables croyances intériorisées rigides et de nombreuses années d'habitudes et de « vérités absolues ». Pourtant, selon la Directrice d'Opérations, « ce métier n'est pas pour les mous ! ».

Le coordinateur d'entrepôt chez Newonedrive, Diogo Franco, à Porto, partage cette vision. Le témoignage de Diogo sur l'impact de l'OCLA sur l'entreprise est privilégié, car il observe ses bénéfices au quotidien. Le gros avantage, dit-il, est le contrôle des erreurs : avec ce changement récent, l'équipe a augmenté le niveau de conformité avec les clients à 98% – un indicateur qui était auparavant autour de 50%. Les écarts mensuels sont passés de 200 à 50 par mois. Les gains sont

évidents – des processus plus rapides, moins d'erreurs, un plus grand volume de commandes accélérées et une plus grande crédibilité auprès des clients.

Diogo estime qu'il est crucial de souligner l'intérêt de cette mise à jour pour les salariés : même si les débuts ont été difficiles, en raison du changement brutal du mindset, « du jour au lendemain », le fait qu'ils bénéficient d'un système qui traite les commandes dans l'entrepôt de manière presque entièrement automatique, permet aux employés de se concentrer sur d'autres aspects du processus, jusque-là négligés. Vitesse de traitement, temps d'arrêt et autres indicateurs de productivité sont, aujourd'hui, des priorités pour l'équipe. Le panorama est presque futuriste : lorsqu'une commande est passée par e-mail, l'information est directement envoyée sur les scanners de l'entrepôt – l'employé n'a qu'à vérifier cette même information et faire le panier avec tous les articles commandés. « Personne ne reviendrait jamais au système précédent », dit le coordinateur avec conviction. En plus de simplifier le processus, Diogo croit que le projet OCLA a soulagé les employés d'un fardeau de stress et d'un niveau excessif de responsabilité, dû au fait qu'il soit actuellement entièrement informatisé. Aujourd'hui, l'équipe se sent plus en sécurité dans l'exercice de ses fonctions, plus confiante et, surtout, satisfaite de faire le travail rapidement et efficacement, délivrant une valeur cohérente et réellement différenciante.

Newonedrive récompensé par le prix KAIZEN™ Portugal « Excellence dans la Productivité »

Dans le but de distinguer les projets nationaux qui se distinguent dans l'amélioration constante pour l'innovation, l'excellence, la croissance et la rentabilité, Newonedrive a reçu en 2021 le prix « Excellence dans la Productivité », décerné par KAIZEN™ Portugal. L'attribution de ce prix est faite pour récompenser la mise en place du projet OCLA, un processus contrôlé par l'Institut, dans un travail d'effort continu et d'une énorme persévérance de la part de toute l'équipe.

Regardez la vidéo de présentation du projet ici!



Cliquez ici pour voir la vidéo de présentation du projet!

En vigueur depuis le 1er Juillet, la modification de stratégie récente sur le modèle organisationnelle de Nors apporte des changements à l'univers du marché d'après-vente.

Ainsi, au Portugal, les marques Civiparts, AS Parts et OneDrive intègrent aujourd'hui la structure désignée par Aftermarket Portugal, gérée par João Jervell, PDG.



Les collaborateurs constituant la structure centrale de ce domaine d'activité exercent désormais les fonctions dans la logique transversale de toutes ces entreprises. En Angola, les marques Civiparts Angola et OneDrive cèdent la place à Aftermarket Angola, structure dirigée par son PDG, Pedro Torres.

we are transparent

L'intégrité fait partie de notre ADN, de manière indubitable et linéaire. Nous adoptons un sens aigu de l'engagement et de la justice dans toutes les relations qui ont marqué notre parcours depuis 88 ans.



Réunion Annuelle 2021

Chez Nors, nous pensons que la transparence est la base de toute relation réussie et de confiance. Pour le groupe, il est essentiel de partager en permanence avec l'ensemble des collaborateurs et partenaires la vision stratégique qu'il incarne, les objectifs atteints et les idées qu'il envisage pour l'avenir. Frontalité, ouverture et clarté sont au cœur des opérations de Nors et c'est grâce à ces piliers que nous avons construit une voie forte et ambitieuse, capable de relever tous les défis qui peuvent se présenter.

Inspiré par ces valeurs, la Réunion Annuelle de Nors a vu le jour il y a plusieurs années : un rendez-vous au cours duquel les grandes orientations de la stratégie de l'organisation sont présentées et discutées. En 2021, l'Assemblée annuelle comptait plus de 90 collaborateurs invités et – en raison des circonstances – s'est tenue en format numérique. L'événement a été diffusé en direct dans les sept zones géographiques que comprend notre univers et a eu recours à la traduction simultanée, dans le but de partager, avec le même degré d'accessibilité, l'information avec tous les participants.

L'événement de cette année a été marqué par le concept de durabilité : l'objectif était d'aborder le sujet de manière globale, dans une perspective de cohérence et de détermination pour l'avenir. Ainsi, structuré sur une approche holistique et transversale, l'agenda de la session a été organisé autour de 4 piliers : *Sustainable Numbers*, *Sustainable Markets*, *Sustainable Motions* et *Sustainable Future*.



Tomás Jervell

Sustainable Numbers

Être durable, c'est aussi avoir la capacité de gérer au mieux les ressources disponibles. Dans ce contexte, la planification stratégique devient fondamentale puisqu'il faut garantir que l'analyse de l'évolution des indicateurs et des résultats suit les objectifs de l'organisation, à moyen et long terme.

Rui Miranda, directeur financier de Nors, a présenté à l'équipe de travail un aperçu des résultats financiers 2020, en définissant et en analysant les performances de Nors à la lumière des grands événements mondiaux.

En 2020, les résultats financiers ont été inévitablement marqués par le contexte de la pandémie. Cependant, le chiffre d'affaires global du groupe est resté pratiquement inchangé, s'établissant à 1,6 million d'euros. La contribution de Strongco a été extrêmement importante pour la présentation de cette performance globale : la société, acquise en 2020, est entrée dans les comptes du groupe à partir du mois de mars, incarnant une solide contribution aux résultats positifs obtenus.

De manière générale, les opérations du groupe ont fait preuve d'un grand esprit de résilience face à la crise, et il est important de souligner l'effet de diversification des marchés et des secteurs que le portfolio actuel offre comme facteurs clés dans ce contexte.



Pour en savoir plus sur les résultats et performances du groupe en 2020, en détail, voir la version numérique du dernier Rapport Consolidé et Comptes de Nors



Oliver Nachevski



Sustainable Markets

Les indicateurs présentés par Rui Miranda étaient clairs quant à l'impact positif que l'acquisition de Strongco a eu dans une année aussi instable et imprévisible que 2020.

Ainsi, dans ce deuxième point à l'ordre du jour de la réunion, le thème de la durabilité a commencé à être exploré en ce qui concerne la présence mondiale de Nors, en particulier, le fait que ce soit un point de référence euro-atlantique.

La stratégie d'expansion et de croissance de l'organisation comportait l'acquisition de Strongco – le plus important dealer d'équipements de construction et

infrastructure Volvo Construction Equipment au Canada – comme l'un de ses moments les plus mémorables. C'est pourquoi Oliver Nachevski, président et PDG de l'entreprise, a pris part à ce moment de la réunion, présentant officiellement le dernier membre de la famille Nors au reste de l'équipe.

Du portfolio de produits aux succursales possédées, en passant par les principaux jalons historiques et résultats financiers atteints par l'entreprise, la présentation a consisté en une vision transversale sur qui est Strongco, d'où elle vient et surtout, vers où elle se dirige, coude à coude avec Nors.

Avec environ 500 employés, de la côte est à la côte ouest, Strongco, comme Nors, cherche à entretenir et préserver ses relations à long terme, se montrant très attachée à l'excellence du service client. Avec cette présentation, il est devenu évident, une fois de plus, l'harmonie complète de l'entreprise canadienne avec ce que Nors représente et entend pour son avenir : une histoire fondée sur l'ambition, la transparence et la pérennité de ses relations.

Sustainable Motions

Le troisième moment de réflexion de l'événement a été animé par Patrícia Barbosa et Rute Cecílio, du département de Personnes et Communication de Nors. L'objectif principal était de présenter à l'équipe les principales lignes directrices de la stratégie de responsabilité d'entreprise de Nors, appelées « Sustainable Motions ».

À ce stade, le concept de durabilité était clairement corrélé à une politique centrée sur les personnes et la transformation culturelle : des domaines dans lesquels le groupe a cherché à investir efficacement. Étant une entreprise qui opère à l'échelle mondiale, Nors ne peut rester indifférente aux grandes tendances qui se font sentir dans le domaine de la responsabilité sociale et de l'entreprise – il est temps

d'agir et de se tourner vers un avenir véritablement durable, cohérent et global, qui fait partie de la solution.

La Stratégie de Responsabilité d'Entreprise de Nors aura pour objectif principal la construction d'un plan de croissance durable applicable à toutes les zones géographiques et réalités du groupe, en adoptant une approche qui suit les Objectifs de Développement Durable des Nations Unies (les fameux « Sustainable Development Goals »), qui sont l'inspiration pour le développement de ce programme.

Ainsi, il était clair que le programme de développement durable de Nors devrait s'articuler autour de ces directives mondialement reconnues, en mettant en

œuvre son plan d'action et en abordant la durabilité dans cinq domaines principaux : les services, la chaîne d'approvisionnement, les personnes et la communauté.

Ce moment de la réunion s'est terminé avec la certitude qu'il y avait un long chemin à parcourir et de nombreux domaines fonctionnels à impliquer, avec l'objectif d'implémenter cet agenda (ambitieux). Mais, après tout, quand est-ce que Nors a refusé un défi ?



Apprenez les 17 objectifs constituant les Objectifs de Développement Durable des Nations Unies et faites également partie d'une cause plus grande



Patrícia Barbosa et Rute Cecílio



Tomás Jervell

Sustainable Future

La réunion annuelle s'est terminée, comme d'habitude, par une réflexion du PDG de Nors, Tomás Jervell, qui a présenté le cadre de référence stratégique du groupe et a partagé sa vision pour l'avenir.

Comme il l'a rappelé, 2020 a été une année au cours de laquelle Nors a fait preuve d'une réactivité que seules des périodes particulièrement exigeantes permettent de prouver. Toujours dans une trajectoire de croissance, l'investissement sur le marché canadien, avec l'acquisition de Strongco, a mis en évidence l'ambition de Nors de manière claire, réaffirmant l'engagement d'une présence de plus en plus globale comme stratégie d'avenir.

A partir de cette brève introduction, les premiers indicateurs des performances de 2021 ont été présentés et analysés, telle une projection de l'année en cours démontrant la volonté de toujours dépasser les résultats attendus.

La vision de Nors pour le cycle stratégique 2021-2025, appelée « Focus », a également été présentée, dans le but de cimenter les trois piliers clés qui dictent les lignes d'action prioritaires du groupe pour les années à venir : la transformation, la durabilité et l'équipe.

La réunion s'est terminée sur le ton audacieux et optimiste qui caractérise Nors, laissant à chacun la certitude que, quel que soit le scénario que l'avenir nous réserve, nous serons prêts à répondre de manière agile, ambitieuse et engagée.

Le futur de la gestion du personnel



Ana
Peneda

Directrice Générale
du Personnel et de la
Communication Nors

Pouvez-vous nous parler un peu de votre parcours professionnel et comment il vous a amené à Nors ?

Ma carrière professionnelle s'est toujours déroulée dans le domaine des ressources humaines, dans des entreprises de différents secteurs d'activité, avec diverses dimensions et opérations dans différentes zones géographiques. Du secteur de l'Assurance et de la Protection Financière (où j'ai commencé, dans une grande multinationale du secteur), en passant par la Construction (où j'ai passé plus d'années, dans deux organisations différentes et avec des spectres d'activité très dispersés et diversifiés), jusqu'au secteur de l'Industrie (où j'étais avant de rejoindre Nors). À l'exception de ma première expérience, dans toutes les autres, j'ai travaillé dans le domaine de la stratégie et j'ai occupé des fonctions du domaine des ressources humaines, travaillant pour le contexte global des organisations. C'est à travers cette expérience professionnelle que je suis arrivée chez Nors. C'est cette dernière qui m'a menée ici-même.

Quelles sont vos attentes en intégrant une entreprise de la taille et avec l'histoire de Nors ?

Contribuer à l'entreprise et à sa pérennité future, en honorant son héritage et son histoire, en ayant un

rôle actif dans le département des Personnes et de la Communication de façon à suivre l'agenda stratégique du groupe dans les différents domaines d'activité.

Quel est votre « mantra » en matière de gestion de l'équipe ?

Honnêtement, je ne sais pas si j'ai un "mantra". Je crois aux relations bilatérales, aux paris et à la livraison mutuelle, au don et à la réception. Je pense que c'est ainsi (ou devrait être !) dans nos relations personnelles, dans notre vie, et il semble naturel que ça le soit également dans notre relation professionnelle. Je crois que les gens sont vraiment la clé du succès d'une organisation : ce sont les gens qui font les entreprises et qui contribuent à leurs grandes réalisations. Et donc, s'il y avait un « mantra », ce serait probablement celui de prendre soin et de bien gérer cet élément de réussite, dans une relation d'équilibre, de respect mutuel et de donner et recevoir.

« (...) ce qui m'a amené à Nors en soit c'est Nors.





Partagez avec nous les milestones les plus difficiles à atteindre, mais les plus gratifiants, dans votre carrière.

Il y a plusieurs grands projets concernant la gestion des ressources humaines auxquelles j'ai participé par le passé - qui impliquaient une complexité technique et quelques obstacles de mise en œuvre - que j'ai pu énumérer, en raison de la difficulté qu'ils représentaient et qui, une fois mis en œuvre, avaient un goût de victoire plus raffinée.

Ou la gestion récente de la pandémie qui « nous est tombée dessus », sans préavis, et qui, en ce qui concerne les gens, a été présentée comme l'un des plus grands défis auxquels n'importe quel responsable RH ait probablement jamais été confronté.

Mais le plus gratifiant est, souvent, de pouvoir permettre l'intervention dans certains domaines où il n'y avait pas d'action auparavant, en mettant certains thèmes en discussion. Personnellement, certains des moments les plus gratifiants pour moi n'étaient pas nécessairement des grands milestones. Parfois, ce sont des petites choses que l'on aide à débloquer ou à démystifier : c'est pouvoir franchir un cap et obtenir un « oui » pour avancer dans un certain projet ou domaine et c'est avant tout le feedback et la reconnaissance de notre rôle au cœur de l'organisation, lorsque les gens de l'entreprise nous font sentir que nous contribuons à la mission et aux objectifs que nous nous fixons. C'est, encore une fois, le "donner et prendre". Quand nous recevons en retour, c'est réellement agréable.

“ Je suis désolée de décevoir, mais je ne pense pas avoir de « superpouvoirs ».

Selon vous, quelle est votre « superpouvoir » dans le contexte de Nors ?

Je suis désolée de décevoir, mais je ne pense pas avoir de « superpouvoirs ». J'ai une caractéristique qui nourrit mon quotidien et mon parcours : je travaille avec passion. Pour ce que je fais, pour la contribution que je peux générer. Mais je n'ai pas de « superpouvoirs », il n'y a pas de secrets dans cette recette... ce que nous construisons vient du travail et du dévouement.

Et quels sont vos souhaits et objectifs ?

Travailler en équipe, au-delà du concept traditionnel des « ressources humaines » - un terme que le monde des affaires a intelligemment remplacé par « Équipe ». Travailler sur le niveau de l'expérience du salarié dans ce contexte de Nors. Mais aussi travailler sur ce qui est structurel et - permettez-moi l'analogie avec le secteur de la construction que je

côtoie depuis de nombreuses années - qui permet la construction de fondations pour qu'on puisse y poser de grands bâtiments. Travailler sur ce qui fait la différence : pour l'entreprise et pour ses collaborateurs. Et être proche. Travailler en étroite collaboration avec la stratégie du groupe pour l'avenir et avec des personnes qui ne sont pas, et ne doivent pas être, des concepts opposés, bien au contraire.

D'après votre expérience, quelle est la clé d'une bonne communication d'entreprise ?

Je pense qu'il y a ici deux éléments très importants : d'une part, pour bien communiquer il faut, d'abord, bien écouter - bien comprendre les contextes et les différents destinataires, externes et internes. Parmi ces derniers, il faut aussi comprendre les différents layers de l'organisation. D'autre part, il y a un ingrédient fondamental qui est : avoir une communication honnête et transparente, appropriée, confiante et digne de confiance - qui mène également à notre objectif : « inspirer la confiance à travers des relations durables ».

Comment imaginez-vous votre avenir chez Nors ?

J'imagine faire partie de l'avenir de Nors.



“ Travailler sur ce qui fait la différence : pour l'entreprise et pour ses collaborateurs.

Une organisation sans frontières



À l'heure où la notion de changement est inévitablement ancrée en chacun de nous, fixant l'ordre du jour de façon mondiale et transversale, Juillet 2021 a marqué le début officiel d'une transformation significative de la structure organisationnelle de Nors. Une vision renouvelée de l'avenir et un modèle de top management plus agile ont mené à la conception d'un nouveau modèle d'organisation, avec un impact sur toutes les structures du groupe, dans les différents pays où Nors est présente. Lancé en Avril, le programme Power2Grow – le nom du projet derrière cette nouvelle vision – a apporté au groupe l'énergie nécessaire pour repenser ses horizons.

La voix du changement

L'implication du Comité Exécutif de Nors dans l'ensemble du processus de conception, de planification et de définition de ce nouveau modèle a été, dès la première minute, constante et intensive : la priorité et la complexité inhérentes au programme ont entraîné une participation continue des Directeurs du groupe, en particulier par le PDG, Tomás Jervell. Et du fait que les hypothèses de cette nouvelle organisation reposent sur un leadership présent et actif, nous avons discuté avec les Administrateurs de Nors et écouté les défis, les attentes et la vision du futur qu'ils intègrent avec l'adoption de ce nouveau modèle - toujours avec la transparence qui définit si bien l'ADN du groupe.

La raison de l'ambition

Lorsqu'on évoque la grande motivation derrière le programme qui a conduit à cette réorganisation majeure, Tomás Jervell, PDG du groupe, déclare : « J'ai senti que le groupe avait besoin d'une nouvelle organisation et d'un nouveau modèle de gouvernance qui soutiendraient notre stratégie de croissance. En effet, il devenait très clair que la croissance devait se faire sur des bases plus solides, associées à une plus grande autonomie des dirigeants de chacune des entreprises et à la libération du Comité Exécutif vers des fonctions de développement.



En intégrant cette démarche de leadership, les objectifs majeurs qui ont été à la genèse du programme sont clairs et reflètent la vision stratégique à long terme du groupe :

1. Renforcer l'autonomie, la responsabilité et la responsabilisation des PDG des sociétés du groupe, en leur ouvrant de nouvelles opportunités de croissance.

2. Libérer les administrateurs exécutifs pour qu'ils abordent des questions plus stratégiques liées au développement de l'entreprise.

3. Créer des mécanismes de contrôle structurés, axés sur le développement opérationnel, qui permettent d'accompagner le processus d'évolution des compétences de la Direction Générale d'un suivi adéquat des risques opérationnels et de processus.

Aussi pour Rui Miranda, directeur financier de Nors et chef d'équipe du programme, l'accent est mis sur l'adoption d'un agenda plus transversal, stratégique et aligné avec le contexte mondial : « Le programme Power2Grow est né de la nécessité d'orienter le plan du groupe, à savoir le Comité Exécutif, vers des thèmes plus transversaux, tels que les changements dans les modèles économiques, les paradigmes de consommation, le changement climatique, la durabilité, les nouvelles relations de travail et bien d'autres qui marquent la réalité actuelle. »



Rui Miranda



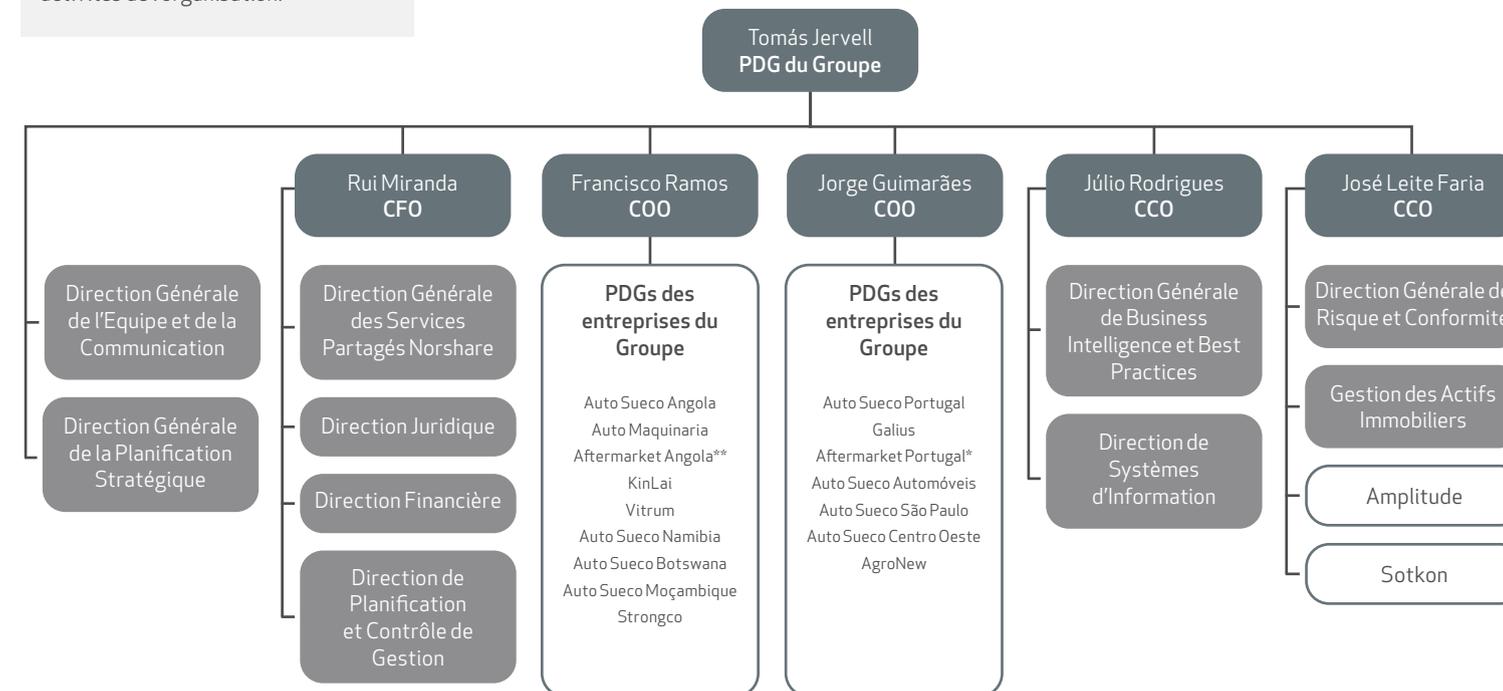
Tomás Jervell

Qu'est-ce que le modèle organisationnel?

Le Modèle Organisationnel d'une organisation démontre les organes de gestion et les domaines fonctionnels du groupe et comment ils s'articulent en ce qui concerne la déclaration hiérarchique et fonctionnelle, en établissant les règles, les limites d'action et les responsabilités qui orientent les différents domaines qui le composent. Le modèle organisationnel de Nors est défini en tenant compte des objectifs stratégiques du groupe, des besoins de gestion globale et des exigences légales et fiscales inhérentes à la dispersion géographique des activités de l'organisation.

Un nouveau modèle, une nouvelle organisation

Les temps et les besoins changent selon la prémisses. Les changements du Modèle organisationnel ont impliqué à la fois la réaffectation des domaines de responsabilité et la création de nouveaux domaines d'activité sous la responsabilité des membres du Comité Exécutif. Répondant aux objectifs du programme lui-même, le modèle de gestion de l'Administration du groupe a été réorganisé et répond, aujourd'hui, à l'ambition d'un leadership orienté vers l'agilité et la performance :



*Aftermarket Portugal: Civiparts + Newonedrive
**Aftermarket Angola: Civiparts Angola + OneDrive

Dans l'optique d'évoluer vers une organisation de plus en plus stratégique et audacieuse, l'objectif principal du Corporate Center est d'accompagner le Comité Exécutif dans la définition des grandes orientations du groupe, dans les domaines d'influence respectifs. Pour Rui Miranda, « le Corporate Center joue un rôle prépondérant dans cette organisation, soit comme catalyseur de connaissances, soit comme support au développement du groupe ». Constitué de la Direction Générale Corporative et de la Direction Corporative, il intègre le Centre Corporatif de la Holding et le Centre Corporatif Local. Cette dernière structure opère localement dans les différents pays où Nors est présente, ayant pour mission d'accompagner les diverses sociétés du groupe dans les multiples dimensions de la gestion, avec les adaptations nécessaires à la réalité et au contexte local. Ils sont également censés être de véritables ambassadeurs locaux de la culture et de l'objectif du groupe Nors.

L'univers Nors : la somme de toutes les parties

Un des changements les plus importants du nouveau modèle d'organisation reflète un des trois objectifs principaux du programme - le renforcement de l'autonomie et de la responsabilité des PDG des différentes entreprises qui composent Nors, dans le monde entier. Toujours dans l'objectif d'entretenir une culture de groupe, ancrée dans chaque salarié, il est impossible de tourner le dos aux particularités inhérentes au fonctionnement de chacune des entreprises: qu'elles soient liées au domaine d'activité ou géographie dans laquelle elles s'intègrent ou à la microculture que chaque structure émane.

Francisco Ramos, directeur des sociétés en Angola, en Namibie, au Botswana, au Mozambique et au Canada, voit dans ce nouveau modèle une porte ouverte pour le développement du groupe. Pour le Chief Operating Officer de Nors, nous

allons nous pencher sur « des entreprises plus efficaces, basées sur plus de connaissances et moins de risques », permettant à un « groupe de leaders d'excellence, capables de contribuer au meilleur développement de différentes entreprises et le groupe ».

À son tour, Jorge Guimarães, directeur des entreprises au Portugal et au Brésil, souligne l'importance d'investir dans l'autonomie de ces structures : « le changement apporté à la direction exécutive des entreprises aura certainement un impact important et positif sur les autres groupes organisationnels, créant une dynamique de plus grande autonomie, de l'exigence, de la responsabilité et une amélioration de la performance »

L'alignement entre les différents membres du Comité Exécutif face à ce nouveau paradigme est clair : pour José Leite Faria, Chief Corporate Officer du groupe, « l'engagement fort pour accroître l'autonomie des entreprises n'est possible que grâce à la reconnaissance du haut degré de maturité et de compétence de nos équipes de direction. »



Francisco Ramos



Jorge Guimarães



Júlio Rodrigues



José Leite Faria

L'expérience au centre des attentions

Pour Francisco Ramos et Jorge Guimarães, la perspective de l'expérience client et employé ne pouvait plus être au centre de l'attention de ce modèle – c'est à travers cette expérience qu'il est possible de marquer la différence et d'augmenter degré de satisfaction du public de Nors. Ceci est l'un des plus grands avantages de la stratégie exposée : « cette nouvelle organisation nous apporte la capacité de maintenir et d'élever le niveau de la demande et de matérialiser cette augmentation des résultats quantitatifs, assurant, en même temps, une expérience unique avec une forte identification à la marque Nors pour les employés et les clients. », déclare Jorge Guimarães. « L'expérience Nors » doit être pertinente en termes d'avantages opérationnels pour le client et doit être marquée par les différences qui empêchent les complications et imprévus », conclut-il.

Francisco Ramos, d'autre part, parle d'un engagement de plus en plus expressif envers la notoriété et la visibilité de l'organisation et des entreprises : « nous devons encourager le développement de nouvelles pratiques et comportements qui projettent Nors à un niveau singulier, avec un plus grand désir de la part des employés et les clients. »

Développer les territoires de demain

Un autre sujet de conversation a été la création de nouvelles Divisions Corporatives qui, selon la direction, jouent un rôle clair dans le renforcement de la vision et de la capacité stratégique de Nors. Le PDG du groupe, Tomás Jervell, déclare : « les ambitions de Nors impliquent également un focus particulier sur les thèmes du risque, de l'efficacité et de la qualité de l'information et cela a justifié la création de domaines critiques tels que la Business Intelligence & Best Practices et la Gestion des Risques et Conformité. Sous sa direction, Júlio Rodrigues, Chief Corporate Officer (CCO) de Nors, est certain que la Direction Générale de Business Intelligence & Best Practice deviendra un domaine « indispensable pour la gestion et le développement stratégique du groupe et des entreprises, à travers la maîtrise de la gestion de la connaissance du marché, des secteurs et des données générées, ainsi que pour la capacité de créer, développer et mettre en œuvre un modèle commercial dynamique qui offre un avantage concurrentiel futur précis. » Avec une vision fondée sur la nécessité de suivre le rythme de la transformation numérique, les nouveaux modèles économiques et la complexité que la nouvelle génération technologique apporte à l'environnement de l'entreprise, Júlio Rodrigues, qui dirige également la Direction des Systèmes d'Information, rappelle également l'urgence d'action sur « le développement et la mise en œuvre de la transformation numérique du groupe ».

Le vrai risque n'est pas de prendre des risques

Le secteur Risques et Conformité est un autre protagoniste de ce nouveau modèle : aux yeux de José Leite Faria, qui supervise la Direction Générale, ainsi que le secteur Actifs Immobiliers et les sociétés Amplitude Seguros et Sotkon, l'objectif principal du secteur Risques et Conformité est de « créer un processus qui permet au groupe et aux entreprises d'identifier et de comprendre les risques auxquels ils sont soumis. De cette façon, nous pourrions les identifier, les surveiller, les gérer et, si nécessaire, les atténuer ». José Leite Faria voit particulièrement le secteur de la Conformité comme un réel besoin, « en raison de la taille et de la dispersion géographique du groupe, ainsi que de l'évolution constante des obligations des entreprises. En centralisant cette responsabilité, nous garantissons des processus cohérents, efficaces, avec des priorités alignées. »

L'avenir est la seule limite

Ce qui est sûr c'est que toute transformation organisationnelle a comme toile de fond une énorme ambition de prospérité et de réussite pour l'avenir. L'agilité est le mot de prédilection pour tous les membres du Comité Exécutif lorsqu'on évoque ce qu'ils envisagent pour le futur de Nors : « ce modèle permettra une organisation plus créative, plus dynamique et plus agile. Dans le domaine des personnes, cela ouvrira un espace pour le développement de professionnels de plus en plus mondiaux, avec un sens du but plus engageant », a déclaré Rui Miranda.

Prenant le relais, José Leite Faria évoque « une organisation plus Nors », qui promet un sentiment d'appartenance qui puise dans la confiance définissant l'identité du groupe. Jorge Guimarães est d'accord - « être Nors signifie être une forte source de fierté pour les membres de l'organisation et une aspiration pour ceux sur le marché du travail. » Tomás Jervell fait référence à une stratégie d'évolution, de futur, de diligence : «

l'organisation précédente – très construite sur une logique de contrôle – remplissait sa fonction de manière exemplaire, mais les contextes changent et les organisations évoluent. Le moment est venu de donner plus de puissance aux entreprises et au groupe, en rendant les décideurs plus autonomes et l'organisation plus agile et efficace. »

La seule certitude que nous pouvons avoir, dans n'importe quel moment que nous traversons dans la vie, est que le changement fera partie du voyage. Sans frontières ni barrières, cette nouvelle phase de la vie de Nors n'est qu'une étape de plus dans cette histoire de croissance et de renforcement permanents – avec la détermination de toujours.





nouvelles
Nors

AgroNew : la réponse positive de l'agrobusiness à une pandémie mondiale

La situation actuelle était, pour de nombreuses entreprises et secteurs, un moment de recul ou d'immobilité. Il y eut cependant (et heureusement) quelques exceptions. AgroNew a su profiter de l'impulsion du secteur agro-alimentaire – l'un des domaines les moins touchés économiquement par la pandémie – pour reprendre sa croissance et renforcer la confiance de ses partenaires commerciaux.

L'impact positif ressenti par le secteur a été étroitement lié à la nécessité d'élargir l'offre des commodities, à l'échelle mondiale, ainsi que l'augmentation constante de la demande dans le secteur alimentaire. Dans ce contexte, AgroNew a pu renforcer et réactiver d'anciens partenariats, augmentant à la fois ses ventes et ses principaux indicateurs de performance. Il est important de souligner que, sans le dévouement et le travail acharné d'une équipe hautement préparée et qualifiée, la réactivité dont fait preuve l'entreprise n'aurait pas été possible.



AgroNew se démarque dans le nord-ouest de São Paulo

AgroNew a entamé 2021 du bon pied, commençant l'année avec des ventes et des livraisons substantielles dans le secteur agro-industriel au nord-ouest de São Paulo, au Brésil. Les excellents résultats présentés et les prévisions pour une année prospère sont le résultat de l'excellent service et de l'investissement dans la relation avec les clients et les partenaires que l'entreprise a si bien cimenté au fil des ans.

Le rôle d'AgroNew a été prépondérant dans la productivité des récoltes de la période 2021-2022 et les chiffres parlent d'eux-mêmes : l'entreprise a fourni 6 récolteuses de canne à sucre de la nouvelle série A9900 Austoft à Colombo Agroindustrial, 28 unités de la série A8800 aux usines COFCO International, Nardini Agroindustrial, Alcoeste Açúcar e Alcool et USL – Usina São Domingos, ainsi que 10 tracteurs de la ligne Puma à Nardini. Ceci a réitéré sa relation de confiance avec des partenaires du secteur du sucre et de l'alcool.



AgroNew : une solution pour chaque étape de l'agriculture

Afin que toutes les étapes de l'agriculture – de la plantation à la récolte – maximisent leurs niveaux de productivité, il est essentiel d'utiliser des équipements de qualité. Quelle que soit l'activité agricole, Case IH, marque commercialisée par AgroNew, propose un système complet de solutions pour accompagner les producteurs du début à la fin de leur journée de travail, les aidant à faire face à tous les défis qui leur sont imposés dans leurs tâches quotidiennes.

Les clients Adriano et Marcelo Gasparino, de Pontes Gestal, municipalité de l'État de São Paulo, peuvent le confirmer : ces partenaires ont acquis auprès d'AgroNew Votuporanga un ensemble de machines comprenant la planteuse Case IHEasy Riser 3211, le tracteur Case IHPuma 215 et la nouvelle moissonneuse-batteuse Case IHAxial Flow 4150. Cet investissement dans des équipements de haute précision et de puissance, avec de faibles coûts de maintenance, permettra à ces producteurs d'augmenter leurs revenus de manière exponentielle et dynamique qui se traduira par de meilleurs résultats pour l'entreprise.



Auto Sueco Automóveis offre des véhicules miniatures à l'hôpital de Cascais

Auto Sueco Automóveis a offert à l'hôpital de Cascais deux véhicules miniatures des marques Jaguar et Land Rover, destinées aux enfants jusqu'à 3 ans.

Afin de reconnaître et de contrebalancer le contexte de grande fragilité sociale et émotionnelle que nous avons vécu, Auto Sueco Automóveis a promu cette action dans le but de transmettre un message d'encouragement et d'espoir, présent dans les mots de Jaguar Land Rover, une des marques qu'elle représente : « Nous avons toujours cru qu'il fallait aller plus loin – et cette philosophie n'a jamais eu autant de sens qu'aujourd'hui. Nous avons traversé des moments difficiles, mais ensemble, nous pouvons et nous allons les surmonter. »

Avec l'offre de ces petits véhicules, décorés du message de la marque, il a été possible d'apporter une parole d'espoir concernant l'avenir, à la salle

d'attente pédiatrique de l'hôpital de Cascais, matérialisant l'envie que nous avons tous de nouveaux voyages, riches en émotions et en belles opportunités.

Aujourd'hui, le monde vit un moment sans précédent et Auto Sueco Automóveis pense que ses actions et ses messages, aussi petits qu'ils soient, peuvent aider à le surmonter. C'est avec cet esprit de résilience et de collaboration que nous irons, ensemble, vers un avenir émouvant.



Auto Sueco Portugal célèbre les 50 ans de la concessionnaire de São João da Talha

Depuis de nombreuses années, Auto Sueco Portugal et son réseau de concessionnaires ont tenu la promesse de trouver les meilleures solutions de mobilité, répondant aux besoins et aux attentes de ses clients. La concessionnaire de São João da Talha ne fait pas exception : elle fête cette année ses 50 ans de service après-vente, avec un devoir d'engagement et d'orientation du client bien ancré dans ses origines.

Depuis 1971, la concessionnaire de São João da Talha honore sa devise – 50 ans d'histoire, marqués par des relations solides et de confiance avec ses clients. Cette célébration n'est possible que grâce à l'investissement continu dans un groupe d'employés hautement spécialisés, qui combinent une énorme capacité de résolution de problèmes avec une attitude humaine et transparente, même dans les situations les plus complexes - des professionnels qui représentent l'entreprise avec rigueur, disponibilité et sérénité.

Félicitations à toute l'équipe !



« Faits pour vous », la nouvelle génération de camions Volvo Trucks

Auto Sueco Portugal vient de lancer la nouvelle génération de camions Volvo, axée sur la maximisation de l'expérience du conducteur, tant en termes de sécurité et de confort qu'en termes de productivité. C'est un moment historique pour Volvo, car c'est la première fois que la marque lance quatre nouveaux camions : les Volvo FH, FH16, FM et FMX, avec la signature « Faits pour vous ». Les premiers exemplaires de la gamme circulent déjà sur les routes portugaises.

La nouvelle série propose différents modèles de cabines qui peuvent être optimisés selon les préférences et les besoins du conducteur. Si dans les camions pour le transport long-courrier la cabine est souvent la résidence secondaire du conducteur, dans les camions pour le transport régional, la cabine sert plus souvent de bureau mobile. Dans le secteur de la construction, en revanche, les camions sont considérés comme

des outils de travail robustes et pratiques, les clients recherchent donc des configurations capables de répondre à ce même principe. Ainsi, la visibilité, le confort, l'ergonomie, le niveau sonore, la maniabilité et la sécurité ont été des mots d'ordre fondamentaux qui ont inspiré le développement des nouveaux modèles présentés par Volvo. L'extérieur du véhicule a également été repensé, reflétant les caractéristiques techniques de ces nouveaux camions et créant un design globalement plus attrayant.



Auto Sueco Portugal lance une nouvelle plateforme de gestion des activités commerciales

Auto Sueco Portugal est déjà dans la phase finale de mise en œuvre de la nouvelle plateforme de gestion de son activité commerciale, appelée MAC 2.0.

Avec cette nouvelle plateforme, il est possible de centraliser un ensemble pertinent d'informations que l'entreprise possède sur ses clients, répondant à leurs besoins et intérêts de manière personnalisée et dans le timing le mieux adapté au contexte commercial.

L'utilisation de cette plateforme permettra l'accès à plus d'informations sur les principales tendances du marché, en accompagnant les équipes commerciales pour optimiser leurs procédures de gestion et définir les meilleurs moments de contact avec leurs interlocuteurs, en adaptant l'approche au profil de chaque client. Cette méthodologie permettra d'identifier de nouvelles opportunités d'affaires, jusqu'alors ignorées par

manque d'informations structurées et segmentées selon les objectifs de l'entreprise.

Ainsi, on s'attend à ce que l'activité commerciale devienne également l'expression d'une plus grande efficacité opérationnelle, avec des avantages sans équivoque pour les clients, lors de chaque contact avec Auto Sueco Portugal.



Galius renouvelle des véhicules pour un service d'assistance routière 24h/7

Le service d'assistance routière de Galius 24h/24 et 7j/7 a été renouvelé et compte désormais trois nouveaux Renault Masters, parfaitement adaptés aux besoins de la gamme Renault Trucks actuelle.

Le service, disponible 24h/24 et 7j/7, en plus de ces véhicules neufs, comprend :

- Des ressources et des systèmes adaptés à un plus large éventail d'interventions routières, y compris des équipements de diagnostic connectés en permanence aux systèmes de la marque ;
- La synchronisation continue avec les systèmes de géolocalisation 24h/24 et 7j/7 de la plateforme, pour une synchronisation totale entre toutes les parties impliquées, maximisant l'efficacité des interventions.

Les nouveaux véhicules sont prêts à assister n'importe quel véhicule Renault Trucks dans les plus brefs délais. Cet engagement reflète la volonté de Galius de fournir des technologies innovantes pour les systèmes et équipements, en plus du développement continu des compétences techniques de son équipe. Ainsi, l'entreprise dispose de toutes les conditions pour répondre aux attentes de ses clients à travers un excellent service, proche et disponible, garantissant la rentabilité maximale de son opération.



Le projet "REUSE" d'AS Parts promeut la collecte et la réutilisation des emballages en carton

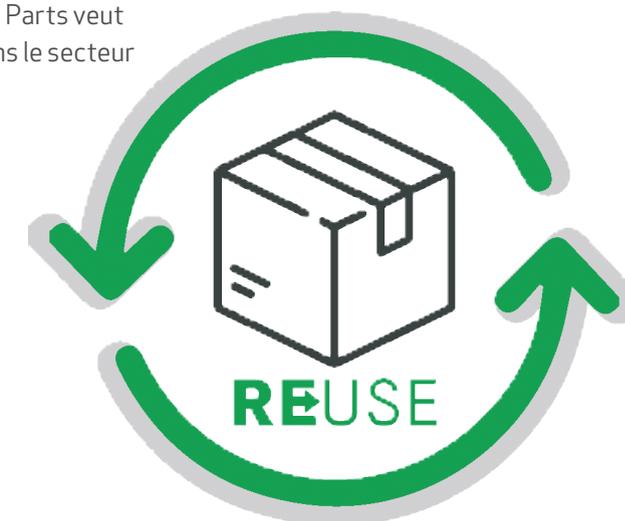
Le projet REUSE a été créé avec l'objectif de permettre la réduction des déchets et de promouvoir un comportement plus durable, dû à la forte consommation de ressources dans les emballages utilisés pour expédier les pièces.

Ainsi, le projet a eu pour point de départ la collecte des cartons usés des clients des marques AS Parts et OneDrive, qu'ils aient été utilisés lors de leurs achats des marques associées ou non.

La prochaine étape du projet vise à réduire le plastique dans l'entrepôt dans le processus d'emballage des commandes. Pour cela, le projet veut faire du remplissage avec du papier produit avec des restes de cartons, provenant de boîtes qui ne sont plus en état d'être réutilisées.

Tous les clients qui soutiennent l'initiative contribueront à la plantation d'arbres, réalisée avec les économies résultant de la réutilisation et de la réduction des ressources dans les commandes d'expédition.

Avec cette action, encore en développement, AS Parts vise à réduire son impact environnemental causé par l'activité de ses marques. AS Parts veut avoir un rôle plus durable dans le secteur de l'*aftermarket*.



Après un an d'activité, KinLai fait ses débuts dans le marché des *pick-up*

Si 2020 a marqué le début de l'opération de KinLai, 2021 marque son entrée sur le marché des *pick-up*.

Le Dongfeng Rich 6 arrive en Angola, étant une joie pour les amoureux de la nature et s'affirmant comme une option à la hauteur des besoins d'un travail nécessitant un équipement plus fort et avec meilleure *performance*.

Lancé sous le slogan « Confiance entre vos mains », ce *pick-up* a 160 ch de puissance et un couple de 380 Nm, avec un style et *design* irrévéréncieux qui répondent aux profils les plus aventuriers.

Préparé pour une utilisation intensive par les clients, le Dongfeng Rich 6 est équipé d'un grand coffre, d'une capacité de plus de 800 kg, capable de répondre aux exigences d'efficacité et de s'affirmer comme la nouvelle alternative pour KinLai en Angola.



Auto Sueco São Paulo atteint un record historique en après-vente en 2021

Malgré les difficultés toujours présentes causées par la pandémie, l'année 2021 a commencé avec d'excellents résultats dans le domaine de l'Après-Vente d'Auto Sueco São Paulo. En mars, la société a atteint 20,3 millions de Reais en volume de facturation, ce qui représente un record de ventes historique et la première fois que la barre des 20 millions a été dépassée. En avril, Auto Sueco São Paulo a continué d'optimiser sa performance et atteint un nouveau record : la facturation quotidienne, qui dépasse les 950 000 reais. Au cours du même mois, la société a enregistré une croissance de 29% par rapport à l'année précédente.

Les attentes pour les mois à venir restent positives et ambitieuses. L'équipe d'Auto Sueco São Paulo reste préparée et attentive pour profiter de toutes les opportunités possibles!



Femmes au volant : un client d'Auto Sueco São Paulo reçoit un Volvo FH rose

Raça Transportes, client d'Auto Sueco São Paulo, travaille sur l'élaboration d'un programme interne pour l'embauche de femmes conductrices. Aujourd'hui, l'équipe compte déjà quatre femmes, conductrices de poids lourds, notamment de chargements partiels. Cependant, l'entreprise vise à augmenter de manière significative le nombre de femmes conductrices, en recherchant, en permanence, des candidates.

Cette année, à l'occasion de la Journée internationale de la femme, l'homme d'affaires Façal Murad Filho, PDG de l'entreprise, a fait un upgrade au camion conduit par l'employée de 38 ans, Mere Dieme, qui travaille chez Raça Transportes depuis 2018. La conductrice, qui conduisait jusqu'alors un modèle Volvo FH 2019 avec un moteur de 460 ch, a reçu de Feisal Filho les clés d'un Volvo FH avec zéro kilomètre. En son honneur et celui de ses collègues, le véhicule a été peint en rose.

Raça Transportes est l'un des leaders brésiliens dans la prestation de services logistiques, voulant se concentrer sur l'intégration du nord et nord-est du pays. Cette entreprise dispose actuellement de 630 unités. Entre 2018 et 2020, l'entreprise a acquis 90 camions des lignes F et VM d'Auto Sueco São Paulo.



Nors met en œuvre un modèle pionnier de suivi des cas positifs de Covid-19 au Brésil

En 2020, le Brésil a connu une augmentation exponentielle du nombre de cas identifiés et de victimes de la Covid-19. Conscient de l'impact potentiel sur la santé de la population, le Comité Covid de Nors Brasil, équipe formée dans le but de suivre l'évolution de la pandémie dans les entreprises de la Région, a décidé de mettre en place, en septembre 2020, un modèle de dépistage et de suivi de tous les cas.

Ce modèle de travail est réalisé par un coordinateur de médecine du travail et un psychologue, qui s'entretiennent avec chaque employé infecté et essaient de comprendre comment ils ont contracté la maladie, en identifiant les éventuels contacts internes et externes à l'entreprise. De plus, ils créent des conditions pour que d'autres mesures préventives soient prises – cel peut concerner l'observation ou l'isolement des autres salariés, la demande de dépistage isolé ou l'ensemble de l'équipe de contact, voire la désinfection de zones

ou d'unités de travail entières. Les mesures nécessaires sont prises au cas par cas en fonction des informations de dépistage.

Après l'autorisation de sortie de l'hôpital par le médecin privé ou l'assurance maladie, une évaluation est également réalisée par le coordinateur de la médecine du travail, afin de s'assurer que le retour au régime présentiel se fera en toute sécurité pour tous : tant pour le salarié en question que pour les autres membres de l'équipe de travail et les clients.

D'autre part, il est important de souligner que l'objectif principal du travail est toujours de soutenir le salarié qui, même avec des symptômes légers, a souvent peur de l'évolution de la maladie. Avec ce suivi quotidien, il est possible d'apporter une plus grande stabilité émotionnelle. Ce suivi permet également d'identifier les possibles cas dans lesquels l'employé nécessite d'une assistance plus étroite : il faut le guider et le soutenir le cas échéant.



Le Comité a reçu de nombreux commentaires positifs de la part des salariés suivis et, à ce jour, aucun cas ayant connu un impact plus grave n'a été identifié. Proximité, diligence et dévouement ont été les mots clés adoptés quotidiennement par cette équipe qui, avec l'esprit de mission qui caractérise Nors, a cherché à surmonter les défis que le contexte actuel nous a amené.

Sotkon installe plus de 15 conteneurs à déchets à Santa Cruz de La Palma

Sotkon a installé 15 conteneurs exclusifs pour le tri sélectif des déchets sur l'Avenida Marítima à Santa Cruz de La Palma, à Tenerife, aux îles Canaries. Avec l'installation de ces systèmes, la municipalité de Santa Cruz de La Palma entend augmenter la capacité de collecte des déchets de papier, de plastique et de verre dans l'une des zones les plus touristiques de la capitale.

Les systèmes choisis ont été les points de collecte Ikon et Ikonic de 550 mm de diamètre, des modèles qui permettent une parfaite intégration dans l'espace environnant. Il s'agit de la première phase d'un projet pionnier qui prévoit de doubler la quantité de déchets sélectifs collectés dans la région de Tenerife.



Strongco : Volvo lance le Programme Pilote de E-Mobilité au Canada

La nouvelle pelle compacte électrique ECR25 de Volvo apporte le « monde meilleur » des véhicules électriques à l'industrie des équipements de construction. Renforçant l'engagement de Volvo en ce qui concerne l'électrification de ses modèles, l'ECR25 est le début d'une nouvelle gamme d'équipements électriques compacts récemment lancée par la marque. Le lancement de la chargeuse sur pneus compacte L25 est également prévue pour le deuxième trimestre 2022.

Pour aider au lancement de la nouvelle gamme d'équipements électriques et augmenter la demande de ces modèles sur le marché, Volvo a choisi le Département des Équipements de Construction de Strongco à Ontario, au Canada, comme l'un des trois principaux concessionnaires Volvo en Amérique du Nord pour participer au Programme Pilote de E-Mobilité de Volvo. « C'est une opportunité émouvante pour Strongco de présenter et de promouvoir cette technologie innovante auprès de ses clients et partenaires », a déclaré Paul George, vice-président régional du Département CE de Volvo à Ontario.

Le projet comprend la formation et certification technique des employés de Strongco ainsi que l'attribution, en juillet de cette année, d'une pelle compacte électrique ECR25, qui sera transportée sur les chantiers de différents clients de la région pour des démonstrations de produits. Le feedback des clients sera collecté et partagé avec Volvo et, par la suite, promu par le biais de campagnes publicitaires de la marque, favorisant la sensibilisation du marché à cette nouvelle technologie.

La technologie électrique offre plusieurs avantages aux équipements de construction, tels que le fonctionnement silencieux et le confort de l'opérateur : des avantages qui sont combinés à un paradigme de zéro émissions. L'ECR25 dispose d'un système hydraulique précis qui allie le design compact à l'efficacité énergétique et peut être utilisé pour n'importe quel défi, y compris les utilisations intérieures, telles que la préparation technique des sous-sols et la démolition des bâtiments.

Alors que le monde évolue vers un avenir plus prometteur et plus durable, l'équipe de recherche et développement de Volvo Construction Equipment est là pour aider à construire le monde futur dans lequel nous voulons tous vivre.



we are personal

Nous incarnons vraiment notre héritage familial. Cet héritage nous permet de croire encore plus facilement que notre équipe est la famille Nors – qui fait de nous un groupe capable d'unir nos façons de faire habituelles à une vision prometteuse pour l'avenir.



Mission: Travailler à distance



La pandémie qui a touché le monde en 2020 a entraîné la généralisation d'une nouvelle réalité pour la plupart de la population : le télétravail. Les entreprises et les travailleurs ont inévitablement dû s'adapter à la réalité du travail à distance, ce qui a nécessité un changement majeur, tant en termes de logistique qu'en termes de gestion de la productivité.

Partout dans le monde, nous voyons différentes manières de faire face à la "nouvelle normalité": des entreprises qui ont immédiatement et rapidement assuré que leurs employés disposaient de toutes les conditions nécessaires pour travailler à domicile, même celles qui, encore aujourd'hui, restent attachées à la nécessité du présentiel –voir et être vu. Cependant, avec plus ou moins d'impact, nous avons tous fini par ressentir l'effet du travail à distance. Et, au sentiment d'insécurité qui nous touche encore aujourd'hui, s'ajoute un défi auquel peu étaient préparés : l'effacement des frontières entre vie personnelle et vie professionnelle.

Quels sont les points communs entre Sandra Gonçalves, Rogério Vita et Lorraine Daymond, respectivement les Directeurs Opérationnels des Ressources Humaines au Portugal, au Brésil et au Canada et Ana Santos, Responsable du Centre de Développement des Compétences et Communication Interne Nors Angola?

Ils ont tous été au premier rang lorsqu'il s'est agi de préparer les équipes Nors à la nouvelle réalité du travail qui a émergé. Malgré la distance considérable – géographique et culturelle – durant la période de pandémie, ils sont restés unis à ce qui compte le plus : la priorité qu'ils accordaient à la sécurité et au bien-être des salariés.

La mise en œuvre fait la force

Comme nous l'a expliqué Sandra Gonçalves, au Portugal, Nors a été l'une des « premières entreprises à mettre en place le télétravail » face à la pandémie, avant même qu'il n'y ait une réglementation obligatoire à cet égard. Le changement en a surpris plus d'un, car cela exigeait le maximum de chacun : tout s'est passé « du jour au lendemain ».

Ana Santos, qui représente la réalité de Nors en territoire africain, plus précisément en Angola, a témoigné que, là aussi, la « mise en œuvre s'est faite du jour au lendemain ». Compte tenu de plusieurs limitations techniques, les « employés étaient organisés en équipes », avec toutefois des directives spécifiques pour les employés des groupes à risque, qui étaient immédiatement dispensés du travail en présentiel - on parle, par exemple, d'employés avec plus de 60 ans, souffrant de maladies chroniques, avec des enfants jusqu'à 5 ans ou des femmes enceintes.

Au Brésil, la réalité était différente, comme le partageait Rogério Vita : « nous avions entre 7 et 15 jours pour effectuer la transition, car, au départ, le télétravail n'était pas obligatoire. Ce n'est qu'en 2021

que le télétravail est devenu obligatoire à São Paulo », dit-il, exaltant l'hétérogénéité de la réalité brésilienne, dans laquelle « chaque État a sa propre loi ».

En territoire canadien, la réalité est tout aussi différente, selon le témoignage de Lorraine Daymond qui ajoute qu'au Canada également, la mise en place du travail à distance « s'est faite par étapes », de formes variées, ceci dit, selon les orientations et normes de chaque province, qui sont différentes.

Les personnes et les numéros

Tout le monde sait que Nors est une entreprise à forte vocation humaine, ayant précisément comme priorité la protection de ses employés - même dans les moments les plus difficiles pour l'entreprise. Le positionnement de l'organisation a été reconnu mondialement par les employés : Sandra Gonçalves et Rogério Vita ont été témoins de ces remerciements, déclarant que « les employés ont beaucoup apprécié la performance et l'agilité de l'entreprise ». Malgré une période de peur et d'inquiétude, c'était très réconfortant pour les Norvégiens de savoir que leur santé, pour le groupe, était toujours en



Andressa Ferrara



Monise Mota



Lorraine Daymond avec Melina Palaskas et Kaveh Moradi

premier lieu. Cependant, et compte tenu du scénario imminent de paralysie économique, une certaine inquiétude quant à la performance individuelle était également visible, dans une période aussi atypique.

Sandra Gonçalves précise que, « malgré le manque de données chiffrées pour le prouver », elle estime qu'il n'y a pas eu de baisse de productivité de la part des équipes. Cette opinion est partagée par Rogério Vita, qui a ajouté qu'en général, la productivité a été maintenue - "sur le plan individuel, comme auparavant, il a été vérifié, qu'oui, il y a des personnes performantes et d'autres peu performantes".

D'autre part, et en raison des circonstances opérationnelles, Ana Santos a pu constater qu'en territoire

africain « deux scénarios coexistaient : des salariés qui, par faute de conditions (notamment des problèmes comme le manque d'internet) ont ralenti leur productivité », et des employés ayant accès à des outils numériques qui « ont réussi à augmenter la productivité, puisque, chez eux, ils ont pu travailler sans interruption ».

Pour des grands défis, des grands collaborateurs

L'histoire de Nors est faite de défis et ce changement brutal du modèle de travail a une nouvelle fois mis à l'épreuve la résilience de toute l'équipe.

En plus de tous les problèmes logistiques auxquels il a fallu s'adapter, comme les zones dans lesquelles il est difficile d'assurer l'accès à Internet ou

à d'autres supports technologiques, les équipes des Ressources Humaines étaient en état d'alerte permanent sur l'ensemble de législation publiée officiellement. Selon Rogério Vita, le travail d'analyse bureaucratique était très exigeant.

De plus, comme l'a mentionné Lorraine Daymond, l'instabilité a été l'un des plus grands défis rencontrés. « Au début de la pandémie, nous avons suivi les directives provençales, cependant, sachant que les provinces déclaraient le confinement et la réouverture à des moments différents, selon le nombre de cas Covid-19, l'entreprise a décidé d'arrêter le changement constant entre le travail en présentiel et à distance afin de trouver une meilleure solution pour les collaborateurs. »

Pour cette raison, au Canada, il a été décidé de placer tous les collaborateurs éligibles en régime de télétravail permanent jusqu'au 5 juillet 2021, leur garantissant ainsi une « certaine stabilité ».

D'un autre côté, les employés ayant des enfants encore scolarisés ont également vécu des moments très difficiles. Concilier travail quotidien et accompagnement des enfants a été une tâche ardue, avec un impact considérable sur le bien-être général des salariés, comme l'a souligné Sandra Gonçalves.

Même en matière de santé mentale, les structures opérationnelles des Ressources Humaines ont remarqué certains points sensibles. « Vu que les collaborateurs n'ont pas à se déplacer, ils ont commencé à travailler plus tôt et, à la fin de la journée, il n'y avait plus une réelle heure de fin de travail, donc les employés avaient tendance à faire plus d'heures », ce qui, selon Lorraine Daymond, peut contribuer aux questions d'équilibre entre le travail et la vie personnelle. Rogério Vita a ajouté que "le manque d'interaction et le manque de socialisation" ont également contribué à porter certains salariés à un niveau de saturation très élevé. Selon Ana Santos, « voir et ressentir les gens » s'est avéré plus important que jamais et c'est indispensable de penser à des moyens alternatifs de garder les employés proches et en contact avec la culture de l'entreprise, même s'ils sont physiquement distants. Interrogés sur les fonctions de gestion, tous les

participants ont convenu que c'est très important de former les dirigeants de l'organisation aux défis de ce nouveau modèle, en les aidant à trouver de nouvelles façons d'atteindre les gens. En ce sens, et comme le mentionne Lorraine Daymond, la façon dont le travail est évalué doit également changer, les gérants doivent comprendre qu'ils ne peuvent pas contrôler la façon dont un collaborateur gère son temps à la maison. C'est pourquoi il faut se focaliser sur les résultats effectifs du travail et non pas tant les enjeux liés à l'allocation des heures quotidiennes.

il faut changer le paradigme de l'évaluation du travail, « devenir de plus en plus important pour analyser les résultats effectifs du travail » et non pas tant les enjeux liés à l'allocation des heures quotidiennes.

D'abord c'est étrange, mais ensuite enraciné

Même aujourd'hui, ce n'est pas certain que le télétravail soit là pour rester. Cependant, nos interlocuteurs ont pu souligner facilement plusieurs avantages du travail à distance.

Premièrement, il y a la question du gain de temps et de la réduction des coûts. Dans les pays où le temps consacré aux trajets domicile-travail peut être dramatique, la possibilité de travailler à distance s'accompagne d'un gain de qualité de vie très important. Les employés ont pu utiliser ce temps libre

« Ce système a contribué à « humaniser la relation avec les collègues, puisqu'il a brouillé la frontière entre les éléments personnels et professionnels de la vie des salariés. »

Ana Santos



pour se consacrer à d'autres activités de leur intérêt, pour passer plus de temps de qualité avec leur famille ou dans leurs tâches personnelles et leurs loisirs.

En revanche, ils sont tous d'accord pour dire que ce système a contribué à « humaniser la relation avec les collègues, puisqu'il a brouillé la frontière entre les éléments personnels et professionnels de la vie des salariés ». Ana Santos a également ajouté qu'au cours de cette période, le « caractère humain et authentique des employés » a été souligné puisqu'en partageant l'intérieur de leurs maisons, ils sont désormais vus comme « des personnes avec des habitudes et des routines normales, et pas seulement comme des professionnels ».

Comme l'évoquait Rogério Vita, le télétravail est également venu « détruire certains paradigmes ». Par exemple, la forte « résistance aux réunions virtuelles » s'est avérée fautive – de nos jours, c'est une pratique normale et qui apporte même certains avantages, « contribuant à des sessions plus productives ».

Un regard vers l'avenir

Interrogés sur les modèles à adopter à l'avenir, les représentants de différents pays ont répondu à l'unisson : le système idéal passerait par une logique hybride.

Lorraine Daymond a assuré que « les gens veulent du travail à distance, mais pas complètement ni définitivement. Il est également très important que la personne se réveille et sente qu'elle va quelque part ». À ça, Ana Santos a ajouté que « l'avenir passera par un système mixte, et il serait important que cette solution fasse partie de la culture de Nors ».

La période de la pandémie a révélé que le télétravail est possible, et qu'il peut se traduire par de nombreux avantages. Cependant, l'éloignement des travailleurs de la culture d'entreprise, les contraintes techniques et les difficultés de socialisation rendent insuffisant un modèle exclusivement distant. D'un autre côté, un système basé sur un « présentiel » inflexible apparaît déjà comme une réalité dépassée qui viendrait effacer de nombreux acquis obtenus ces derniers mois.

Nous ne savons pas quelles surprises (bonnes ou mauvaises) l'avenir nous réserve, mais nous savons que la pandémie a apporté une toute nouvelle réalité en termes de gestion des ressources humaines. Et nous savons que, comme toujours, Nors pourra compter sur son personnel pour relever tous les défis qui se présenteront.

« L'ange gardien » du Centre Ouest

À quoi ressemble une journée dans la vie d'un technicien d'atelier ? Réparer les pannes électriques, changer les filtres, vérifier les suspensions, remplacer les pompes à eau, réparer les embrayages, conseiller les clients... Des tâches qui nous transportent facilement à une journée ordinaire dans n'importe quel atelier. Mais le quotidien de Valdivino Duarte n'a rien de commun – ce collaborateur est ce que l'on peut appeler « l'ange gardien » de Poconé.

Valdivino est technicien d'atelier chez Auto Sueco Centro Oeste depuis environ 11 ans, mais ce n'est qu'il y a trois ans qu'il a relevé ce nouveau défi : « atelier volant ». Le concept est d'assurer une assistance mécanique in loco : au lieu que les clients se rendent chez le concessionnaire, c'est ce dernier qui vient à eux – littéralement. Ce service personnalisé empêche de nombreux partenaires – notamment ceux qui parcourent des longues distances, sur des routes qui ne sont pas toujours en bonnes conditions – de ne pas renoncer à la compagnie et à l'aide de Valdivino, qu'ils considèrent déjà comme faisant partie de la famille. Le travail de Valdivino a d'ailleurs permis aux industries de la région d'augmenter leurs flottes, précisément parce qu'on leur propose un service personnalisé et sans les contraintes du déplacement. Cependant, pour l'employé, ce concept peut signifier devoir se déplacer à plus de 200 kilomètres de son domicile.

L'une des principales destinations de Valdivino est une mine d'or à ciel ouvert, dans la région de Poconé, détenue par Cangas II Transportes. Il s'agit de la région du Mato Grosso, dévastée chaque année par trois mois de pluie et neuf mois



Lizangela Furtado



Valdivino Duarte

de sécheresse – des conditions qui se reflètent dans le mauvais entretien des routes et des accès. Là-bas, les protagonistes sont de gros camions Volvo FMX (6x4) de 40 tonnes, qui transportent le minerai sur un trajet de 5 kilomètres jusqu'au lieu d'extraction de l'or. Cependant, malgré le court trajet, ces camions transportent des charges supérieures à leur propre poids, c'est pourquoi ils ont souvent besoin d'assistance. L'entretien le plus dangereux et le plus difficile concerne les pannes électriques, bien qu'elles ne se produisent pas régulièrement. Ceci dit, les changements de filtres et pompes à eau et la vérification de suspensions et d'embrayage sont assez réguliers.

Le métier de Valdivino ne se limite pas à la réparation mécanique : la proximité qu'il entretient avec ses clients éveille en lui un côté consultant et conseiller. Lorsqu'il se rend compte que la conduite d'un certain véhicule nécessite une intervention, au risque d'endommager les essieux, les roues ou les pneus du camion, il est prêt à garantir une sorte de formation « informelle » au client sur la meilleure façon de conduire le véhicule, augmentant ainsi la performance de l'équipement. C'est certainement l'une des raisons pour lesquelles Valdivino entretient une relation aussi étroite avec ses clients. De plus, il essaie toujours de s'adapter à son emploi du temps et à ses besoins : si le client commence la journée de travail à six heures, finit à six heures et prend une pause

déjeuner d'une heure, Valdivino fera de même. Selon lui, c'est toujours une question de confiance : puisque les sociétés minières travaillent avec des équipements et des produits coûteux, obéir à leurs horaires de travail est un signe de respect. Bien que les conditions de travail ne soient pas toujours les plus satisfaisantes, surtout lorsqu'on parle d'endroits éloignés, Valdivino trouve toujours des moyens de s'adapter, ce qui renforce la relation avec les clients. Les avis qui parviennent à l'équipe sur le service ne pourraient pas être plus positifs – et les clients sont assez catégoriques quand ils donnent leur avis ! Justement, Auto Sueco se raccroche à la mise à disposition d'assistance et d'aide, tant au niveau de la concession que de l'atelier mobile de Valdivino.

Le rôle qu'il exerce est particulier dans la région puisque c'est l'un des facteurs qui a permis la croissance de l'activité. La région de Poconé compte de nombreuses mines d'or (exploration minière) et la proximité qu'Auto Sueco Centro Oeste cimente avec les clients - matérialisée par la disponibilité à effectuer les réparations à l'heure demandée et à fournir une assistance par téléphone à tout moment - a contribué à la croissance et la mise en valeur des entreprises. De plus, le service fourni par Valdivino est absolument inégalé, aucune entreprise propose un service similaire.

Le service de l'atelier mobile a commencé avec Cangas Il Transportes, service qui exigeait beaucoup. Mais ceci a rapidement mené à l'augmentation du nombre de commandes et de demandes. La première étape consiste à se rendre sur place, à connaître le véhicule et à recueillir des informations sur son fonctionnement, sa durabilité et son entretien. À partir de là, Valdivino fournit non seulement une assistance aux grandes flottes de véhicules, mais favorise également les ventes avec d'autres clients de la région, devenant un lien de confiance entre les partenaires et la marque. On peut dire qu'il fournit un support client complet, dans son sens le plus pur et le plus fondamental.

C'est pour ces raisons qu'Auto Sueco Centro Oeste, représenté ici par Valdivino Duarte, est déjà considéré comme une famille par ses clients. Beaucoup ont même réussi à augmenter leur flotte de camions grâce à l'apparition du service « atelier volant » ! Les clients de Valdivino ont en moyenne dix à quinze camions, ce qui signifie que cet « ange gardien » du Centre Ouest passe une grande partie de la semaine loin de son autre famille : sa femme et ses enfants, qui l'attendent à Cuiabá.



Des stars comme Nous chez Nors

2020 a été une année d'exceptions, donc en 2021 on a doublement célébré !

Les We*Nors Awards visent à récompenser la contribution des collaborateurs à la réussite du groupe, dans les domaines d'activité les plus divers. L'événement annuel, qui couvre tous les pays dans lesquels Nors est présent, est l'occasion de remercier l'effort, le dévouement et le talent que ses équipes apportent à leur travail – chaque jour.

Lors de la cérémonie de remise des prix, qui s'est tenue à Europarque, à Santa Maria da Feira, les prix des éditions 2019 et 2020 ont été décernés. L'événement a été retransmis en direct à tous les collaborateurs se trouvant dans les quatre coins du monde. Les "stars" de tout l'univers Nors ont été célébrées sous différentes catégories: esprit d'équipe, orientation client, leadership, innovation, performance commerciale et la catégorie "être Nors". Même en respectant les distances, les gagnants brillaient comme des étoiles !





L'édition 2021 avait une telle dimension technologique que l'événement semblait à un programme « télévisé » international. Le nombre de pays, de langues et de personnes que cet événement a pu toucher ont démontré la capacité de Nors à organiser ce type d'événement. Les We*Nors Awards ont été diffusés via live streaming vers 10 pays avec interprétation simultanée en portugais, anglais et français. La transmission numérique de l'événement a permis, lors de la cérémonie, d'interagir avec les nominés et les lauréats de toutes les zones géographiques.



De plus, cette édition a eu la participation spéciale d'invités « de poids »! La scénographie de l'événement a mis en scène deux camions, une chargeuse et un bus, incarnant certains des domaines d'activité que comprend l'univers Nors.

Cependant, la préparation d'un événement de cette dimension et de cette complexité a commencé bien plus tôt, notamment avec la création de la nouvelle identité visuelle des We*Nors Awards, qui a nécessité une observation et une compréhension plus approfondies de ce que signifie réellement « être Nors ».

Partant du principe que les employés sont le plus grand atout de l'entreprise, le prix doit également refléter leur importance. La composition graphique de l'événement a été générée autour de l'élément astérisque – ou asteriskos, du grec ancien, signifiant « petite étoile ». L'étoile est un corps qui émane de la lumière et reste stable, prospère dans l'espace, et est donc la métaphore idéale pour représenter Nors et ses collaborateurs, qui travaillent chaque jour pour s'inspirer les uns les autres.



Tomás Jervell

« C'était très gratifiant de voir toute l'organisation impliquée dans cet événement mondial de Nors – surtout car on avait conscience du défi que cela représentait de récompenser à distance nos employés et nos équipes. C'est ainsi que nous voulons continuer à faire la différence : par le dévouement, la créativité, la transparence et le courage que nous mettons dans les activités quotidiennes de nos entreprises. Nous sommes, en fait, une organisation avec un caractère et une culture uniques ! »

Tomás Jervell

La catégorie weunite célèbre l'esprit d'équipe, car l'union fait la force qui anime les équipes de Nors.

Gagnants weunite 2019

Coordinateurs d'Auto Sueco Angola et Coordinateurs d'Entrepôt d'Auto Maquinaria



« Ce prix est de grande importance pour nos équipes, c'est un motif de fierté pour nous, car il représente la reconnaissance de notre travail. C'est aussi une source de grande satisfaction, car c'était un objectif de ces équipes lorsque nous avons commencé ce voyage en 2018. Il est la preuve que quelle que soit la situation géographique, quand nous sommes exigeants et professionnels, nous pouvons atteindre des niveaux d'excellence. Pour les équipes, c'est aussi un motif de grande responsabilité pour l'avenir, car le groupe Nors attendra toujours de nous des résultats identiques. Nous continuerons à travailler concentrés, avec humilité, esprit d'équipe et détermination, afin de continuer à nous améliorer au quotidien ».

Équipe de Coordinateurs d'Entrepôt Auto Sueco Angola et équipe de Coordinateurs d'Entrepôt Auto Maquinaria

Gagnants de weunite 2020

Equipe Auto Sueco Angola et Vitrum



« Ce prix démontre que, même dans des conditions défavorables, il est possible d'obtenir des affaires et des résultats conséquents grâce à la résilience et à la capacité de se réinventer et de maximiser les synergies intra-groupe. Nous remercions Auto Sueco Angola pour le partenariat – ce prix est aussi le leur. C'est aussi un motif de grande satisfaction de contribuer à la reconnaissance du parcours de Vitrum – en l'année de leur 10e anniversaire – et qui a eu ces 5 dernières années 4 nominations pour le prix we nors, dont deux victoires (2016 et 2020) ».

Équipe de Sueco Angola et Vitrum

La catégorie weinnovate montre comment le changement et la transformation font déjà partie de l'ADN de Nors.

Gagnant weinnovate 2019

Anderson Camargo (Auto Sueco São Paulo)



« Ce fut une immense satisfaction d'avoir été nommé parmi tant de projets en compétition. Avoir vaincu représente un immense bonheur et gratitude envers Nors, en ce qui concerne la reconnaissance du travail ».

Anderson Camargo, Auto Sueco São Paulo

Gagnant weinnovate 2020

Diogo Franco et Jorge Cosme (NewOneDrive)



« C'est avec une grande fierté qu'au nom de tous les employés de Newonedrive, je reçois ce prix. Ce furent des temps de changement assez compliqués, mais avec l'effort et le dévouement de chacun, nous avons réussi à y parvenir et nous essayons chaque jour d'innover et d'améliorer notre méthode de travail. Je vous remercie.

Jorge Cosme, Newonedrive

La catégorie wedeliver récompense les employés qui savent mieux que quiconque à quel point les clients sont une partie importante du succès.

Gagnant wedeliver 2019

Adriano David (Auto Maquinaria)



« Le prix est un réel honneur pour l'équipe d'Auto Maquinaria. C'est la reconnaissance du Groupe du chemin de réussite que l'entreprise a parcourue, pratiquement depuis sa fondation. C'est le corollaire de plusieurs autres récompenses internationales décernées à Auto Maquinaria tant par le groupe Nors que par Volvo CE, pour la croissance continue de son chiffre d'affaires ; le fait d'avoir été le meilleur vendeur de camions Volvo au monde en 2007 et plus récemment, en 2019, pour la plus grande croissance de vente de pelles hydrauliques dans le groupe de concessionnaires Volvo de notre région, en plus de sa culture de transparence et partenariat avec les clients. Une reconnaissance qui, d'une part, nous rend fiers et d'autre part, nous encourage à plus de responsabilité, dévouement et performance, en visant une amélioration constante

Adriano David, Auto Maquinaria

Gagnant wedeliver 2020

Tiago Baldo (Auto Sueco São Paulo)



« Remporter le prix We Nors est un moment unique dans ma carrière, il démontre la consolidation d'un parcours d'apprentissage et de croissance professionnelle. La joie et la satisfaction décrivent cette reconnaissance si spéciale pour mon parcours, je suis très fier de faire partie d'Auto Sueco São Paulo ».

Tiago Baldo, Auto Sueco São Paulo

La catégorie welead honore les vrais leaders du groupe, qui ne se contentent pas de montrer la voie, mais la parcourent avec leurs équipes.

Gagnant welead 2019

Gerhard Rossouw (Auto Sueco Namibia)



« 2019 a été une année de nombreux changements pour Auto Sueco Namibia ! Un nouveau directeur général, ainsi que des changements au niveau de la direction et des employés. 2018 a été une année particulièrement difficile pour Auto Sueco Namibia du côté financier. La compagnie naviguait « sans capitaine », sans le DG. 2019 a été l'année de changement pour l'entreprise, avec une nouvelle vision du leadership du marché et une organisation pérenne et rentable. L'entreprise a de nouveau assuré que nos valeurs fondamentales de « confiance dans la conduite » soient réaffirmées auprès des clients. En tant que DG, ma devise personnelle reste : « rien ne vaut un bon service ». Auto Sueco Namibia est aujourd'hui une entreprise spéciale avec un leadership solide, prête à faire face aux défis quotidiens et aux opportunités de l'avenir. Nous saluons nos clients et nos employés qui ont rendu tout ceci possible ! « Nous sommes en tête de la course ! »

Gerhard Rossouw, Auto Sueco Namibia

Gagnant welead 2020

João Vaz (Auto Sueco Angola)



« C'est un honneur et une immense fierté d'être récompensé dans la catégorie leadership. Un merci tout spécial au groupe Nors, dans tous ses départements, de faire en sorte qu'on ressente le plaisir et la joie de travailler dans cette famille. Cette reconnaissance n'est rien de plus que le résultat, en tant qu'équipe, d'Auto Sueco Angola ».

João Vaz, Auto Sueco Angola

La catégorie weperform met en valeur la performance de chacune des entreprises du groupe Nors.

Gagnant weperform 2019

Auto Sueco Moçambique



« Gagner ce trophée signifie pour Auto Sueco Moçambique la reconnaissance du travail, des efforts et du dévouement de toute l'équipe. D'autre part, cela signifie aussi plus de responsabilité, de motivation et d'esprit d'équipe, afin de répondre quotidiennement aux défis auxquels nous faisons face, de manière proactive et avec résilience, et pour honorer le nom Auto Sueco/Nors au-delà des frontières » !

Pedro Constantino, DOP d'Auto Sueco Moçambique

Gagnant weperform 2020

Auto Sueco Centro Oeste



« Heureux. C'est comme ça que je me définis. Mais heureux au pluriel – parce que le succès est une somme. Plus. Mon "équipe" est plus. C'est avec cette esprit que nous avons remporté ce prix que nous attendions tant. Nous sommes une équipe qui travaille, réalise et sourit ensemble. Je tiens à remercier la direction du Groupe et chaque employé de "notre" Auto Sueco Centro Oeste. Chacun est une pièce du puzzle que nous avons assemblé avec dévouement, compétence et responsabilité. La comparaison est parfaite car, on le sait, s'il manque une seule pièce, l'ensemble ne se forme pas. Et par ici, rien ne manque à ce puzzle parfaitement assemblé : atelier, vente, harmonie. Que d'autres défis arrivent, avec de plus en plus de pièces car nous sommes prêts ! Que de plus en plus de prix en résultent ! Vive le Mato Grosso, le Rondônia et l'Acre ! Merci ! La fierté nous définit ! »

Carlos Melnec, CEO da Auto Sueco Centro

Et pour terminer, la catégorie weare, qui récompense ceux qui incarnent le véritable esprit Nors et inspirent ceux qui les entourent à faire de même.

Gagnant weare 2019

Alice Clemente (Auto Sueco Portugal)



« Ce prix représente une reconnaissance qui provoque en moi un sentiment de gratitude, de fierté et d'émotion. Être Nors est une énergie qui se VIT... un "état" que j'ai vécu au fil des années. Cette récompense est motivante et inspirante. Ceci au sein d'une organisation composée d'humains : signe d'engagement et d'espoir, pour les plus jeunes ».

Alice Clemente, Auto Sueco Portugal

Gagnant weare 2020

Dave Pincivero (Strongco)



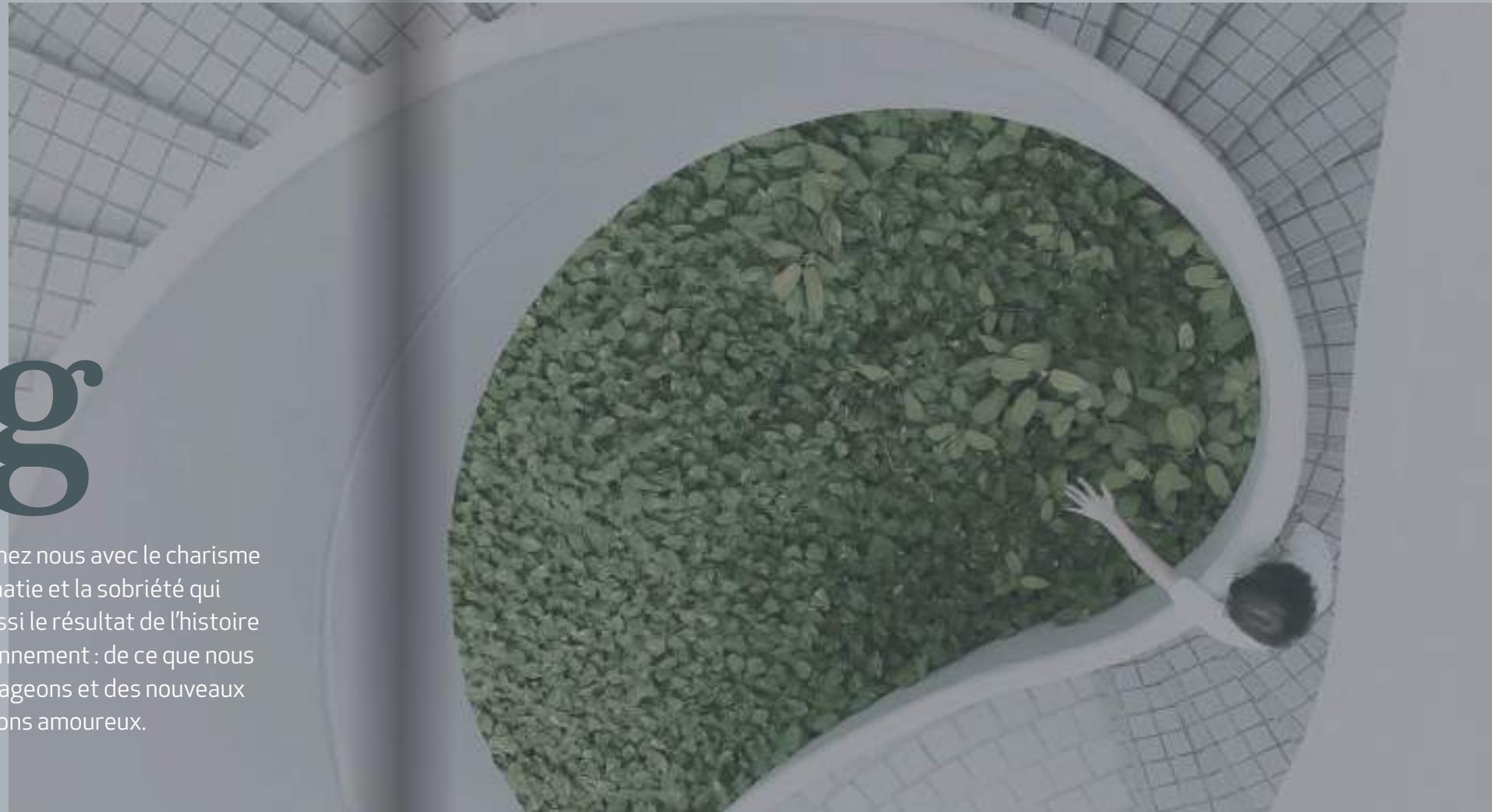
« Je me sens honoré et reconnaissant pour la nomination et pour avoir remporté le prix "weare". Travailler pour Strongco pendant 24 ans, et pour Nors cette dernière année a été une excellente opportunité. Je fais maintenant partie d'une entreprise de « première qualité » et une organisation internationale. Les équipes dirigeantes m'ont donné la liberté nécessaire pour apprendre et grandir dans ma carrière au fil des années. Je remercie mes collègues et mentors qui m'ont permis d'accélérer mon cheminement. J'attends avec impatience un nouvel avenir avec Nors ! »

Dave Pincivero, Strongco

L'ambition de continuer à aller de l'avant anime le cœur de Nors, il est donc temps de commencer à penser aux We*Nors Awards 2021. Tous les employés ont déjà fait un effort pour montrer leur talent, mais l'année est encore à mi-chemin et il est encore possible d'aller au-delà des attentes. Bonne chance pour l'année prochaine !

we are charming

Nous ouvrons la porte de chez nous avec le charisme de tout bon hôte. La diplomatie et la sobriété qui nous caractérisent sont aussi le résultat de l'histoire que nous écrivons quotidiennement : de ce que nous vivons, de ce que nous partageons et des nouveaux itinéraires dont nous tombons amoureux.





revue de presse

Ce qui se passe dans le monde, passe aussi par Nors.

Chaque jour, quelque part dans le monde, il y a une invention, une découverte ou une nouveauté qui a le potentiel de changer la réalité telle que nous la connaissons. Quel est réellement l'impact de ces innovations sur notre quotidien ?

Dans cette édition, gérée par Jorge Guimarães, COO du groupe Nors, nous parcourons le voyage de Nors, de son héritage jusqu'à sa destination. Nous nous sommes rendus au Brésil, l'une des zones géographiques dans lesquelles le groupe est présent, pour tout savoir sur la réouverture du Musée de la Langue Portugaise et les origines d'une des langues les plus parlées au monde. Nous faisons une brève escale dans le domaine des voitures à hydrogène, qui sont déjà une réalité aujourd'hui et, enfin, nous nous dirigeons vers les villes du futur, équipées d'intelligence artificielle et de réseaux 5G.



Jorge
Guimarães

COO du Groupe

Voitures à hydrogène – Le futur après le futur

A l'heure où le Portugal peine encore à répondre aux besoins d'un avenir 100 % électrique en matière de mobilité, il y a déjà ceux qui ont les yeux rivés sur la prochaine étape du futur : on parle de voitures à hydrogène.

Au Portugal, il y a encore un grand manque de connaissances sur cette technologie. Si c'est votre première lecture sur les voitures à hydrogène, ne vous inquiétez pas, vous ne serez certainement pas le seul.

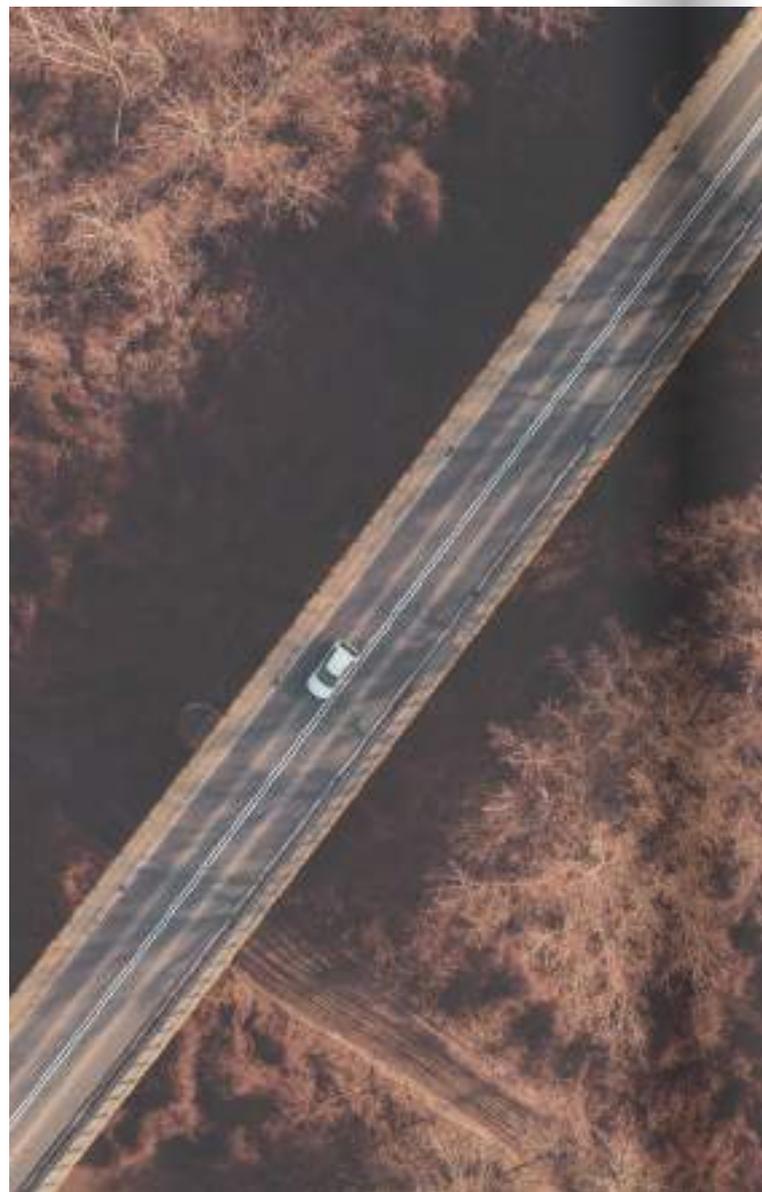
Les voitures à hydrogène, également appelées voitures fuel cell – ou piles à combustible – sont des véhicules électriques qui utilisent l'hydrogène comme source d'énergie. Au lieu de recharger leurs batteries connectées au secteur, on transforme l'hydrogène en électricité, directement dans le véhicule.

L'ensemble de fuel cells, montés en série dans la voiture, combinent l'hydrogène présent dans le réservoir de carburant du véhicule et l'oxygène prélevé dans l'environnement extérieur. Cette jonction produit une réaction qui, à son tour, est exploitée pour générer de l'énergie électrique

– cette énergie est ce qui alimente le moteur et charge la batterie de la voiture. Bien qu'ils aient également une batterie, celle-ci devient un élément considérablement plus petit, utilisé uniquement pour la phase de démarrage du véhicule et à des moments où la voiture doit atteindre des pics de puissance élevés.

Alors que l'oxygène utilisé dans le processus de production d'énergie est extrait de l'environnement, le véhicule à hydrogène devra être alimenté de carburant. Cependant, comme pour l'essence, le ravitaillement en hydrogène est simple et rapide.

Mais ce n'est pas le seul avantage par rapport aux véhicules 100 % électriques. La technologie fuel cell n'émet pas de gaz polluants et, bien que les véhicules électriques ne le fassent pas non plus, l'électricité qui les transporte est encore très dépendante des énergies fossiles. Au lieu d'émettre des gaz nocifs pour l'environnement, ces véhicules émettent de la vapeur d'eau et de l'oxygène, filtrant ce dernier et émettant un oxygène encore plus propre que celui extrait initialement.



Cela semble trop beau pour être vrai... Y a-t-il des inconvénients inhérents à cette technologie futuriste ?

Bien qu'elle ne nécessite pas la création d'un vaste réseau de recharge, cette technologie nécessiterait une adaptation des pompes à essence actuelles. Cependant, des stations de ravitaillement en hydrogène peuvent être fixées et intégrées dans des stations de ravitaillement existantes, et l'hydrogène peut même être stocké en surface. Ce qui gêne encore cette technologie, ce sont ses batteries : les matières premières utilisées dans sa production sont chères et rares, augmentant la valeur des véhicules eux-mêmes, parfois de manière prohibitive. Cependant, l'avancement de la technologie peut permettre l'utilisation d'autres matériaux et une réduction du prix de vente de ces véhicules.

Source:
Press Release Volvo Group 21.0429
Economista



Réouverture du Musée de la Langue Portugaise à São Paulo

Après une fermeture de six ans, le Musée de la Langue Portugaise de São Paulo a rouvert ses portes le 17 juillet. Au cours de ses dix années de fonctionnement et jusqu'à sa date de fermeture, le musée a accueilli environ quatre millions de visiteurs, ce qui en fait le premier musée entièrement dédié à une langue. Il est fermé depuis décembre 2015 à la suite d'un grand incendie qui a complètement détruit ses installations.

Le musée célèbre la langue portugaise en tant qu'élément unificateur et fondamental de toutes les cultures dont la langue officielle est le portugais. Sa riche collection, constituée du patrimoine immatériel portugais, peut être appréciée dans le musée à travers

des expériences interactives et des productions audiovisuelles emmenant le visiteur dans un voyage immersif dans l'histoire de la langue. Bien que fermée, la collection du musée est restée disponible au cours des cinq dernières années, étant continuellement diffusée à travers les ambassades ou à travers des événements et des activités tels que le Festival Littéraire des Périphéries (Flup), la Biennale Internationale du Livre, le Festival Littéraire International de Paraty (Flip) et la célébration de la Journée internationale de la langue portugaise.

Source:
DN/Lusa 210205



Les villes du futur

Les villes d'aujourd'hui ne sont plus ce qu'elles étaient : aujourd'hui, on parle d'évolution, de disruption, de décarbonation, de villes durables et de villes intelligentes. Catarina Selada, de CEiiA, prédit que de nouveaux modèles commerciaux pour la décarbonation émergeront bientôt. On mentionne des exemples de technologies telles que l'IoT (Internet des Choses) et Ubiwhere, gestionnaire de la recherche et de l'innovation pour les villes intelligentes. Ceci dit, Catarina estime que les solutions passeront par les réseaux mobiles de cinquième génération (5G) et l'intelligence artificielle (IA).

L'ambitieux réseau 5G est un rêve bien plus proche qu'on ne le pense : cependant, pour en faire une réalité, il faudra installer un grand nombre d'équipements de communication mobile et d'antennes (si on veut optimiser les indicateurs de performance et de vitesse de connexion auxquels nous sommes habitués). Le grand dilemme du réseau 5G est que son signal est moins fiable sur de longues distances et qu'il peut souvent être modifié par des personnes, des arbres ou simplement par la pluie. Ces équipements, appelés small cells, doivent être installés par milliers pour pouvoir remplacer les tours de signalisation traditionnelles. Le grand avantage est, en

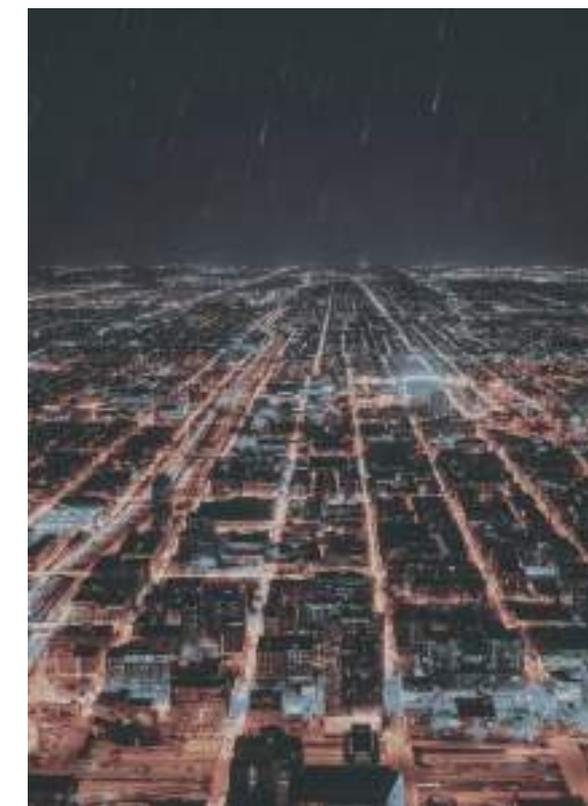
effet, la possibilité d'assister à la naissance d'un « nouveau monde meilleur », qui pourrait concrétiser des concepts tels que la conduite autonome de véhicules ou la médecine à distance.

La condition d'être connecté devient, en quelque sorte, « omniprésente », en permettant la numérisation de l'information grâce à des capteurs et équipements présents partout. Par ailleurs, l'utilisation d'analyses avancées de l'IA peut entraîner une augmentation significative de la productivité en permettant de capturer plusieurs événements en temps réel et en vidéo, ainsi que de prédire des scénarios de simulation en fonction de l'historique de données. Cependant, il est important de souligner que cette ampleur de traitement de données n'est possible que grâce à des technologies telles que le « edge computing », une méthode de calcul plus robuste et efficace que le « cloud computing ».

Ricardo Vitorino, Smart Cities Manager chez Ubiwhere, précise qu'avec l'apparition de cette nouvelle technologie, les villes seront elles-mêmes en possession d'infrastructures inhérentes aux télécommunications et à l'informatique (il ne sera plus nécessaire de recourir à des alternatives intrusives et massivement installées, comme c'est fait actuellement).

Ricardo prédit que, sur la base de ces deux « petites » innovations, des phénomènes jugés absolument futuristes – comme les feux de circulation communiquant avec les véhicules ou l'éclairage public s'activant si nécessaire – seront bientôt possibles.

Source:
Magazine "Ser Sustentável Ganhar o Futuro" - Édition n° 4473 du Jornal de Negócios et n° 886 de Sábado.



Vers les étoiles

De nos jours, on dit que le marché du travail est en transition et que les femmes représentent un pourcentage important de la main-d'œuvre dans le monde corporatif.

Nous avons trouvé plusieurs études qui détaillent les raisons pour lesquelles une entreprise avec un plus grand nombre d'employées est plus productive. Ces études prédisent même que, dans un avenir proche, les femmes pourraient dépasser les hommes en termes d'employabilité.

Cependant, et malheureusement, nous vivons à une époque où de nombreuses femmes, dans les contextes les plus variés, sont encore obligées de faire des efforts surhumains pour vivre une réalité digne et prouver que le marché du travail leur appartient aussi.

Quel que soit le secteur d'activité ou la fonction exercée, on identifie facilement des exemples dans lesquels la force féminine, même de façon implicite et camouflée, n'est pas correctement reconnue – qu'il s'agisse de mérite, de valorisation financière ou encore de reconnaissance de compétences. Une réalité qui, à la lumière des temps, semble tout sauf réelle.

Heureusement, ce n'est pas le cas de Nors.

Chez Nors, le quotidien professionnel se distingue par son excellence, sa rigueur et sa capacité relationnelle, facteurs qui ne sont que le reflet de l'équipe plurielle qui compose un univers de plus de 4 000 collaborateurs. C'est de cette mosaïque humaine, aussi diverse que riche en expériences, qu'émane une manière unique de créer des relations durables, transparentes et personnelles : la formule Nors pour de longues histoires de réussite et d'engagement.

Nors a toujours cherché à cultiver une véritable égalité des sexes, estimant qu'il s'agisse de la base d'une culture d'intégrité, d'équité et de transparence. Même dans une entreprise historiquement dirigée par des personnalités masculines, les portes du groupe étaient toujours ouvertes aux talents féminins - dans n'importe quelle zone géographique, dans n'importe quel domaine d'activité, dans n'importe quelle fonction et défi.

Au long des années, Nors continuera à écrire son histoire féminine. Nous remercions toutes nos employées pour leur créativité et leur optimisme, leur confiance et leur passion. Surtout, nous vous remercions pour votre ambition évidente.



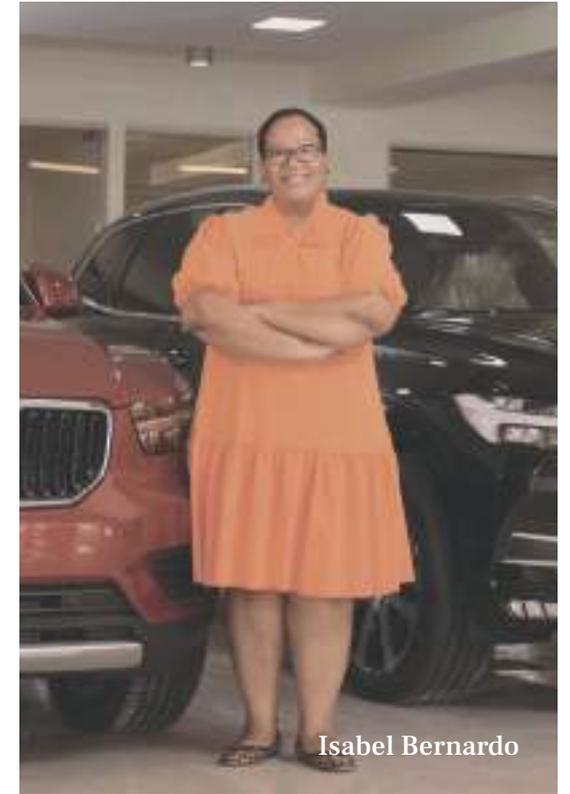
Gabrielle de Almeida



Georgina Wallace



Janice Cripps



Isabel Bernardo



Paula Bueno



Ana Catarina Santos



cultural stop

Culture: un arrêt obligatoire.

Le “Cultural stop” n’est rien de plus qu’un espace de partage des passions de tous les collaborateurs Nors – où qu’ils soient. Nous voulons, plus que jamais, créer un espace où il sera possible de nous connaître telle une vraie famille, en partageant ce qui nous rend réellement heureux. Que ce soit des livres, des recettes ou événements, des jeux avec la famille, des curiosités sportives ou des films, nous voulons que cet échange d’expériences soit le reflet de la diversité de notre organisation - sans frontières, sans barrières et avec les bras ouverts à tous ceux qui nous rejoignent.

Dans cette édition, Rute Simões Cecílio, Gestionnaire de Communication et Culture chez Nors, partage deux livres, deux podcasts, deux albums et deux concepts culturels. Tout en double dose – parce qu’il n’y a jamais assez de culture!

“

« Les goûts et les couleurs ne se discutent pas » – une expression qui peut réellement porter à débat. C’est dans le débat sur les goûts, les concepts et les formes d’être (et de vivre!) que naît l’art qui nous accompagne chaque jour: au bureau, en voyage ou autour de la table où les conversations ne finissent pas. Conservations qui sont elles-mêmes influencées ou motivées par toute et n’importe quelle forme de culture que nous absorbons.

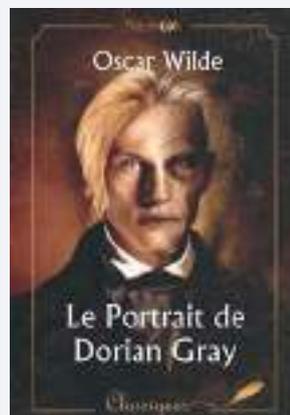
Plus qu’avoir une conversation, il faut partager les goûts – plus ou moins modernes, plus ou moins graves, plus ou moins colorés – parce que c’est comme ça que nous trouvons le vrai sens de la culture, chez Nors. Aujourd’hui, nous nous arrêtons à certaines suggestions marquées par différentes influences, sous différents formats, langues et concepts. Par dessus tout, ce voyage doit être partagé, comme tous les autres voyages de notre vie, ensemble: au-delà d’une bonne conversation.

Rute Simões Cecílio

Gestionnaire de la Communication et de la Culture
chez Nors

en livre
des pages qui aiguisent notre savoir

« **Le Portrait de Dorian Gray** », 1890
Oscar Wilde

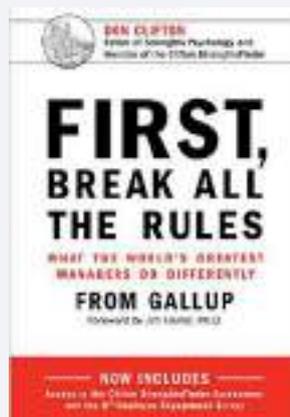


Une histoire viscérale qui nous soumet à un exercice d'introspection quasi instantané – « Le Portrait de Dorian Gray » est le reflet de l'hédonisme d'Oscar Wilde étant mondialement reconnu comme une des oeuvres les plus importantes du parcours de l'auteur. L'extravagance, le narcissisme et la morale contradictoire de Dorian Gray nous donne envie de ne jamais terminer les pages de ce roman – et de rester des heures et des heures à apprécier une écriture autant invasive qu'esthétiquement riche.



Pour plus d'informations
ou pour acheter ce livre,
cliquez ici

« **First, break all the rules** », 1999
Marcus Buckingham & Curt Coffman



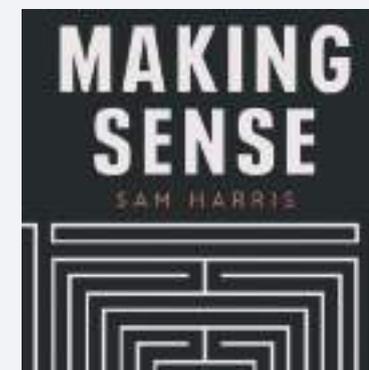
Quelles caractéristiques ou attributs peuvent réellement faire la différence quand le mot d'ordre est 'diriger'? « First, break all the rules » est le résultat de plus de 25 ans d'une étude qui implique la vision, le parcours et les prises de décision de plus de 80 000 directeurs et responsables des plus variés secteurs et domaines d'activité. Un livre pragmatique, qui nous apporte une perspective empirique et avec des suggestions adaptables aux différents contextes et réalités professionnellement possibles.



Pour plus d'informations
ou pour acheter ce livre,
cliquez ici

en podcast
pour ceux qui sont tout ouïs

“**Making Sense**”
Sam Harris



Avec presque 250 épisodes disponibles, le podcast « Making Sensé » nous donne la vision du neuro-scientifique, écrivain et philosophe américain Sam Harris sur des thèmes (idéalement) controversés qui marquent l'ordre du jour. Un regard expressif sur le passé, le présent et le futur de l'humanité et de la conscience politique, avec la contribution de différentes personnalités comme Bill Maher, Andrew Sullivan ou Anne Applebaum.



Écoutez le podcast
« Making Sense » ici

“**O poema ensina a cair**”
Raquel Marinho



Un cadeau qui nous est fait tous les quinze jours, à partir d'un jeu de mots constant et inspirant. « O poema ensina a cair » – dont la version « graphique » est déjà répandue dans les réseaux sociaux avec des mots émouvants trouvés dans cette poésie – est composé par la pensée poétique d'artistes aux noms très entendus dans le panorama portugais comme Eunice Muñoz, Alice Vieira, Júlio Machado Vaz ou Alexandre Quintanilha. Un moment de partage et d'amour grâce à des mots qui valent le coup d'être attentivement entendus.



Écoutez le podcast « O
poema ensina a cair » ici

en album

pour chaque accord, une (nouvelle) mémoire

"Domingo"

Caetano Veloso e Gal Costa, 1967



L'expression good old future s'accorde parfaitement à l'intemporalité de Caetano Veloso. Avec plus de 50 ans de vie, « Domingo » est un album en parfaite harmonie avec la sonorité de nos jours, avec une musicalité « made in Brazil » que Gal et Veloso connaissant – et font question de partager avec le monde – comme personne. Pour écouter et partager, tous les jours de la semaine.



Écoutez l'album
« Domingo » ici

"Calendar Project"

Feverkin, 2018



Et si on pouvait élire une chanson pour décrire chaque mois de notre année ? C'est en se basant sur cette prémisse que les Feverkin ont lancé le « Calendar Project », un album qui nous apporte 12 morceaux instrumentaux puissants qui représentent l'état d'esprit de chaque mois – novembre et sa mélancolie, avril et sa petite pluie constante ou août et ses fous rires décontractés. À écouter lors de journées trop chaudes ou trop froides, près du feu – et presque toujours les yeux fermés.



Écoutez l'album
« Calendar Project » ici

en concept

être, savoir et respirer toutes les formes de culture

ColorsxStudios

Une esthétique frappante, un concept qui marque le monde entier : le ColorsxStudios s'assume comme une plateforme qui unit musique et culture, donnant plus de puissance aux nouveaux talents, venant des quatre coins du monde. L'approche minimaliste et monochromatique met en évidence l'artiste, la musique, le message – sans distractions. « Dérober frontières, langues et genres » c'est la devise qui amène à la plateforme des artistes telle que la brésilienne Xênia França, le canadien JayWood ou la cap-verdienne Mayra Andrade – la diversité sous forme de concept, pour voir, écouter et répéter.



Visitez le site «
colorsstudios » ici

Comunidade Cultura e Arte



Un blog, une plateforme ou une réelle communauté ? Avec presque 10 ans d'histoire, le projet « Comunidade Cultura e Arte » a pour mission de rendre hommage à la culture et à l'art sous toutes ses formes, incitant le débat social et culturel. On y partage des livres, de la musique, du cinéma, des expositions, des événements culturels et tout ce qui peut contribuer à une conversation entre amis – avec la rigueur, l'exemption et la pertinence que l'équipe de dizaines de créateurs portugais en tête de l'initiative prétend cultiver. Une compagnie quotidienne, bienvenue et à cultiver.



Visitez le site
« Comunidade
Cultura e Arte » ici

Nors kids

Pour Nors, l'avenir est synonyme de défi, de conquête et de renouveau – c'est le chemin que nous avons construit, le résultat de l'ambition qui nous anime et de l'expérience qui nous a mené là où nous sommes aujourd'hui. Demain – ou dans plusieurs années! – nous savons qu'il y aura toujours une place pour Nors au premier rang en ce qui concerne la mobilité.

En 2021, au coeur d'une pandémie mondiale qui a laissé le monde entier s'interroger sur le présent - qui chaque jour semble plus incertain et inconstant, mettant l'avenir au second plan, le moment d'affronter les prochains chapitres de l'histoire avec espoir et volonté est venu.

En réalité, peu importe le nombre de pandémies, nous ne cesserons jamais de croire que l'avenir, ce sont nos jeunes : nos enfants, neveux, petits-enfants et filleuls, à qui nous enseignons ce que l'expérience nous a appris et pour qui nous espérons qu'un jour, de nouveaux chemins s'ouvrent à eux. Des chemins plus ambitieux et inexplorés. Avec le concept de « l'avenir de la mobilité », nous avons défié les plus jeunes de réfléchir sur l'avenir de nos transports.

Nous avons eu des participations venant des quatre coins du monde, des différentes sociétés qui font partie de l'univers Nors. La vérité c'est que la détermination et la durabilité sont aussi inscrites dans notre ADN que dans celui de nos héritiers : nous recevons des projets de voitures solaires, de machines industrielles avec des design futuristes et même des transports volants ! C'est avec une immense fierté que nous embrassons ces rêves : dynamiques, audacieux et entreprenants - comme tout vrai rêve devrait l'être !

Nous partageons l'imagination avec laquelle les petits grands artistes de Nors envisagent notre avenir (prometteur) - et nous promettons que la couleur, la joie et la créativité ne leur manquent pas. Félicitations à vous tous pour votre immense talent !

Découvrez les œuvres d'art des grands artistes de demain !



Venez à l'encontre des œuvres d'art des grands artistes du futur



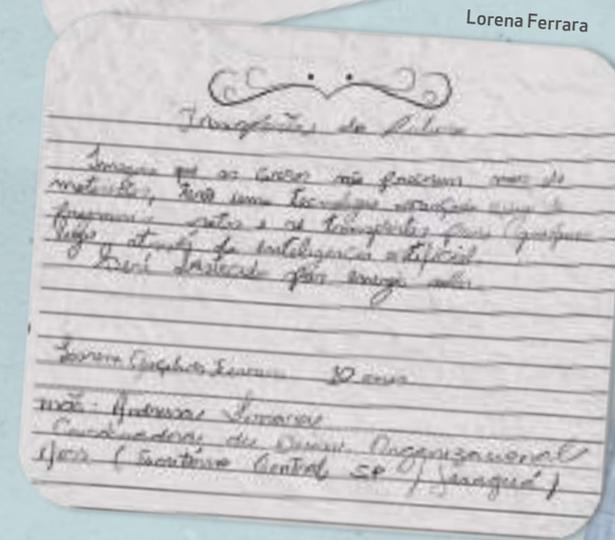
Loïc Beaudreau



Fábia Teixeira



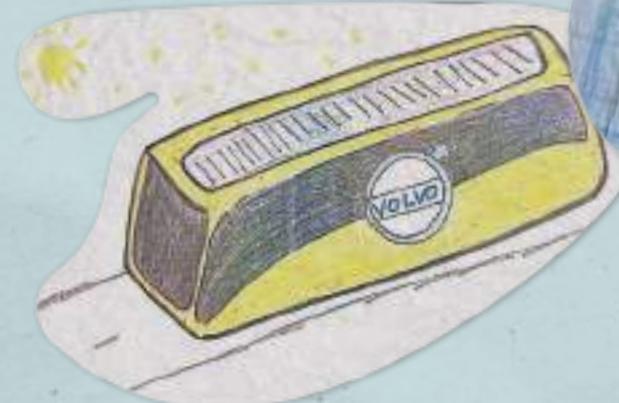
Lorena Ferrara



Lorena Ferrara



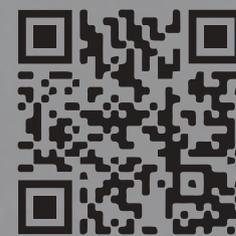
Lorena Ferrara



Lorena Ferrara



Agnes Coelho



Répondre au
questionnaire ici

Votre opinion est très importante pour nous.

Nous voulons qu'elle fasse partie de chaque page du Magazine Nors. Répondez à un court questionnaire et donnez-nous votre avis sur le nouveau format du magazine corporatif du groupe. Nous voulons que ce mode de communication soit encore plus le nôtre – encore plus Nors.



www.nors.com

we drive trust.

NORS