N. 58
Abril 2020

GLASSDRIVE.PT

GLASSDRIVE® NEWS

Sustentabilidade Ambiental para o Futuro

Vamos a isto!

Glassdrive Solidária

8 Sustentabilidade Ambiental para o Futuro

10 Vamos a isto!

13 Glassdrive Solidária

NEWS

N. **58**
Abril 2020

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

DIRETOR
Licínio Nunes

CONSELHO EDITORIAL
Licínio Nunes, Vasco Azevedo

REDAÇÃO
Catarina Pinto, Vasco Azevedo

EDIÇÃO E PROJETO GRÁFICO
Dpt. Marketing e Comunicação Saint-Gobain Autover Portugal

TELEFONE
+351 227 536 150

FAX
+351 227 536 159

E-MAIL
marketing@glassdrive.pt

PUBLICAÇÃO
Formato Digital

PERIODICIDADE
Trimestral

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

Proibida a reprodução no todo ou em parte.

www.glassdrive.pt
facebook.com/glassdrive.pt

EDITORIAL

Licínio Nunes

Vamos ter que ser capazes!

Vivemos um momento sem paralelo na história das nossas vidas. O mundo virou-se ao contrário de um momento para o outro e hoje, tudo aquilo que era normal, deixou de o ser, passando a ser normal, tudo aquilo que antes não imaginávamos, ou tudo aquilo que víamos numa ditadura.

Quem conseguia imaginar, que um dia, nos iriam proibir de ver os nossos pais, amigos e familiares, nos iriam proibir de ir trabalhar, de ir ao cinema, à praia, tomar um café, jantar ou almoçar com a família num restaurante, fazer uma viagem de carro ou de avião ou mesmo a pé, ou pasme-se, nos iriam proibir de sair de casa?...

Quem poderia imaginar, que todos os negócios estariam fechados, que seríamos controlados pela polícia a qualquer momento, ou como em tempos de guerra, iríamos usar senhas ou salvo condutos, para circular, passear ou apenas para ir ao jardim?!

Há quem compare os tempos que vivemos a uma guerra, ou que os queira rotular como a terceira guerra mundial. Mas essa comparação não seria justa, porque as guerras, mesmo que, a nível mundial, não atingem todo o mundo, não se fazem sentir em todo o mundo. Esta guerra não foi desencadeada por um país contra outro, não tem super potencias, não tem armas de longo alcance, não tem trincheiras, não tem tanques, aviões, mísseis, nem estratégias ou cessar fogo. Esta "guerra" faz-se sentir em todo o mundo, e pior, faz-se sentir, de forma silenciosa em nossas casas, onde o medo, a desconfiança, mesmo até nos nossos, nos obriga a viver confinados, dentro do nosso próprio quarto.

Esta praga que nos assola, que nos roubou familiares e amigos, o contacto humano, o emprego, os afetos, a liberdade, a capacidade de decidir a possibilidade de sonhar, de prosperar, de planear, de criar, de rir e de dizer até logo, só tem uma diferença, para uma guerra de verdade: Não há feridos!...

Mas desta praga, que não sendo uma guerra, vão ficar muitos sonhos desfeitos, muitos projetos perdidos, muitos abraços e beijos por dar, muitos acordos por cumprir, e tudo, tudo, vai ficar adiado, condicionado, destroçado, abandonado, baralhado.

Os efeitos, embora não havendo sangue, nem feridos, serão, no entanto, semelhantes aos de uma guerra, porque o esforço económico e as perdas financeiras que de uma forma geral, iremos sentir nas nossas vidas, serão em tudo semelhantes aos de uma guerra.

Vamos ter que ser capazes, que ousar mais que nunca, que apostar de forma assertiva, de empreender de maneira eficaz, de criar de novo, de abandonar velhos hábitos e paradigmas, de reunir à distância, de ir, sem sair de casa, de estar no escritório, à mesa de jantar, de usar o carro, apenas para dois, de ir à praia de madrugada, para guardar lugar, de almoçar com os amigos, por marcação e poucos de cada vez, de sonhar com os olhos abertos, de chorar com os punhos fechados, de falar com o rosto tapado, de sorrir de forma austera, de confiar que estamos bem, e que os nossos próximos, embora à distância, também estão bem, mas sem correr riscos de os infetar ou de nos infetarem.

Teremos de empreender uma corrida contra o tempo, como se todos tivéssemos sido varridos por um tsunami e de um momento para o outro, tivéssemos que reerguer tudo. Mas teremos que ser capazes de o fazer, antes mesmo de ser descoberta uma vacina para esta peste. Teremos que reerguer tudo, a tempo de tirar a máscara, de voltar a sorrir, de poder ir à praia, de poder decidir em liberdade, como fazíamos antes.

Vamos ser capazes. Cada um tem que fazer o seu trabalho e desempenhar o seu papel, mas com a capacidade de dar a mão, a quem, a nosso lado, perdeu tudo, a quem a nosso lado não tem força para se erguer. Teremos que ter força, para caminhar com esses feridos às costas, e parar de vez em quando, para os reconfortar e ajudar.

Vamos a isso!...

Portugueses satisfeitos com seguradoras

O Índice Nacional de Satisfação do Cliente é um dos barómetros mais importantes e de referência, para se medir o nível de satisfação dos consumidores relativamente aos serviços que utilizam e a sua análise e interpretação é claramente uma mais valia para os vários setores que são avaliados.

O estudo mais recente apresentado pelo European Customer Satisfaction Index (ECSI – Portugal 2019), que foi elaborado pelo Instituto Português da Qualidade - a Associação Portuguesa para a Qualidade e o Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação da Universidade Nova de Lisboa - apresenta o setor dos Seguros num terceiro lugar de Índice de Satisfação dos Clientes com um valor médio de 7,5, num máximo de 10, sendo somente ultrapassado pelos setores de Gás em Garrafa e Combustíveis.

Ao longo destes anos os Seguros têm apresentado, sempre, resultados bastante positivos permanecendo, assim, como um dos Setores em que os portugueses mais confiam, apresentando de igual modo as maiores valorizações médias nos índices de qualidade apercebida (7,92 pontos), imagem e confiança (7,87 pontos).

Deve-se realçar que para este estudo foram utlizados vários indicadores para avaliação nomeadamente, Imagem, Expectativas, Qualidade Apercebida, Valor Apercebido, Satisfação, Resolução das Reclamações, Confiança e Lealdade.

Este estudo do ECSI é bastante interessante, uma vez que permite traçar um perfil do cliente das seguradoras que se caracteriza pelo seguinte:

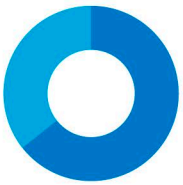
- 35,7% são clientes exclusivos de uma seguradora;

- Existe uma elevada percentagem de clientes do setor dos seguros que afirma não saber que seguradora escolheria (51,7%) caso reduzisse a atividade com a sua seguradora atual;

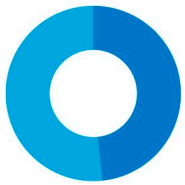
- Quase metade dos clientes do setor segurador (43%) contacta habitualmente a seguradora por via telefónica e o contacto presencial, como forma de contacto habitual, é usado por 36,2% dos clientes. Esta tendência alterou-se durante os últimos anos, pois os dados referentes a 2016 revelavam que, naquele ano, mais de metade dos clientes preferia o contacto presencial. Uma clara tendência em linha com o mundo digital;

- O mediador de seguros continua a ser um importante canal de contacto com a seguradora para quase metade dos clientes do setor (48,6%);

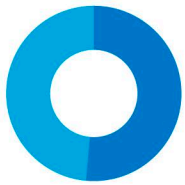
- A maioria dos clientes do setor segurador afirma ter seguro Automóvel



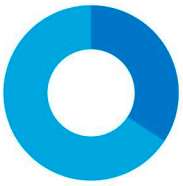
35,7% CLIENTES EXCLUSIVOS DE UMA SEGURADORA



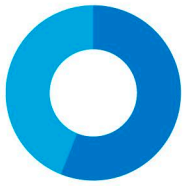
51,7% NÃO SABERIA ESCOLHER APENAS UMA SEGURADORA



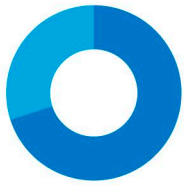
48,6% TEM UM MEDIADOR DE SEGUROS



65,8% TEM SEGURO AUTOMÓVEL



44,0% TEM SEGURO MULTIRISCO HABITAÇÃO



30,0% TEM SEGURO DE VIDA

Como contacta a sua seguradora?

43% POR VIA TELEFÓNICA

36,2% PRESENCIALMENTE

20,8% OUTROS MEIOS

e Seguro Multiriscos Habitação (65,8% e 44%, respetivamente). Entre os clientes que afirmam ter seguro Vida (30%), a grande maioria (73,9%) indica que o tem associado ao Crédito Habitação;

- Os clientes com seguro de Saúde afirmam que o utilizam na rede convencionada do seu segurador. Cerca de 75% dos clientes indicam que são responsáveis pelo pagamento do prémio deste seguro e que o seguro de saúde que têm, protege o seu agregado familiar;

- Cerca de um quarto dos clientes do setor dos Seguros afirmam ter feito uma participação à sua seguradora no último ano (24%), sendo que essa participação foi associada ao seguro automóvel, em 54% dos casos, e ao seguro de habitação, em 28% dos casos.

Regista-se uma importante redução dos clientes que afirmaram ter realizado uma participação à sua seguradora em relação aos dados de 2016, ano em que este valor representava três quartos do total dos clientes.

Um estudo deveras interessante que abrangeu 16 setores e subsetores: Banca, Seguros, Combustíveis, Gás em Garrafa, Gás Natural, Eletricidade, Dual (Gás Natural + Eletricidade), Serviços Postais, Serviço Telefónico Fixo, Serviço Telefónico Móvel, Televisão por Subscrição, Internet Fixa, Internet Móvel, Águas e Transportes Públicos de Passageiros na Área Metropolitana de Lisboa e na Área Metropolitana do Porto.

glassdrive.pt

DRIVE CARE
by GLASSDRIVE®

Experimente a linha de produtos Drive Care *by Glassdrive*.
O seu automóvel sempre a brilhar, por dentro e por fora!

GLASSDRIVE®
Uma marca Saint-Gobain

Protocolos Glassdrive - mais próximo das Empresas

Numa era em que as Empresas têm especial atenção com os seus colaboradores, criando planos de incentivos e promovendo atividades de bem-estar, é uma aposta da Glassdrive aproximar-se das Empresas oferecendo um conjunto de vantagens e descontos a todos os seus colaboradores.

Com a exigência e profissionalismo a que nos obrigamos diariamente, queremos igualmente representar uma solução prática, célere e de qualidade como prestadores de serviços na área do vidro automóvel para a frota de viaturas das Empresas, sejam próprias ou de locadoras.

É com a responsabilidade e desejo de poder representar uma mais valia clara para todas as Empresas, em Portugal, que desenvolvemos todos os esforços para garantir uma cobertura global do nosso serviço, importando por isso destacar os 140 Centros Glassdrive distribuídos por Portugal Continental e Ilhas como, também, o Serviço Móvel que se apresenta como uma solução eficaz para o conforto e otimização de tempo para as Empresas.

No intuito de acrescentar valor, simplificar e otimizar processos e melhorar a experiência na Glassdrive criamos para a Gestão de Frotas das Empresas e para a Mediação, o Glassbroker, uma aplicação de fácil acesso e muito intuitiva.

Como podemos estar nas Empresas e próximos dos seus colaboradores?

Sempre próximos e com total disponibilidade, oferecemos aos nossos parceiros diferentes possibilidades de promoção dos protocolos, seja pela via digital (Intranet-espaço do colaborador, newsletter, site ou mailing), seja através de publicações em revista ou jornal da Empresa, em expositores ou espaços dedicados a divulgações ou, ainda, através de dinamizações presenciais, normalmente nos espaços de refeição ou lazer.

Efetuámos em fevereiro a primeira dinamização presencial deste ano na empresa Whitestar, em Oeiras, onde tivemos a oportunidade de promover a nossa marca, o nosso serviço de substituição e reparação de vidro automóvel, assim como a necessária calibração de câmaras (sistema ADAS).

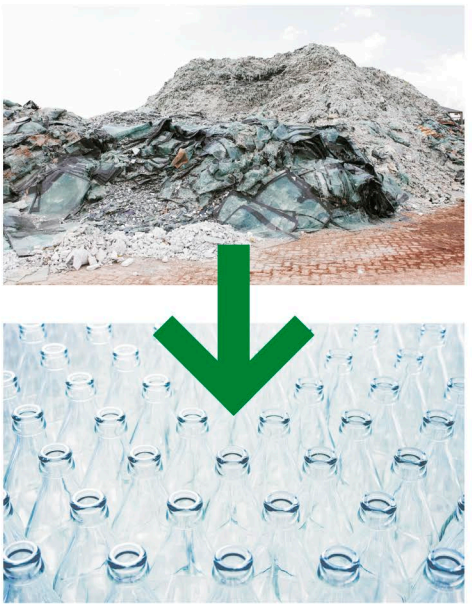
Com um agradecimento especial pela forma como fomos bem recebidos durante esta ação, que decorreu na zona de lazer e refeição da empresa, tivemos a oportunidade de contactar com diversos colaboradores, promovendo a explicação dos nossos serviços e esclarecimento de dúvidas, sem esquecer uma simbólica oferta pelo tempo concedido.

Sustentabilidade Ambiental para o Futuro

O combate às mudanças climáticas, é uma das preocupações do Grupo Saint-Gobain, que se encontra bem evidenciado no objetivo definido, para que até 2050 o grupo se torne numa instituição com Zero emissões de CO^2.

O vidro, claro está, encontra-se no âmago da Saint-Gobain e da Glassdrive e, por isso, a sua reciclagem e tratamento são uma prioridade para nós.

A decomposição do vidro na natureza pode durar até 1 milhão de anos, dependendo das condições a que o material é sujeito. Já o PVB, aplicado entre as lâminas de vidro de cada para-brisas, leva cerca de 500 anos a ser totalmente eliminado da natureza.



Claramente uma situação que não pode suceder!

Para evitar esta contaminação, a Glassdrive tem há vários anos instituída uma política de reciclagem de vidro, tendo enviado para reciclagem em 2019, mais de 820 toneladas de vidro automóvel, contribuindo assim, para a sustentabilidade ambiental do planeta.

Quando devidamente tratado, o vidro é um material eternamente reciclável, dado que o vidro moído, é utilizado para produção de garrafas, vasos, copos, pratos, introdução em massas asfálticas, etc. O PVB reciclado é aproveitado para fabrico de tapetes, capas de fios elétricos, ou mangueiras, entre outros materiais.

Vantagens da reciclagem do vidro

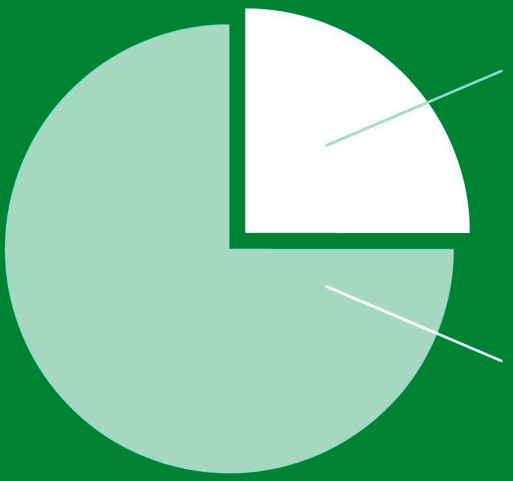
Poupança de matérias primas
- menor consumo de recursos minerais e industriais. Para produzir 1 tonelada de vidro é suficiente 1 tonelada de vidro reciclado (em alternativa a 1,2 toneladas de matérias-primas originais).

Economia de energia
- seja diretamente no processo de fusão, (por cada 10% de casco de vidro incorporado, reduz-se 3% de energia nos fornos industriais e 9,5% no consumo de água) como, indiretamente, pelas matérias primas originais substituídas.

Redução na emissão de CO^2
- devido ao menor consumo de energia, a emissão de CO^2 é menor.

1 milhão de anos
é o tempo que leva o vidro a decompor-se na natureza.

820 toneladas
de vidro automóvel que a Glassdrive enviou para reciclagem, em 2019.



205 100 kg
de vidro automóvel que a Saint-Gobain Autover Portugal enviou para reciclagem.

614 990 kg
de vidro automóvel que a Rede Glassdrive enviou para reciclagem.

A Glassdrive trata e recicla 100% dos produtos que manipula. Vidro, colas, borrachas, frisos, papel contaminado e tudo o que envolve a substituição de um vidro. Uma estratégia de compromisso ambiental, que a Glassdrive irá manter e estender a outros materiais existentes, com o fim de proteger e cuidar do Futuro.

Licínio Nunes

Vamos a isto!

Quando, como que por desígnio nacional, nos permitiram estar abertos, nesta pandemia, ninguém nos disse, que opções teríamos que tomar, que decisões teríamos que ter, ou assegurando os postos de trabalho, a quem teríamos que colocar "off side", em lay off, ou em teletrabalho.

Manter a funcionar um negócio como o nosso, sem percecionar as necessidades, sem perceber o que nos era exigido, sem molestar ninguém, sem causar grandes estragos, não é tarefa fácil.

Corremos sempre o risco de errar, mas não podemos correr o risco de falhar, porque, para além de nos considerarem essenciais, nos pediram que fossemos bons, competentes e, cumprindo as regras do estado de emergência, fossemos capazes de manter a máquina a trabalhar, com os contactos interpessoais a que estávamos obrigados, com a proximidade distante que teríamos que cumprir, com a distância de proximidade que teríamos que exigir.

Ainda assim a nossa rede, esteve aberta em todas as suas cento e quarenta lojas, quando o bem-estar nos convidava a fechar, quando a maioria estava em casa, confinada, desconfiada, com medo até da família. Sim, porque foi isto que nos venderam. Qualquer um de nós, ou dos nossos familiares, poderia ser o nosso algoz, o nosso assassino misterioso.

As nossas lojas, foram capazes de responder à altura e de dizer sim. Uma por uma. E não foi fácil. Houve dias em que não tivemos clientes, houve outros em que tivemos poucos e outros em que tivemos muitos, face à reduzida capacidade instalada.

Fomos capazes, apesar de confinados e, até mesmo com parte da equipa em lay off, de promover formações técnicas, administrativas e comunicacionais, que nos enriqueceram a todos!

Dotamos os nossos funcionários com material de proteção, ainda não se sabia o alcance e poder da pandemia e reforçamos essa medida, com equipamentos que permitiam aumentar a confiança entre o cliente que nos visitava e os nossos funcionários.

Recebemos mais de quinze mil clientes e cumprimos um desafio. Não tivemos

ninguém infetado, nem qualquer vítima. Tivemos pessoas de quarentena, para evitar danos colaterais ou de proximidade e conseguimos preservar todos.

Obviamente que tivemos que fazer opções, quando decidimos quais os que ficavam na linha da frente e aqueles, que, continuando ligados a nós, ficavam na reserva, caso houvesse um ataque que nos afetasse e nos obrigasse a retirar.

Esses que, não estiveram na linha da frente, eram a nossa reserva de confiança e, portanto, também eles, cumpriram a sua missão, aumentando e mantendo a confiança e moral das equipas.

Fomos capazes de ajudar corporações de bombeiros, com ofertas de equipamentos de proteção, fomos em todas as nossas lojas, acolhimento e conforto, para quem nos procurou.

Ajudamos a comunidade, dotando várias crianças necessitadas de equipamento informático, que lhes permitiu, ter acesso a aulas e formações.

Disponibilizamos um camião completamente equipado, para fazer despiste de doenças, mas infelizmente, a burocracia não o quis aproveitar.

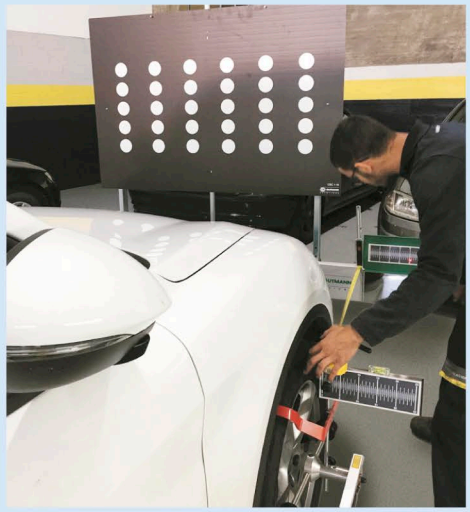
Poderemos por isso dizer, que nesta crise e até ao momento, fomos capazes de ser capazes. Mas ainda há muita crise pela frente, e o momento da verdadeira afirmação e das grandes decisões está à nossa frente. Vamos ter que ser capazes de continuar a preservar alguns, para proteger a todos. Vamos ter de continuar a fazer, o que fazíamos no passado. A ser bons, como sempre fomos e a marcar a diferença pela positiva. As nossas equipas estarão à altura de exigência e do período difícil que teremos que enfrentar.

Mas sabemos, que, com os nossos clientes, com os agentes e mediadores de seguros, com as seguradoras e frotas iremos ter a capacidade de manter o nosso negócio na liderança do setor.

Porque para nós, o desafio é sempre mais alto. O desafio é um desígnio de serviço, tal como fizemos até agora.

Teremos, pois, que cumprir todas as regras de segurança e de distanciamento físico, com aqueles que nos visitam, mantendo a afabilidade, a simpatia e cordialidade que sempre foram marca da nossa marca.

Vamos ter que ser capazes de equacionar o posicionamento e imagem das nossas lojas, de promover a limpeza



e desinfeção das instalações, de imunizar as viaturas de emergência, das forças policiais e de bombeiros, bem como as viaturas dos nossos clientes, sobretudo as frotas de camiões, que, por serem a residência de muitos dos motoristas, são por isso locais a ter em conta, para a desinfeção.

Vamos ter de reaprender a forma de contactar os nossos clientes, e sobretudo a forma de os receber e atender. Porque mais do que o serviço profissional que se espera de nós, teremos que ser capazes de dar um atendimento de excelência dentro das reservas e limitações, que uma doença transmissível comporta. Com todo o cuidado, todo o profissionalismo e todo o distanciamento de proximidade.

Não é fácil, mas é possível e, quando dentro em breve, conseguirmos livrar-nos da pandemia, teremos que concluir que, apesar do efeito económico financeiro negativo para as nossas empresas, conseguimos ganhar experiência, suplantar as dificuldades e aprender com este desafio e fazer o efeito da seta do besteiro, que quando tensiona o arco, faz a seta recuar, para depois sair com toda a força.

É esse o nosso desafio.

É essa a nossa força!

De árvore de Natal a árvore de jardim

No Natal passado, foi proposto a toda a rede a decoração dos centros Glassdrive com uma árvore de Natal verdadeira. Uma iniciativa que visava incentivar a utilização de enfeites descartáveis, numa ótica de redução de desperdício. Terminadas as Festas, devolvemos à natureza as árvores de Natal que decoraram a Saint-Gobain Autover e os Centros Glassdrive. Um gesto que marca o arranque de um 2020 focado no planeta.

Para inaugurar a fase de plantações, os colaboradores da sede juntaram-se numa tarde de janeiro em que arregaçaram as mangas e plantaram algumas das árvores na Horta da Sede, em Serzedo.

Um pinheiro de Natal... que agora embeleza o jardim da Saint-Gobain Autover Portugal!

Glassdrive Solidária
em tempos de pandemia

GLASSDRIVE SOLIDÁRIA

OFERTA DE EQUIPAMENTO DE PROTEÇÃO E SEGURANÇA AOS BOMBEIROS

A Glassdrive agradeceu e prestou homenagem aos bombeiros nacionais pelo contributo dado no combate ao Covid-19. Neste sentido e no âmbito da sua política social e de apoio, foi entregue um donativo, sob a forma de equipamentos de proteção e segurança, a **Corporações de Bombeiros**, um pouco por todo o país. São exemplo disso as corporações da **Aguda, Avintes, Crestuma e Mafra**.

Tempos de crise pedem a colaboração e solidariedade de todos. Um bem-haja a todos os heróis que lutam todos os dias na linha da frente!

OFERTA DE COMPUTADORES A ESCOLAS

Com as escolas encerradas por causa da pandemia de covid-19, a solução tem passado pelo ensino à distância. Contudo, esta é uma solução que está longe de ser simples e de acesso universal, uma vez que muitos alunos não têm computadores e internet para acompanhar este tipo de aulas.

Tendo conhecimento da existência de uma necessidade específica na população estudantil, especialmente em famílias carenciadas, a Glassdrive doou ao **Agrupamento de Escolas Sophia de Mello Breyner, em Vila Nova de Gaia**, equipamentos informáticos usados, que apesar de já não servirem à empresa, têm condições para ser utilizados pelos alunos no ensino à distância.

Esta iniciativa da Glassdrive soma-se a outras semelhantes que estão a ser tomadas um pouco por todo o país e que, garantidamente, irão ajudar muitas crianças que de outra forma não teriam acesso ao novo método de ensino.

Se uma sociedade se organizar ao redor da solidariedade, haverá menos desigualdades sociais e todos se sentirão mais próximos uns dos outros.

AUTOVER

O SEU PARCEIRO GLOBAL PARA VIDRO AUTOMÓVEL

SAINT-GOBAIN

www.saint-gobain-autover.pt

Saint-Gobain é membro do Clube Mudanças Climáticas Classe A/CDP

Desde há muito tempo que a **Saint-Gobain** tem na sua política industrial implementada uma estratégia de combate às mudanças climáticas, fruto da sua consciência ambiental e globalização.

É por isso, com grande satisfação, que vemos este trabalho ser reconhecido por entidades independentes e de prestígio internacional. Este ano, a **Saint-Gobain** foi novamente nomeada como membro do ***"Climate Change A List"*** elaborado pelo CDP, organização global sem fins lucrativos que identifica empresas envolvidas na luta contra as mudanças climáticas.

A **Saint-Gobain** foi reconhecida, no ano passado, pelas suas ações para a redução da emissão de gases de efeito estufa, mitigar os riscos climáticos e desenvolver uma economia de baixo carbono. Um dos exemplos dessas ações foi a instalação de turbinas na Índia e em Itália, para produzir eletricidade a partir de energia não recuperada anteriormente. Até ao final de 2018, a **Saint-Gobain** reduziu as suas emissões de CO2 em 12%, em comparação com 2010.

Pierre-André de Chalendar, presidente e diretor executivo da **Saint-Gobain** referiu que: "Este reconhecimento sublinha o envolvimento do Grupo e o seu compromisso com a transparência em matéria de mudanças climáticas, bem como a esforços já empreendidos para reduzir nossas emissões de CO2."

Também elogia o compromisso ambicioso que assumimos em 2019 para alcançar **zero emissões de carbono até 2050**, em consonância com os cenários de aquecimento de + 1,5 °C.

Os dados ambientais reunidos pela CDP incluem mais de 8.400 empresas e 900 cidades e países de todo o mundo, que fazem da plataforma do CDP uma das mais ricas fontes de informação globais, sobre o modo como empresas e governos estão a realizar ações contra as mudanças climáticas. A lista completa de empresas que fazem parte do **Clube Mudanças Climáticas Classe A** pode ser consultado no seguinte link: **https://www.cdp.net/en/companies/companies-scores**

CDP

A organização CDP avalia as empresas e atribui-lhes uma pontuação de **A** a **D**, com base na abrangência da divulgação, consciencialização e gestão das questões ambientais, examinando o seu nível de liderança ambiental através das melhores práticas que implementaram, tais como estabelecer metas ambiciosas e significativas.

CES 2020
A antevisão da tecnologia automóvel

A CES é a grande feira de tecnologia em que os vários setores industrias apresentam as suas novidades e inovações para os anos vindouros e este ano não foi exceção.

Claramente que em 2020 um dos maiores motivos de interesse foi a nova mobilidade automóvel, com foco nos veículos autónomos.

Com o aumento do nível de autonomia muito próxima do nível 5, os automóveis irão converter-se em bens de consumo e concebidos para todos os passageiros, ou seja, uma verdadeira experiência de utilização por parte dos passageiros.

Com esta evolução os fabricantes automóveis irão concentrar-se cada vez mais na estética, conforto, interação com os diferentes passageiros e no entretenimento. O automóvel está a transformar-se num verdadeiro espaço vivo, tal e qual como uma casa ou um escritório, onde será importante que os passageiros apreciem e se sintam confortáveis durante o tempo que passam na viatura.

Para esta mudança e considerando o que foi exibido na **CES 2020** o vidro automóvel é, sem dúvida, um elemento chave para essa mutação pelas mais diversas evidências:

A maioria dos carros conceptuais, desde o **Mercedes Vision AVTR** passando pelo **Hyundai Mobis M. Vision S** até ao **Toyota Concept-I** são extraordinariamente elegantes e luminosos e isso só é possível pela utilização extensiva de vidro, com formas complexas e futuristas.

O vidro automóvel é a principal fonte para entrada de luz natural no interior do veículo proporcionando assim conforto visual e luminosidade. Para além disso, a área vidrada no automóvel está a aumentar tal como noutros espaços. Mas é, também, um fator fundamental para o conforto térmico e acústico, uma preocupação cada vez maior, especialmente para os veículos elétricos.

O vidro é nitidamente a superfície ideal para criar interações com os passageiros,

tais como indicar direções, informações sobre restaurantes e hotéis, assim como notícias e atualidades.

Em autocarros o vidro pode ser utilizado para informar os passageiros das próximas paragens e ligação, bem como ser aproveitado como um ecrã para navegar na internet. Um oceano de serviços e utilizações que se pode imaginar para os vidros nos automóveis.

A sustentabilidade, outra tendência em evolução, está de igual modo a moldar o futuro da mobilidade automóvel pela necessidade de reduzir o peso da viatura e eficiência energética tendo o vidro, também, um papel decisivo.

É por esta importância do vidro que a **Saint-Gobain** está tão bem posicionada nas recentes e próximas revoluções na mobilidade automóvel. Design, conforto, interatividade e novos serviços, um conjunto de necessidades que promovem o futuro em que a **Saint-Gobain** estará definitivamente presente.

Saint-Gobain – O Futuro é hoje!