

DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO:

Avda. de Los Encuartes, 19
28760 Tres Cantos – Madrid – ESPANHA
Tel.: 0034 914 105 167 – Fax: 0034 914 105 293





TEMPO DE
AÇÃO PARA A
MOBILIDADE
SUSTENTÁVEL



MOVIN'ON

by Michelin

DOSSIER DE IMPRENSA JUNHO DE 2017

ANTERIORMENTE



MICHELIN
LA MEJOR FORMA DE AVANZAR



SUMÁRIO

EDITORIAL	
JEAN-DOMINIQUE SENARD , <i>presidente da Michelin</i>	02
TRÊS PERGUNTAS A...	
DENIS CODERRE , <i>presidente da Câmara Municipal de Montreal</i>	03
MICHELIN @MOVIN'ON 2017 • A INSPIRAÇÃO	
MICHELIN, APOIANDO A VISÃO DE UMA MOBILIDADE SUSTENTÁVEL PARA TODOS	04
TRÊS PERGUNTAS A...	
CLAIRE DORLAND CLAUZEL , <i>membro do conselho executivo da Michelin</i>	08
ZOOM SOBRE... MOVIN'ON, BY MICHELIN, O PONTO DE ENCONTRO MUNDIAL DA MOBILIDADE SUSTENTÁVEL	10
MICHELIN @MOVIN'ON 2017 • MOMENTOS-CHAVE	
VISÃO, O PNEU CONCEPT DA MICHELIN, EXPRESSÃO DA MOBILIDADE SUSTENTÁVEL DO AMANHÃ	12
MICHELIN @MOVIN'ON 2017 • MOMENTOS-CHAVE	
A MICHELIN APRESENTA O SEU NOVO LOGOTIPO E A EVOLUÇÃO DA SUA IDENTIDADE VISUAL	16

«MOVIN'ON DEMONSTRA
QUE NÃO NOS CONFORMAMOS
COM FALAR DA
MOBILIDADE SUSTENTÁVEL:
CONSTRUÍMOS A MESMA».



EDITORIAL

JEAN-DOMINIQUE SENARD PRESIDENTE DA MICHELIN

O grupo Michelin sempre esteve na vanguarda do seu sector. Criou-se a partir da inovação em 1896, e engrandeceu-se com a mesma. Visionária e líder ao mesmo tempo, a Michelin impulsionou a maior parte dos grandes progressos do seu sector. Desde as suas origens até aos nossos dias, o Bibendum representa a imagem e a promessa de facilitar a mobilidade.

A revolução digital e a necessidade de reduzir drasticamente o nosso impacto meio-ambiental obrigam os líderes da mobilidade a tomar novas medidas. A Michelin decidiu participar com entusiasmo na conceção da mobilidade do amanhã. Fiéis à nossa política de inovação aberta e de partilhar na rede todos os conhecimentos, quisemos renovar Michelin Challenge Bibendum para criar Movin'On, o maior encontro mundial para a mobilidade sustentável. Movin'On não é um mantra, é passar à ação. Uma ação coletiva, otimista, tecnologicamente exigente, em conformidade com o século XXI e os desafios que enfrentamos, como Montreal e o seu exemplo em transporte inteligente.

Neste novo mundo, que necessita de um consumo mais moderado de energia e matérias-primas, mas também estar mais conectado, a Michelin não só se conforma com falar sobre o futuro e organizar o diálogo. Construi passando à ação. Movin'On encarna este movimento ofensivo que continua de forma sustentável através do nosso ecossistema "Open Lab Challenge Bibendum", no qual nos reunimos com muitos dos nossos parceiros da indústria, *start-ups*, universidades e sectores profissionais. Nestes dias, tive o prazer de anunciar a criação da secção norte-americana do nosso "Open Lab", em parceria com o "Institut de l'Électrification et des Transports Intelligents" de Montreal.

Graças à nossa ambiciosa política de I + D, às muitas parcerias de investigação estabelecidas pelo Grupo, aos nossos investimentos em prometedoras *start-ups*, temos grandes ativos para preparar o futuro, ainda mais perto dos nossos clientes.

A primeira edição de Movin'On em Montreal é uma oportunidade para nós, mais uma vez, de mostrar o caminho. O pneu concept VISION é a concretização da nossa visão da mobilidade sustentável: mais seguro, mais ecológico e mais profundamente arraigado nas necessidades. VISION é uma concentração de experiências, que nasce da criatividade, da vontade e da paixão dos nossos investigadores. Também é um conceito rico em valores que promovem a economia circular, recusam categoricamente a obsolescência programada e promovem as tecnologias positivas. VISION é mais que um sonho dos técnicos, é uma realidade ao alcance da mão, usando componentes tecnológicos que já estão em desenvolvimento nos nossos laboratórios.

Mostrar o caminho para a mobilidade sustentável é também o nosso sinal de identidade. Esta inspiração está incorporada no nosso conceito de responsabilidade corporativa. Queremos que isto ainda seja mais claro para os nossos clientes, os nossos parceiros e os nossos investidores. Porque a Michelin é uma operadora de mobilidade, portadora de um projeto de futuro, progressiva e emocionante.

Na Michelin acreditamos na criatividade, por isso queremos conjugar futuro e otimismo. Estamos abertos ao mundo, colaboradores e sem fronteiras. Um mundo mais conectado, que convida as pessoas a estar mais unidas. Acreditamos em oferecer soluções de mobilidade eficientes adaptadas para cada um. Movin'On, e a nossa participação ativa na primeira edição, demonstram que não só falamos da mobilidade sustentável: construímos a mesma.

Novo evento global, novo conceito de pneu, novo ecossistema: tudo posto ao serviço da ação e das comunidades da Michelin. A nossa marca desfruta de uma grande confiança entre os nossos clientes. A Michelin continuará a aumentar este capital de confiança com o fim de se manter na vanguarda do seu sector e consolidar a sua legitimidade como interveniente da mobilidade sustentável.

«DEPOIS DE ACOLHER A PRIMEIRA EXPOSIÇÃO DE VEÍCULOS ELÉTRICOS EM MARÇO, ESTAMOS ORGULHOSOS DE QUE UMA GRANDE EMPRESA COMO A MICHELIN, COMPROMETIDA COM A MOBILIDADE SUSTENTÁVEL, TENHA OPTADO POR MONTREAL PARA MOVIN'ON: VEJO ISTO COMO UM RECONHECIMENTO AO COMPROMISSO E ÀS AÇÕES DA NOSSA CIDADE».



03

TRÊS PERGUNTAS A...

DENIS CODERRE

PRESIDENTE DA CÂMARA MUNICIPAL DE MONTREAL

Montreal apresenta-se muitas vezes como uma cidade exemplar em mobilidade sustentável. O que a torna numa cidade diferente?

Montreal é uma cidade que mudou muito e ainda está a mudar. O centro da nossa cidade acolhe cada vez mais habitantes e eventos. A fisionomia de Montreal evolui: o nosso papel é acompanhar a mudança. Em 20 anos fizemos esforços consideráveis, os montrealenses sabem bem disso, mas o trabalho coletivo está longe de estar terminado.

Dotando-se de infraestruturas de transporte ultramoderno, Montreal comprometeu-se a reduzir as suas emissões de gases de efeito estufa 30% em relação a 1990 e a tornar-se em exemplar em transporte elétrico e mobilidade sustentável para 2020.

Queremos descongestionar as estradas e contaminar menos. Para o mesmo, apostamos no transporte público. É uma resposta inteligente, por um lado, às necessidades de mobilidade e, por outro, à mudança climática. Acreditamos também na combinação de vários modos de transporte público e na eletrificação, no automóvel partilhado e aluguer por minutos. A eletrificação diz respeito a todos os modos de transporte, dos autocarros aos veículos do parque da cidade, passando pela instalação de pontos de recarga para veículos particulares, 1.000 até 2020, e a criação de uma grande rede elétrica metropolitana (REM). Tudo isto é uma área prioritária para nós, o que nos leva também a refletir sobre a necessidade de novos financiamentos.

Como comunidade de quase dois milhões de habitantes no coração de uma zona urbana duas vezes mais povoada, quais são os principais desafios que quer defrontar na próxima década?

Temos uma grande ambição para a nossa cidade que

vai ser a inveja do resto. A política de mobilidade é o pilar da nossa estratégia de dinamismo, de qualidade de vida e de atrativo. Durante o período 2016-2020, estamos a implementar a nossa estratégia de "eletrificar Montreal". É a que nos vai permitir manter os nossos objetivos de reduzir as emissões de gases de efeito estufa e de exemplaridade em matéria de mobilidade sustentável. Para além desse período, parece-me fundamental que o desenvolvimento da nossa cidade seja sempre acompanhado por um aumento da qualidade de vida dos montrealenses e do conjunto de habitantes da zona urbana. Esta é a condição da mobilidade sustentável.

A nossa prioridade continua a ser o transporte público elétrico. Este é um tema com o qual nos comprometemos tanto a nível municipal como da província do Quebec e de todas as cidades da grande área metropolitana de Montreal. A nossa população precisa de uma rede moderna e eficiente à altura das suas necessidades: é o projeto de rede elétrica metropolitana (REM). Será o quarto maior sistema de transporte automatizado no mundo. Disporá de 67 km de rotas e 27 estações acessíveis a todos os modos de transporte, da bicicleta ao automóvel. A poupança de tempo para os utentes será considerável.

Para si, de que é símbolo Movin'On?

De uma revolução, da capacidade de mudar o futuro, apoiando-se nas tecnologias e nas utilizações partilhadas. São as grandes cidades como a nossa as que mais têm a ganhar. Depois de acolher a primeira exposição de veículos elétricos em março, estamos orgulhosos de que uma grande empresa como a Michelin, comprometida com a mobilidade sustentável, tenha optado por Montreal para Movin'On: vejo isto como um reconhecimento ao compromisso e às ações da nossa cidade.



Michelin @Movin'On 2017 • **A INSPIRAÇÃO**

A MICHELIN, APOIANDO A VISÃO DE UMA MOBILIDADE SUSTENTÁVEL PARA TODOS

A mobilidade sustentável, no ADN da Michelin

A mobilidade sustentável é aquela que proporciona a todos, ao mesmo tempo, a possibilidade de se mover em condições ótimas de segurança e comodidade respeitando melhor o meio ambiente, mas também oferece uma visão global daquilo que poderia ser a mobilidade no futuro.

As grandes pressões sobre os grandes centros urbanos, sobre os recursos naturais e o clima obrigam a repensar totalmente os transportes, os veículos, os combustíveis. Se a Michelin a tornou no núcleo da sua estratégia de desenvolvimento é porque acreditamos tanto nas oportunidades económicas que cria como nos valores de sobriedade e na sustentabilidade. Este é o significado dos compromissos adquiridos pelo Grupo durante a COP21, incluindo a redução de 20% da pegada de carbono associada à utilização dos pneus para 2030.

Desde a sua fundação em 1889, a Michelin fez da mobilidade o seu objetivo principal num momento em que os modernos meios de transporte viviam o seu apogeu. As tecnologias abriram um leque de possibilidades que a Michelin apoia de maneira consistente, eficiente e inovadora. A legitimidade da marca Michelin é sólida. Sabemos proporcionar soluções de mobilidade sustentável, que combinam segurança, eficiência e respeito ao meio ambiente, desde o pneu radial ao recente CrossClimate, passando pelo pneu de baixa resistência ao rolamento nos anos 90. A estratégia de aquisições e de diversificação do Grupo demonstram este posicionamento global em prol de todas as soluções de mobilidade.

A estratégia da Michelin em linha com o seu objetivo

A estratégia de crescimento sustentável da Michelin baseia-se em quatro pilares. Cada iniciativa, conceção, desenvolvimento tem como motor as necessidades dos seus clientes: as utilizações dos condutores, a segurança para as famílias e as empresas de transporte, a necessidade de rendimento dos agricultores, a procura de performances extremas em desportos, etc.

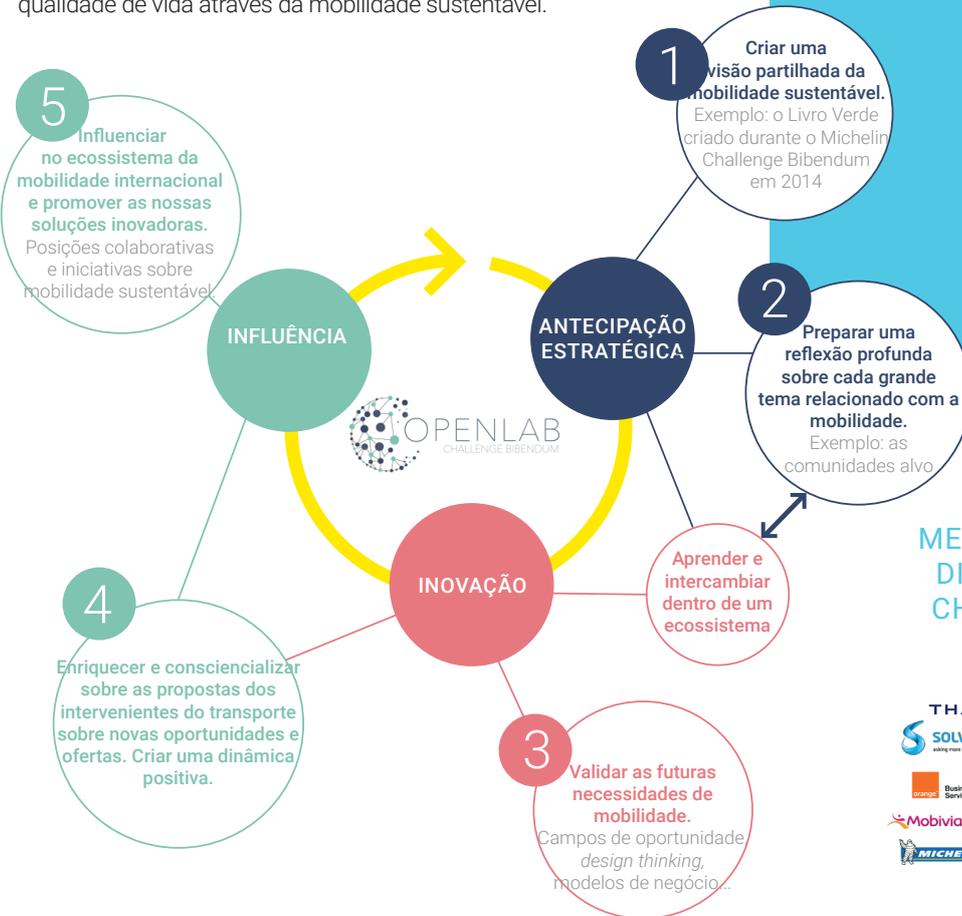
2050

Para estruturar a voz do sector do transporte durante a COP21, Michelin Challenge Bibendum participou ativamente no Paris Process on Mobility and Climate (CMPP). Esta colaboração permite incorporar a voz da mobilidade sustentável ao processo de negociações sobre o clima durante a COP21 e COP22 e propor um plano de trabalho que tem como objetivo: zero emissões líquidas de CO² no sector do transporte para o ano 2050. Reconhecida e submetida a debate pelas autoridades da COP21 e COP22, esta folha de rota insere-se plenamente no Acordo de Paris. Continuaremos a apoiá-la durante a COP23, que decorrerá em novembro de 2017 em Bonn, Alemanha.

1. Para 2020, queremos aumentar 20% as vendas da nossa atividade de **pneus**. O forte crescimento do mercado mundial de mobilidade e a rápida urbanização são oportunidades para as nossas soluções de excelência economizadoras de energia.
2. Para 2020, queremos duplicar as vendas da nossa atividade de **serviços**. O seu objetivo é otimizar os 360° de gestão dos pneus para reduzir a sua pegada ambiental e, simultaneamente, manter a segurança, a produtividade e o controlo de custos.
3. Para 2020 queremos multiplicar por três o volume de negócio das nossas atividades que proporcionam **experiências** únicas de mobilidade. Antes, durante e depois da viagem, as nossas seleções gastronómicas, turísticas e de itinerários contribuem para o prazer de iniciar-se, de maravilhar-se, de partilhar.
4. Queremos afirmar com vigor a nossa liderança no sector de **materiais** de alta tecnologia.

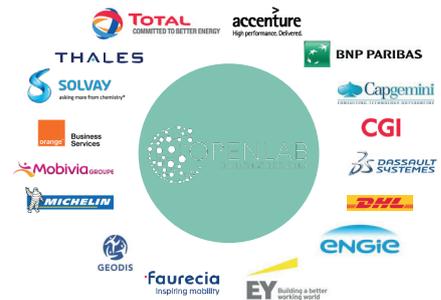
Uma ferramenta à altura das nossas ambições

Criado há quase três anos, o Open Lab Challenge Bibendum é um "Think and Do Tank" inovador e colaborativo, que tem o objetivo de promover uma melhor qualidade de vida através da mobilidade sustentável.

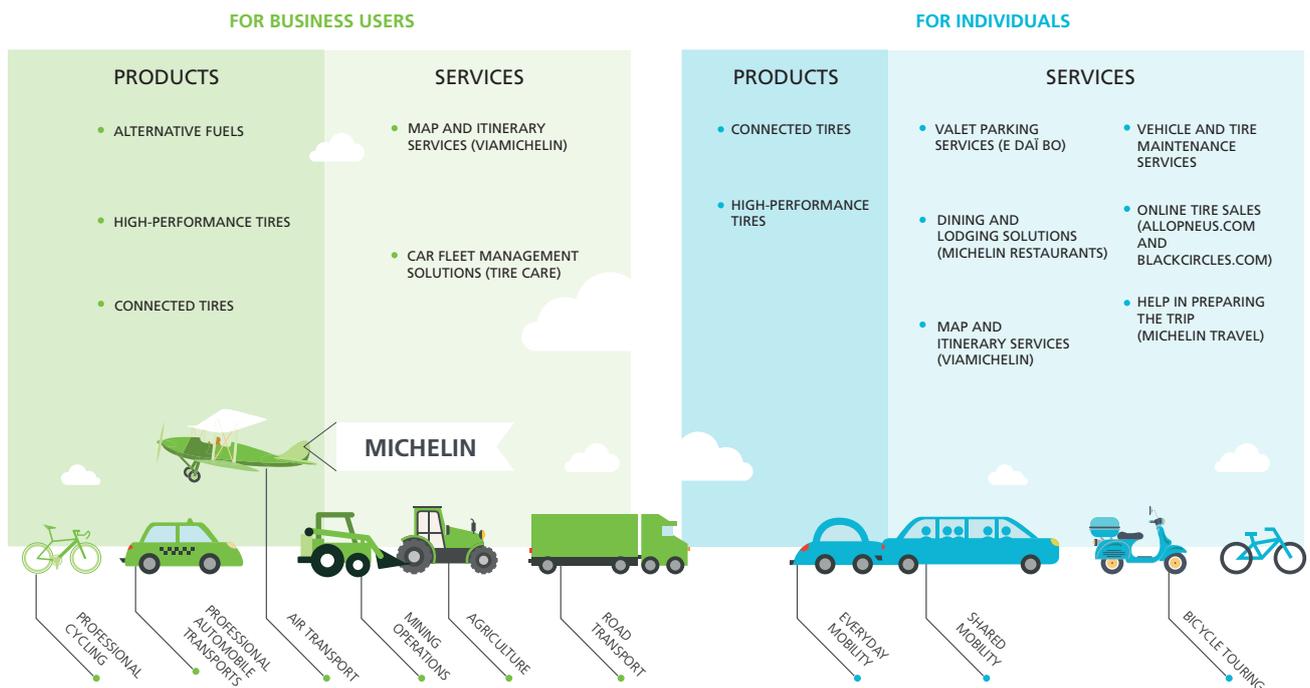


05

MEMBROS DO COMITÉ DE DIREÇÃO DO OPEN LAB CHALLENGE BIBENDUM



Michelin: uma oferta de produtos e serviços para facilitar todo o tipo de mobilidade.





O saber fazer tecnológico e inovador da Michelin ao serviço da sustentabilidade da mobilidade

A Michelin liderou sempre a inovação nos pneus. Esta capacidade de inovação deve-se ao seu Centro de Tecnologia e aos 6.000 empregados que trabalham em 350 áreas de especialização.

A Michelin acredita firmemente que a tecnologia é a chave para a mobilidade do futuro, desde a fabricação de novos polímeros até à incorporação de sensores nos pneus conectados e a impressão 3D de metal. O seu Corporate Innovation Board ajuda o Grupo a pôr a inovação ao serviço da sua estratégia. Por exemplo, foi a inspiração para a política de economia circular que agora irriga toda a I + D do grupo Michelin.

Dado que não se trata só de uma prospetiva, mas bem de ações concretas, a Michelin apresentou VISION, o seu pneu concept, em exclusiva em Movin'On. VISION 2017 concentra toda a experiência da Michelin e oferece uma visão de um futuro não muito longínquo que o Grupo inventa todos os dias.

A MOBILIDADE SUSTENTÁVEL NO CENTRO DA ESTRATÉGIA DA MICHELIN

1992



Comercialização do primeiro pneu verde pela Michelin.

2012



Lançamento da gama Michelin Energy E-V especial para veículos elétricos.



OBJETIVO



ALGUMAS DAS PARCERIAS DE I+D E APOIOS A START-UPS DE MOBILIDADE SUSTENTÁVEL

> Symbio FCell

O grupo apoia desde 2014 esta companhia especializada no desenvolvimento de pilhas de hidrogénio.

> e Dai Bo

Start-up chinesa que oferece serviços de estacionamento em toda a China através de uma plataforma digital. Como parte da sua oferta de serviços, e Dai Bo escolheu TyrePlus como provedor de serviços de manutenção do automóvel. Os clientes que utilizam o serviço de estacionamento têm, assim, a oportunidade de fazer a revisão do seu veículo, o que produz atividade na rede Michelin. A MICHELIN entrou no capital da Dai Bo em junho de 2016.

> Biobutterfly

Parceria para a investigação à volta da criação de cauchos sintéticos a partir de biomassa.

> Add-Up

No quadro desta parceria com FIVES encerrada em 2015, a Michelin reforça a sua liderança na tecnologia de impressão 3D de metal.

07

Criar e animar um ecossistema global da mobilidade sustentável

As soluções de transporte sustentável só podem vir da mobilização de todos os intervenientes, grandes e pequenos, industriais ou académicos, públicos e privados. Todas as iniciativas devem ser capazes de encontrar-se e debater. Na Michelin pensamos que os encontros são a chave do progresso, que reunir cientistas e empreendedores, visionários e inovadores, especialistas de todas as áreas e de todas as disciplinas, é uma fonte de energia capaz de mover o mundo inteiro. A nossa abordagem de inovação aberta concretiza-se operacionalmente com 300 parcerias de investigação em todo o mundo.

Movin'On concebeu-se com esta missão. A inovação é o eixo do evento. A abundância de ideias e soluções, para a qual contribui a Michelin, deve ir num único sentido: cada grande salto tecnológico para a mobilidade deve ser também um passo para a frente para o meio ambiente.

Com o lançamento de Movin'On, a Michelin mantém-se fiel ao espírito do Grupo desde a sua criação e dos primeiros pneus Michelin: tornar as deslocações mais rápidas, mais fáceis, mais seguras, mais respeitadas com o meio ambiente e menos custosas.

2013



Lançamento da estratégia 4R, versão operacional da Michelin do conceito de economia circular, com o impulso do Corporate Innovation Board Michelin.

2014



A Michelin compra a SASCAR, empresa brasileira de gestão de frotas de veículos pela Internet.

2015



Entrada no capital da allopneus.com, líder francês de venda on line de pneus.

Compra da blackcircles.com líder britânico de venda de pneus on line.

Joint-venture com a FIVES para a impressão 3D de metal.

2016



Inauguração do novo centro de I+D de Ladoux (França). Aquisição da BookaTable, líder europeu de reserva de mesas on line.

2017



Com motivo do Movin'On 2017: apresentação da nova identidade visual da Michelin e do VISION, o pneu concept do futuro.

«A MICHELIN É UMA EMPRESA EM MOVIMENTO, COM UMA PODEROSA VISÃO DA MOBILIDADE, E MOVIN'ON 2017 É UMA OPORTUNIDADE PARA MOSTRÁ-LA».



TRÊS PERGUNTAS A... **CLAIRE DORLAND CLAUZEL**

MEMBRO DO CONSELHO EXECUTIVO DO GRUPO,
DIRETORA DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL,
DE MARCAS E RELAÇÕES EXTERIORES

Como encaixa Movin'On 2017 na folha de rota estratégica do grupo Michelin?

Movin'On tem para nós dois interesses. O primeiro é reunir num só lugar todos os intervenientes globais da mobilidade sustentável. A Michelin e os seus parceiros acreditam no poder dos ecossistemas e na partilha inteligente das soluções. Movin'On é uma chamada à ação. A COP 21 demonstrou que uma estreita colaboração entre as organizações públicas e privadas foi a chave do êxito. O compromisso dos Estados e das empresas é necessário para limitar o aquecimento global, pois não há arsenal legal eficaz se as empresas, através da inovação, não oferecem ao público bens de consumo compatíveis com os objetivos fixados. Mais ainda, as gerações mais jovens, mais inclinadas a passar para a mobilidade verde, são proactivas e exigem iniciativas decididas. Na Movin'On, a Michelin mobilizou e promoveu aqueles visionários dispostos a agir. Capitalizámos a tremenda energia da inovação e das soluções práticas, das greentechs e das cidades inteligentes para criar as condições para o progresso.

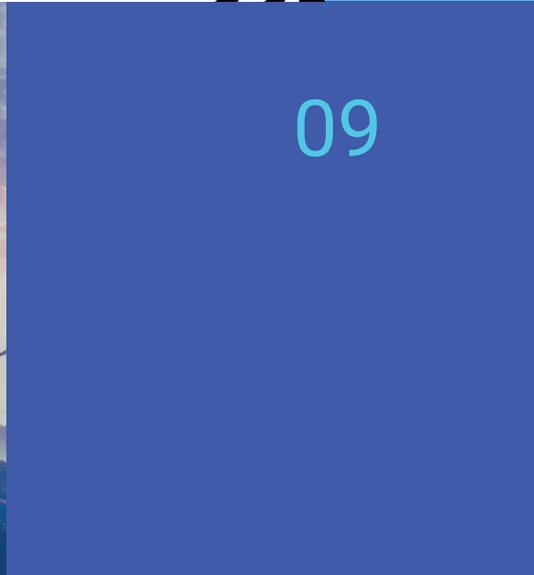
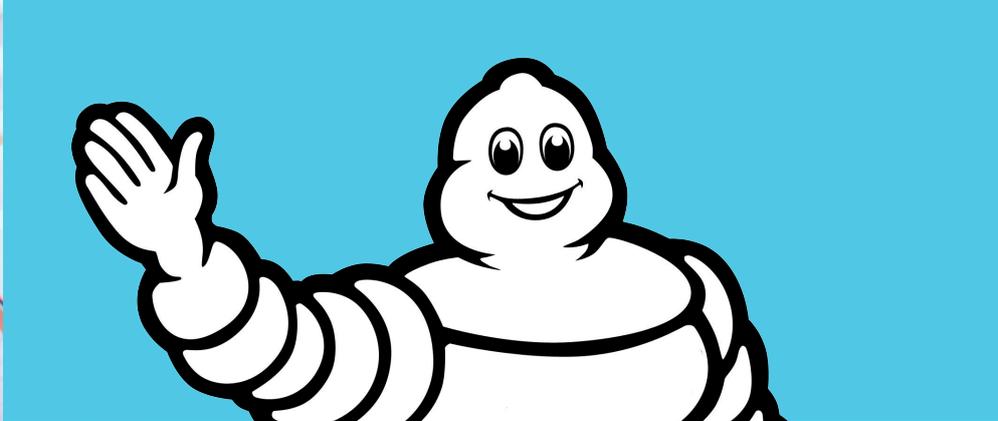
O segundo interesse é mostrar que a Michelin tem a ambição e a capacidade de ação. Aproveitamos a oportunidade desta primeira edição de Movin'On para revelar não só o que vai ser, em linha com esta ambição, o pneu do futuro visto pela Michelin, VISION, como também a nossa nova identidade

visual.

O Grupo agora é reconhecido como um dos intervenientes mais legítimos da mobilidade sustentável. A Michelin é uma empresa em movimento, com uma poderosa visão da mobilidade sustentável, e Movin'On 2017 é uma oportunidade para reafirmá-lo.

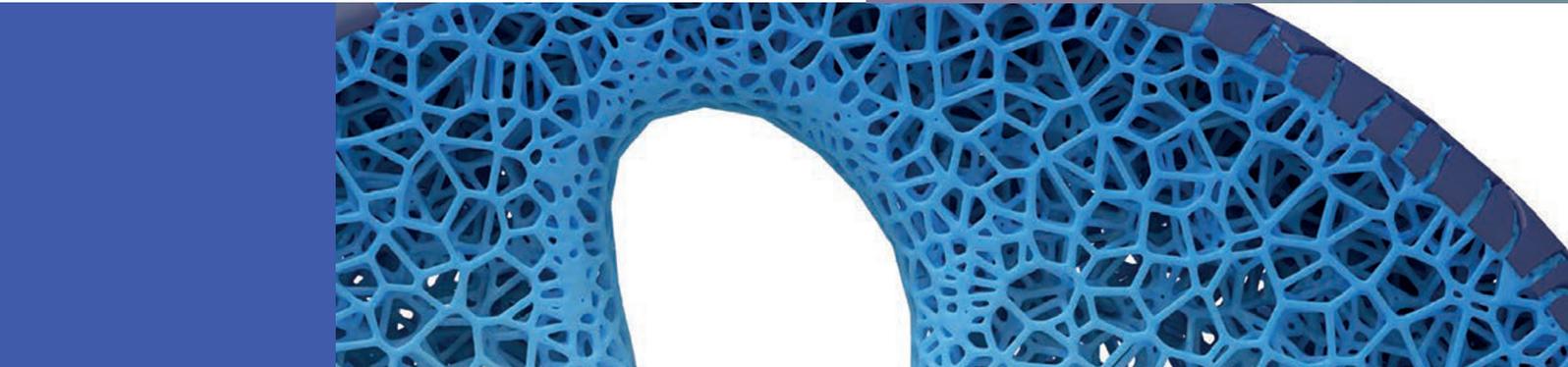
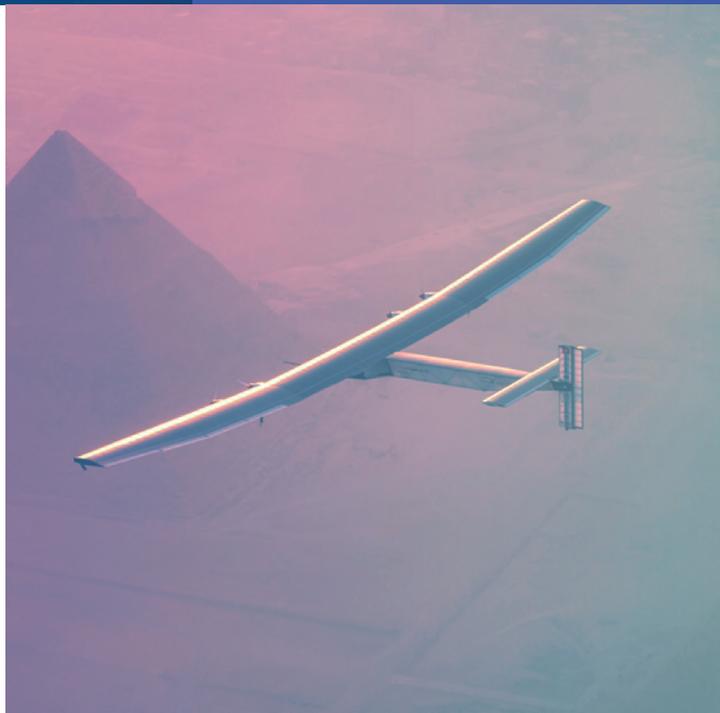
Porquê mudar o logotipo e a identidade visual da Michelin?

Para dar corpo a este novo impulso. Uma marca deve viver: viver com os tempos, viver com os seus clientes, viver de acordo com os seus fins. Podemos, na Michelin, capitalizar a excelente imagem de marca e uma grande reputação. A mudança pela mudança não nos interessa: quando inovamos, fornecemos maiores performances, uma maior comodidade, aumentamos o prazer para os nossos clientes. Assim é como construímos a nossa credibilidade e a nossa legitimidade. A nova identidade visual mantém-se fiel a esta visão da inovação útil. Apoiase nos nossos fundamentos, ao mesmo tempo que se projeta para um futuro otimista e sustentável. Com o impulso de Jean-Dominique Sénard, a Michelin acelera e este novo logotipo acompanha esta ofensiva.



Como?

Simplemente, lançando-nos de cabeça no século XXI e usando os seus códigos. Tomemos, por exemplo, o Boneco Michelin, ícone da marca: não só o desenho do Bibendum evoluiu para uma personagem mais próxima, mais dinâmica, mais expressiva, como também, num abrir e fechar de olhos, a sua benévola presença se tornou em parte da nossa vida quotidiana, fiel ao seu papel de facilitador. E isto, de uma maneira mais simbólica, mais gráfica e totalmente adaptada a esses modos atuais de comunicação que são as redes sociais.



ZOOM SOBRE ... **MOVIN'ON, BY MICHELIN:** O PONTO DE ENCONTRO MUNDIAL DA MOBILIDADE SUSTENTÁVEL

Movin'On: O ponto de encontro mundial da ação para a mobilidade sustentável

Há 20 anos a Michelin lançou a primeira edição da Michelin Challenge Bibendum. Com os anos, este evento tornou-se na referência mundial no transporte sustentável.

A mobilidade está no centro de todas as nossas atividades. É uma necessidade humana, social e económica e, ao mesmo tempo, uma grande exigência ambiental. O desafio que agora enfrentamos é o seguinte: oferecer as soluções adequadas para a sociedade e para o planeta e que impulsionem um desenvolvimento económico e social responsável.

Esta é a razão pela qual Michelin Challenge Bibendum evolui e se torna em Movin'On.

Este novo formato é mais colaborativo e mais prospetivo. É, ao mesmo tempo, uma montra para a inovação e uma grande oportunidade para encontrar-se e dialogar com todos os intervenientes na mobilidade. Movin'On foi concebido para favorecer os encontros que alimentam a inovação. Cientistas, empreendedores, visionários e criativos, autoridades públicas e agentes privados de todas as áreas, ansiosos de se reunir, inspirar, intercambiar, abrir a outras áreas, pessoas e formas de ver o mundo: Movin'On tem o objetivo de criar sinergias para que as ideias de uns promovam as ideias de outros, agora e no futuro.

Ideado pela Michelin em colaboração com a agência C2 Montreal, Movin'On dá vida a uma comunidade de inovação sem fronteiras. Está orientada decididamente para a ação. Este novo grande ponto de encontro pretende reinventar a mobilidade, por um futuro melhor, mas também um futuro que só será possível se estiver escrito por todos aqueles que desempenham um papel.

Movin'On 2017: Seis grandes temas para honrar Montreal

A escolha de Montreal impôs-se logicamente para celebrar a primeira edição de Movin'On. A capital da província do Quebec é um exemplo em mobilidade urbana sustentável.

Seis temas marcaram o ritmo dos três dias de evento: Novas experiências de transporte, Mobilidade inteligente, Os próximos grandes progressos em mobilidade, O desenvolvimento da economia circular, As regulações e políticas de incentivo e Uma mobilidade limpa, eficiente e segura.

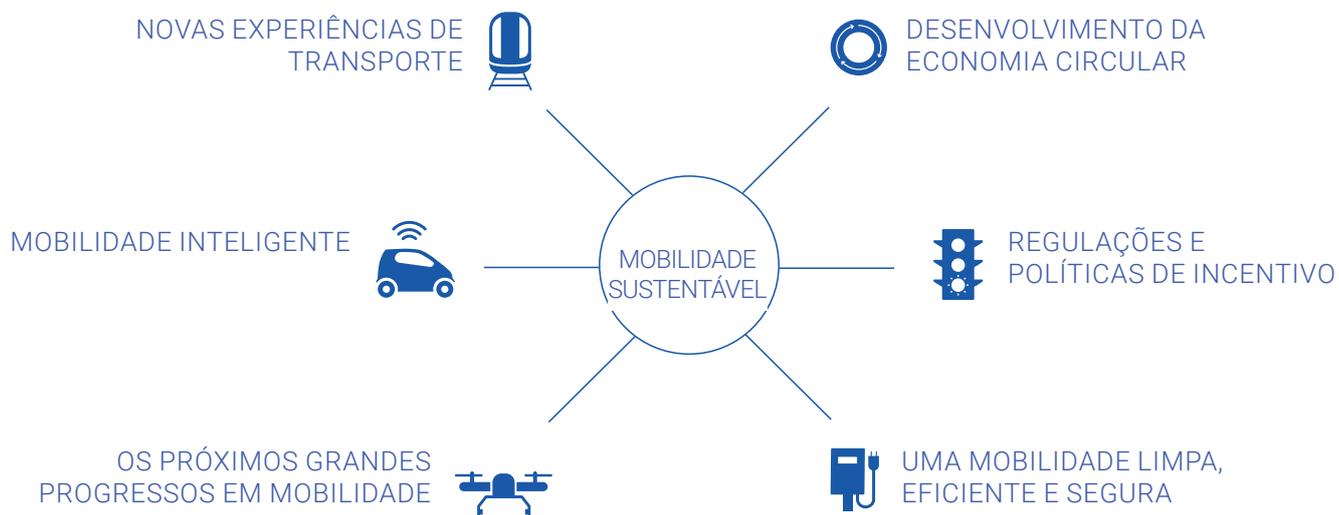
As intervenções, aulas magistrais e intercâmbios informais marcaram a pauta em Movin'On 2017, de acordo com o espírito de colaboração que os organizadores pretendiam alentar.

APÓS 20 ANOS DE ÊXITOS, CHALLENGE BIBENDUM MODERNIZA-SE E TORNA-SE EM

MOVIN'ON
by Michelin



OS SEIS GRANDES TEMAS DE MOVIN'ON 2017



Michelin @Movin'On 2017 • **MOMENTOS-CHAVE**

VISION, O PNEU CONCEPT DA MICHELIN, EXPRESSÃO DA MOBILIDADE SUSTENTÁVEL DO AMANHÃ

A Michelin apresentou, em exclusiva, em Movin'On 2017, VISION, o seu pneu concept, um concentrado de tecnologias, prospetivo, desenvolvido em construção conjunta com os utilizadores. Este pneu concept, sem ar, conectado, recarregável, personalizável e bio é, ao mesmo tempo, uma roda e um pneu. VISION é um sonho ao nosso alcance, pois esta solução revolucionária faz convergir os projetos de inovação explorados pelas equipas de I + D do grupo. Propondo uma solução de mobilidade que conjugue pneu, serviços e materiais inéditos, a Michelin apresenta uma inovação inspirada na natureza, que se integra perfeitamente no quadro de uma economia circular e que encarna a sua visão da mobilidade sustentável do amanhã.

A intuição de partida: fazer convergir todas as tecnologias para inventar um objeto emblemático da mobilidade do amanhã, sustentável e inteligente.

Com a direção dos seu Corporate Innovation Board (CIB), a Michelin arrancou com o projeto VISION na primavera de 2016.

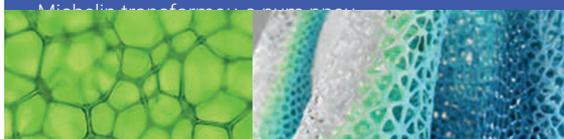
A folha de rota do CIB era simples: imaginar um objeto emblemático da mobilidade do amanhã, rico em tecnologias, incentivando a sua convergência, e que proporcione um nível ultra alto de performances meio-ambientais, de acordo com a estratégia 4R do grupo e os valores da Michelin.

ABORDAGEM



VISION E O BIOMIMETISMO

Na fase de conceção, os nossos investigadores abandonaram os caminhos trilhados e realizaram uma profunda reflexão sobre a relação entre a produção de objetos em grandes quantidades e a natureza. Longe da tendência de se inspirar num elemento natural para conceber um produto manufaturado, a equipa de VISION estava interessada na fase que precede do florescimento de uma planta, do crescimento de um animal, da formação de um mineral. Da mesma maneira que um rebento de sementes, cresce e toma o seu lugar no espaço, revelando uma forma, uma cor, umas propriedades químicas, VISION concebeu-se como um objeto natural. O seu nascimento, o seu crescimento, a sua renovação, o final da vida são parte de um processo natural que não danifica o meio ambiente, como uma planta que, nascida da terra, volta à terra após a sua morte. A economia circular é um anel virtuoso inspirado no ciclo da vida. A



A génese do conceito: design thinking e construção conjunta com os utilizadores.

VISION desenvolveu-se como um projeto. A direção encomendou-se a Mostafa El-Oulhani, desenhador do Grupo.

A metodologia deu prioridade à construção conjunta com os utilizadores.

A Michelin, em primeiro lugar, escutou os condutores urbanos e os pilotos de corridas, os agricultores e os pilotos de avião, a condutores de equipas de engenharia civil e crianças que só têm idade para andar de bicicleta, pessoas com mobilidade reduzida e motoristas amadores.

Inquiram-se 90 pessoas, repartidas em quatro painéis em todo o mundo, sobre a sua relação com a mobilidade. Estas conversas permitiram identificar grandes necessidades, especialmente sobre a sustentabilidade. Nenhum utilizador quer reduzir a sua necessidade de segurança: a aderência, sejam quais forem as condições meteorológicas e a travagem eficaz em todas as circunstâncias são irrenunciáveis... Mas não só isso. A consciencialização dos utilizadores implica a responsabilidade meio-ambiental. Querem-se mover de modo limpo.

Um pneu 100% biodegradável ou um pneu recarregável, porquê escolher? Jean-Dominique Sénard e os membros do Corporate Innovation Board responderam: "Ambos".

Assim nasceu VISION

Um biopneu.

Os materiais utilizados, de origem biológica e biodegradáveis, ao mesmo tempo, minimizam a pegada meio-ambiental.

O conceito:

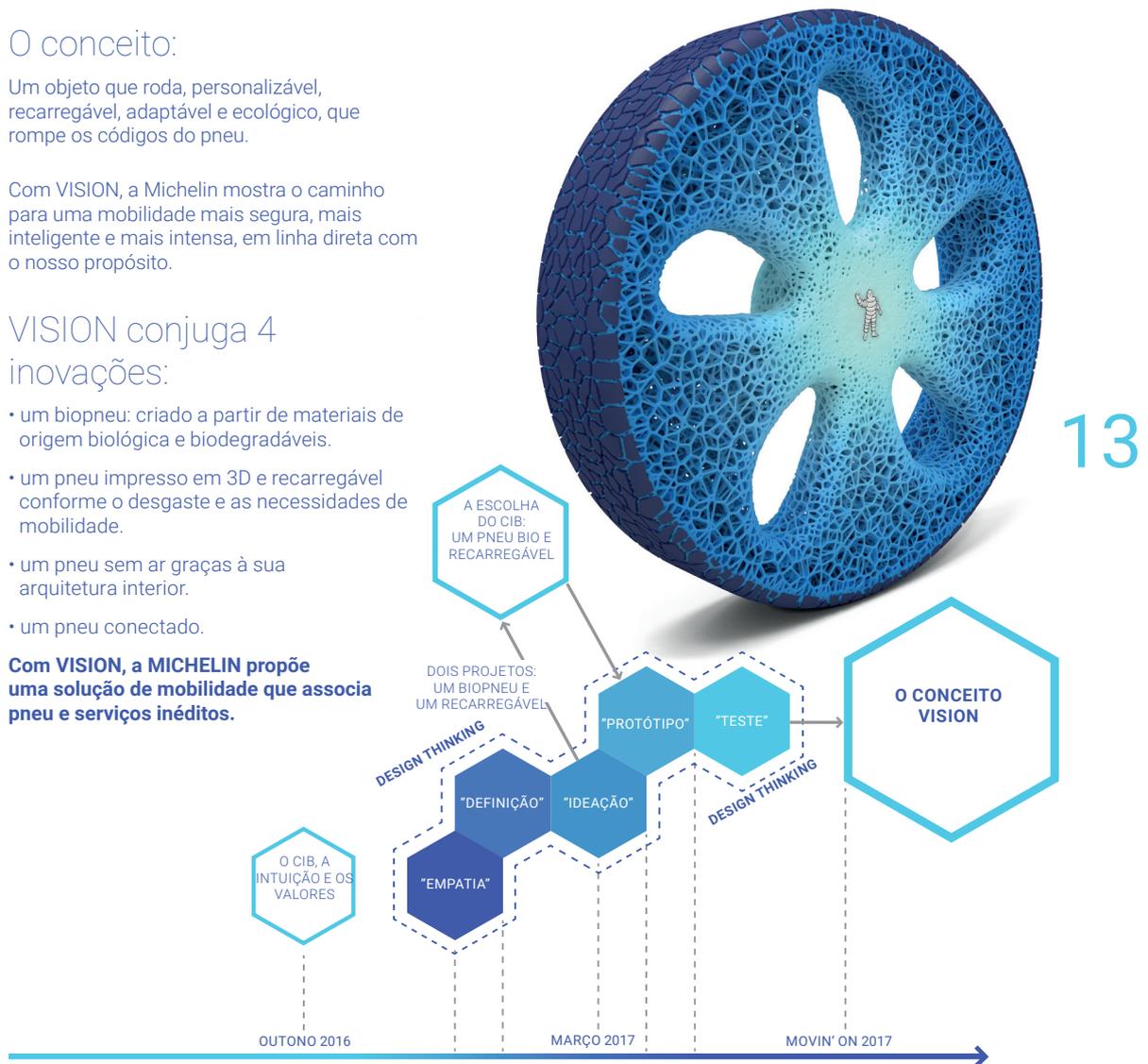
Um objeto que roda, personalizável, recarregável, adaptável e ecológico, que rompe os códigos do pneu.

Com VISION, a Michelin mostra o caminho para uma mobilidade mais segura, mais inteligente e mais intensa, em linha direta com o nosso propósito.

VISION conjuga 4 inovações:

- um biopneu: criado a partir de materiais de origem biológica e biodegradáveis.
- um pneu impresso em 3D e recarregável conforme o desgaste e as necessidades de mobilidade.
- um pneu sem ar graças à sua arquitetura interior.
- um pneu conectado.

Com VISION, a MICHELIN propõe uma solução de mobilidade que associa pneu e serviços inéditos.



13

Um pneu impresso em 3D e recarregável conforme o desgaste e as necessidades de mobilidade.

VISION é o primeiro pneu no mundo que se "recarrega". Com a ajuda de impressoras 3D, é possível depositar a quantidade justa de borracha no pneu e assim prolongar a sua duração, conforme as necessidades, para garantir sempre a mobilidade.

As esculturas da banda de rolamento otimizam-se. A sua profundidade reduz-se para usar menos materiais. As esculturas adaptam-se em função das necessidades de mobilidade, sempre com a tripla exigência de comodidade, segurança e sustentabilidade.

Além disso, VISION é mais leve.

Um pneu sem ar graças à sua arquitetura interior alveolada.

VISION suprime o ar em prol de uma estrutura alveolar capaz de suportar o veículo, garantir

a solidez da roda, assim como o conforto e a segurança na condução. VISION não pode estourar nem furar. Esta arquitetura, baseada numa estrutura de alvéolos, é o resultado de um processo de moldagem de vanguarda, a partir da observação da natureza (solidez no centro, flexibilidade na periferia).

Um pneu conectado

Equipado com sensores, VISION informa em tempo real sobre o seu estado. Além disso, com o aplicativo móvel da Michelin, é possível marcar simplesmente um encontro para mudar o destino do pneu, conforme as necessidades. Esta modificação da utilização (por exemplo, dotá-lo de performances para neve) realiza-se rapidamente com impressão 3D.



A promessa ao utilizador: mobilidade sustentável à medida

Graças à Michelin, gerir os seus pneus será tão simples como rever o seu correio eletrónico no seu telefone inteligente. Com um só clique no ecrã de um dispositivo, o consumidor poderá decidir recarregar os seus pneus ou mudar a utilização por um tempo determinado.

Uma viagem para esquiar, uma excursão fora da estrada durante dois dias ou mais, nada é impossível. O aplicativo da Michelin permitir-lhe-á reservar um tempo de recarga dos seus pneus enquanto come um gelado ou dá um passeio. Pode retomar o seu caminho imediatamente com total tranquilidade, graças à solução VISION, a Michelin garante a melhor solução de mobilidade, preservando os recursos naturais e protegendo as gerações futuras.

VISION, a convergência de todo o saber fazer tecnológico do grupo Michelin

Embora o VISION se situe no futuro da mobilidade, é um sonho ao alcance da mão. É um conjunto de visões tecnológicas nas quais já trabalham as equipas I+D da Michelin e que se incorporarão gradualmente à oferta de produtos e serviços da marca. Demonstra o potencial destas tecnologias, combinadas com inteligência para responder tanto às necessidades de segurança como aos imperativos de sustentabilidade.

**19 PATENTES
PROTEGEM O VISION, O
PROCESSO
E AS MATÉRIAS-PRIMAS.**

TRÊS PERGUNTAS A...

Mostapha EL-OULHANI,
DESENHADOR E CHEFE DO PROJETO VISION

VISION desenvolveu-se em modo «design thinking»: O que é que significa isto?

É um método que utilizámos na Michelin pela primeira vez. No centro desta abordagem, que os designers conhecidos bem, há um projeto inovador, que esperamos construir em estreita relação com as necessidades do utilizador final. É um processo rico e muito eficaz.

O exemplo do VISION demonstra esta eficácia, que se baseia em diversas etapas e manter a mente aberta.

Começámos com uma "encomenda": pensar num objeto que rode e que incorpore os princípios da economia circular. Vários grupos de especialistas de muitas disciplinas interessados na mobilidade sustentável reuniram-se em muitos países. Além deste grupo, debatemos internamente na Michelin. Cruzámos dois eixos: o eixo do utilizador e o eixo tecnológico.

No final desta fase, denominada "empatia", começámos a ver mais claramente o que poderia significar a mobilidade sustentável do futuro, especialmente para as gerações mais jovens. Estes intercâmbios foram muito estimulantes, pois permitiram-nos ajustar a "encomenda" a todas as possibilidades e necessidades referidas pelos utilizadores: essa foi a fase de "definição".

Então começou a etapa de "ideação". Tinha o objetivo de permitir-nos adaptar o que tínhamos entendido às expectativas dos utilizadores em forma de ideias operacionais. Depois, fizemos dois protótipos apresentados ao Corporate Innovation Board, com tanto êxito que nos pediu que se fundissem num só. Tudo em menos de seis meses. É um grande orgulho para nós.

Qual foi o papel do Corporate Innovation Board no projeto VISION?

Esteve na origem do projeto e fez-nos a "encomenda" do VISION. O CIB é o iniciador da política de inovação do grupo, definindo as prioridades. É a origem da estratégia 4R e está muito comprometido para que a inovação não seja só uma questão de estratégia, mas sim algo tangível, palpável em cada um dos nossos produtos e serviços. Com este espírito, pediu-nos que lhe oferecêssemos um projeto que mostrasse todo o potencial tecnológico da Michelin e que integrasse a estratégia 4R. Também esteve na origem da forma final do VISION, decidindo que os dois protótipos que concebemos, o "pneu bio" e o pneu recarregável, se fundissem.

Que significa «pneu concept»?

Da maneira em que o concebemos, o pneu concept VISION é uma vitrina do saber fazer ao mesmo tempo que uma promessa de futuro. Nós queríamos que VISION fosse realista, pois não serve de grande coisa conceber objetos ou serviços que sabemos bem que não são realistas. VISION é, em contrapartida, possível, pois baseia-se no nosso saber fazer em I+D e já podemos ver em futuras aplicações. É uma promessa ao alcance da mão.

HOJE

Exemplo de iniciativas I+D da Michelin

BioButterfly 1.0 e 2.0

Realizado em parceria com a Axens, Tereos e IFP, BioButterfly explora as possibilidades de produção do butadieno sintetizado a partir de materiais renováveis. No futuro, os butadienos poderão vir da palha, de aparas de madeira.

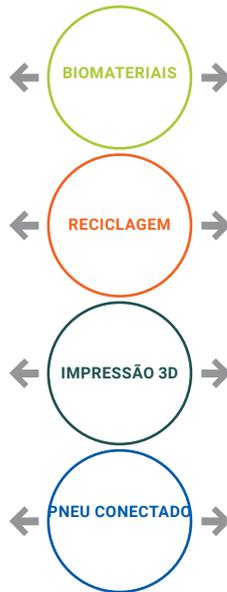
TREC Alcohol

TREC Alcohol estuda a extração de álcool a partir dos resíduos de pneus.

Add-Up

no quadro de duas parcerias, a Michelin aproveita o enorme potencial da impressão 3D de metal.

A Michelin ganha a liderança com o desenvolvimento do pneu conectado e colocando a experiência do consumidor no centro da sua abordagem I+D. A compreensão das utilizações e necessidades dos clientes permitir-nos-á proporcionar esta serviço de impressão por pedido, o que garantirá a segurança do consumidor, em todo momento, minimizando a pegada meio-ambiental.



AMANHÃ

Convergência de tecnologias para inventar o pneu sustentável, conectado e à medida



A PROMESSA SOCIAL: QUANDO A ECONOMIA CIRCULAR INSPIRA A INOVAÇÃO



REDUZIR: A banda de rolamento do VISION está adaptada às necessidades do utilizador, utilizando a quantidade de borracha mínima necessária. Recarregada por impressão 3D, esta solução reduz a quantidade de energia necessária para a criação de uma nova banda de rolamento.

REUTILIZAR: VISION é formado por um Coração Bio que se pode reutilizar e recarregar. Reutilizando-o, o utilizador conserva os recursos naturais usados na sua criação.

RENOVAR: VISION utiliza um grande número de componentes renováveis, o que limita o uso de produtos baseados no petróleo. VISION utilizará materiais derivados de aparas de madeira, palha, melaço, casca de laranja. O caucho natural provirá somente de explorações agrícolas que respeitam a natureza.

RECICLAR: VISION incorporará também materiais reciclados derivados de pneus ou resíduos domésticos como aparas de pneus, latas de alumínio, componentes eletrónicos.

Michelin @Movin'On 2017 • **MOMENTOS-CHAVE**

A MICHELIN PRESENTA O SEU NOVO LOGOTIPO E A EVOLUÇÃO DA SUA IDENTIDADE VISUAL

A Michelin revelou em Movin'On 2017 a sua nova identidade visual, adequando a marca ao seu tempo e posicionando o grupo na oferta de soluções de mobilidade sustentável.



Um novo Bibendum e uma nova identidade visual

O desenvolvimento de novas atividades e a estratégia multimarca promovida pelo grupo refletem uma vontade de ampliar as missões da Michelin oferecendo todas as soluções para uma melhor mobilidade, para além da atividade central do pneu.

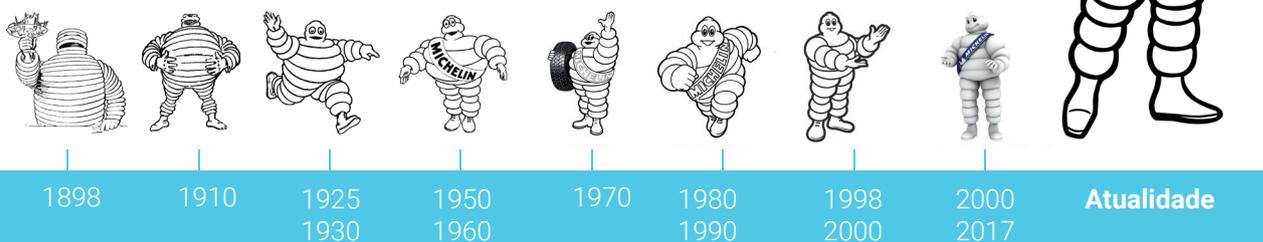
Há mais de 120 anos que o Bibendum, o boneco da Michelin, acompanha com fidelidade a comunicação do Grupo. Como é natural, evoluiu com o passar do tempo. Deixando o seu monóculo e o seu cigarro e adotando um estilo 3D nos anos 2000, continua a alentar as viagens, encarna o que a Michelin quer ser: uma figura quotidiana, familiar, considerada e acessível.

A Michelin vela por que o Bibendum mantenha a sua contemporaneidade. Existe para guiar e para servir os clientes de hoje.

Devido a que o modo de nos comunicarmos com os clientes se transforma e se enriquece com os efeitos dos canais digitais, o grafismo do Bibendum optou por retornar ao 2D, em coerência com os meios digitais e mais fácil de usar, menos pesado para descarregar e mais fácil de manipular. O Bibendum 2017 conserva o seu estilo de sempre, mas aligeira-se. Esbelto e ativo, o anjo da guarda dos automobilistas parece mover-se.

Esta nova identidade de marca, que se estende tanto aos logotipos como às campanhas publicitárias, é uma evolução sem revolução. Permite capitalizar a identidade atual, garantindo uma transição pacífica entre a atual e a nova. Isto demonstra que o propósito da Michelin continua a ser o mesmo: uma empresa em movimento, orgulhosa da sua história, que vive no seu tempo e olha para o futuro.

De um único logotipo a dois logotipos



Daqui ao fim de 2017, a evolução da identidade da marca também passará pela adoção de dois logotipos, em vez do único atual.

Um definirá a marca institucional e, o outro, a marca comercial Michelin. O logotipo da marca do grupo apresentou-se em Movin'On e permite dar visibilidade específica a este último, a sua estratégia e a sua missão fundamental: a mobilidade sustentável. A seleção de um Bibendum a mostrar o caminho com amabilidade é coerente com o posicionamento estratégico do grupo.

O logotipo da marca comercial, que encarnará a proposta de mercado da marca Michelin: pneus, serviços e soluções, Michelin Expérience, será desvelado em breve.

Agora já não é o consumidor e o cliente quem entra no mundo da Michelin: é a Michelin a que está perto da sua vida quotidiana. O seu papel: acompanhá-los, ajudá-los, protegê-los em todos os momentos da vida. Este é o sentido deste novo universo da marca comercial, batizado como «Bib in the world», o que dá origem a uma nova campanha de publicidade sobre o tema «Michelin takes action». Mais próximo, mais discreto, mais atento e mais empático, o Bibendum é agora parte da vida quotidiana, levando bem alto os seus valores e **dando um tom positivo às histórias de mobilidade de cada um dos nossos clientes.**

«NÃO SÓ EVOLUI A CONCEÇÃO DO BIBENDUM PARA UMA PERSONAGEM MAIS EM SINTONIA COM O SEU TEMPO, MAIS PRÓXIMA, MAIS DINÂMICA, COMO TAMBÉM SE TORNA PRESENTE COM UMA VISTA DE OLHOS, FIEL AO SEU PAPEL COMO FACILITADOR. E ISTO, DE UMA MANEIRA MAIS SIMBÓLICA, MAIS GRÁFICA E TOTALMENTE ADAPTADA AOS MODOS ATUAIS DE COMUNICAÇÃO QUE SÃO AS REDES SOCIAIS.».

Claire DORLAND CLAUZEL,

Membro do conselho executivo do grupo, diretora de desenvolvimento sustentável, de marcas e relações exteriores.

17

O LOGOTIPO DA MARCA DO GRUPO



1 Desde as suas origens que o Bibendum é o embaixador do espírito pioneiro e visionário dos irmãos Michelin. Ilustra as capacidades da empresa no pneu, apoia-a nas suas lutas e promove as suas inovações. Posicionando o Bibendum no centro do novo logotipo, sem moldura à volta dele, reafirmamos com força este simbolismo.

2 O Bibendum mostra o caminho para uma melhor mobilidade como o traça o Grupo. Olha para o futuro num gesto otimista e benevolente. A mão estendida e aberta convida todos a enveredar por este caminho.

3 O logotipo da marca institucional dará uma clara visibilidade à Michelin. Sem o efeito inútil das modas, mas sim com sobriedade, a Michelin avança com serenidade para o futuro. O slogan de "A melhor forma de avançar" é um elemento fundamental para compreender o posicionamento do grupo. As letras em itálica são finas e dinâmicas.

O NOVO UNIVERSO DA MARCA COMERCIAL

1 Nas novas campanhas, o Bibendum deixa o papel estelar ao cliente. Sem deixar de ser o seu acompanhante quotidiano, tranquilizador e considerado, melhora a experiência da viagem e dá-lhe confiança nos produtos e serviços de marca.

2 Este novo estilo, denominado Bib in the World, representa o Bibendum pelo seu braço, pela sua cabeça, pelo seu pé ou qualquer outra parte do seu corpo. As novas poses da personagem apoiam uma mensagem mais emocional e mais próxima dos consumidores. E, acima de tudo, cede-lhe o papel principal, ficando com o papel de companheiro de confiança.

3 Um objetivo: sensibilizar os nossos clientes sobre a importância dos seus pneus, mostrando-lhes que a Michelin está aí, a seu lado, nos momentos de maior importância para eles.





MOVIN'ON E A MICHELIN



HASHTAGS

#Michelin
#Michelintakesaction
#MichelinMovinOnConf
#MovinOnConf

