

Communiqué de presse



3 octobre 2019

L'espace du futur: pour des visions, des idées et des concepts qui façonneront le monde des transports de demain.

Scania crée un espace virtuel où ses propres experts et visionnaires se rencontrent et échangent des idées sur les tendances et les visions avec des voix extérieures telles que des chercheurs, des futuristes, des vidéastes et des auteurs. Ensemble, ils brossent un tableau de ce que l'avenir peut apporter: le foyer de cette créativité, c'est l'espace de l'avenir.

Scania souhaite partager davantage sa vision de ce à quoi pourrait ressembler la transition vers un système de transport durable. Scania se tourne vers un avenir optimiste et souligne le rôle que les entreprises peuvent jouer pour influencer positivement les préoccupations mondiales. La société met également l'accent sur la puissance du progrès technologique et de l'innovation grâce à l'introduction de concepts, de projets pilotes et d'idées avancés.

«Nous voulons rendre les gens plus curieux à propos de Scania. Faire en sorte que ceux qui nous connaissent déjà voient d'autres facettes de notre personnalité, mais aussi nous adresser à un public orienté vers le futur qui ne sait pas encore qu'il doit se tourner vers nous», déclare Erik Ljungberg, responsable de la communication, de la marque et du marketing chez Scania. «Le capital le plus précieux dont nous disposons en tant qu'entreprise, ce sont nos employés, nos talents – l'espace du futur est un espace pour eux, mais aussi pour les personnes extérieures à l'entreprise.

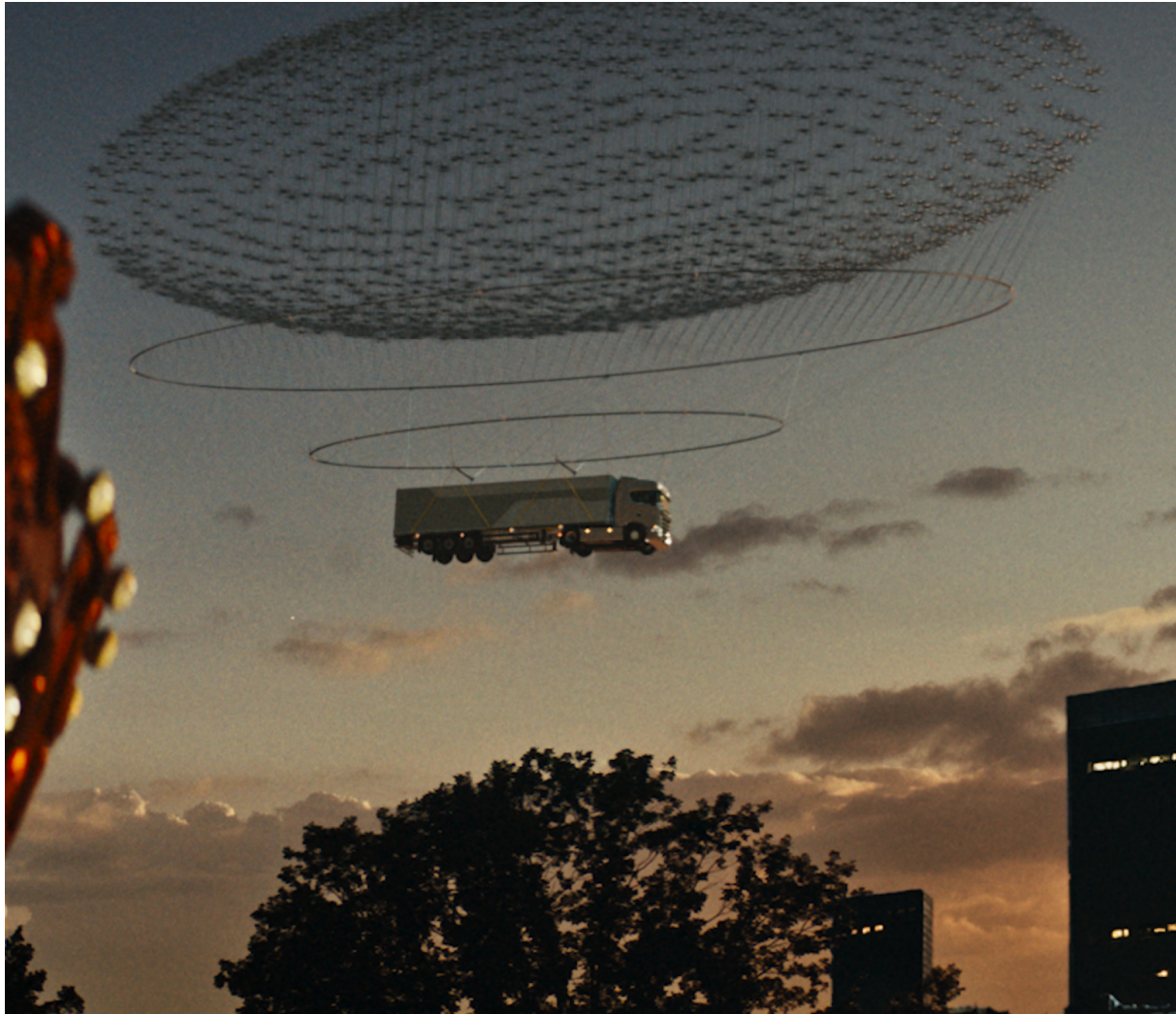
Rester à la pointe des grands changements technologiques, explorer de nouveaux modèles économiques et gérer le rythme du changement est un défi mais aussi une grande opportunité pour Scania, l'écosystème du transport et de la logistique, et la société en général.

«Nous avons un héritage et une culture forte. Pour l'avenir, nous nous appuyons sur ces acquis et développons de nouvelles compétences et de nouveaux partenariats dans des domaines tels que les véhicules autonomes, la mise en réseau et l'électrification. Cela passe aussi par une approche communicationnelle qui rapproche les nouveaux acteurs et parties intéressées de l'entreprise», explique Erik Ljungberg.

<https://www.scania.com/ch/fr/home/future-room.html>

<https://www.scania.com/group/en/a-new-cableless-concept-revealing-scania-axl/>

<https://www.scania.com/group/en/taking-urban-transport-to-the-nxt-level-a-new-concept-from-scania-2/?playvid=1>



N'hésitez pas à nous contacter pour de plus amples informations:

Karin Hallstan, Head of Corporate Communications & PR

Tél.: + 76 8428104

E-mail: karin.hallstan@scania.com



Scania compte parmi les premiers fournisseurs mondiaux de solutions de transport. En coopération avec nos partenaires et notre clientèle, nous nous engageons à faire avancer la transition vers un système de transport durable. En 2017, nous avons livré 82'500 camions, 8'300 autobus et 8'500 moteurs industriels et marins à nos clients, réalisant ainsi un chiffre d'affaires de 120 milliards de SEK (12,2 milliards d'euros), dont environ 20 pour cent proviennent des prestations de service. Fondée en 1891, l'entreprise Scania compte actuellement quelque 49'000 collaborateurs dans une bonne centaine de pays. Les activités de recherche et de développement sont concentrées en Suède ainsi qu'au Brésil et en Inde, alors que la production a lieu en Europe, en Amérique du Sud et en Asie. Des sites de production régionaux se trouvent en outre en Afrique, en Asie et en Eurasie. Scania fait partie de TRATON AG. Vous trouverez des informations supplémentaires sur www.scania.com.