

L'avenir d'EUROPART



- Notre voie
- Notre histoire
- Notre présent
- Le pourquoi
- Nos valeurs
- Notre caractère
- Après-demain
- Notre vision du futur
- Demain



NOS PENSÉES N'ONT
DE LIMITES QUE LES
FRONTIÈRES DE CE
MONDE.

Chères collaboratrices, chers collaborateurs,

Sans objectifs élevés ni une vision clairement définie de l'avenir, la probabilité d'atteindre ses buts dans le futur est extrêmement faible.

Nous avons élaboré une vision du futur pour notre entreprise – EUROPART – dans le cadre de cette procédure. Elle repose sur ce qui fait la force de la société aujourd'hui. C'est sur cette base que nous avons fixé les contours, les valeurs et les répercussions de l'entreprise à l'avenir pour finalement déboucher sur une vision du futur pleine de passion.

Tout cela a finalement été réuni dans notre vision du futur, une vision d'EUROPART pour l'année 2026.





Contenu

Notre voie	6
Notre histoire	8
Notre présent.....	12
Le pourquoi.....	14
Nos valeurs.....	16
Notre caractère.....	18
Après-demain	20
Notre vision du futur	22
Demain	34

NOTRE VOIE



La réalisation de notre vision du futur se déroulera en trois étapes :

1

Hier et aujourd'hui

Pas d'avenir sans savoir d'où on vient, ni se soucier de ce que qui est important aujourd'hui pour demain et après-demain.

2

Après-demain

Tout ce qu'hier et aujourd'hui contiennent pour l'avenir est intégré dans la vision d'après-demain : l'aspect de notre entreprise au 25/11/2026.

3

Demain

Et demain ? Avec notre vision du futur, nous pouvons à présent considérer les étapes suivantes. Parallèlement, chaque jour est à partir de maintenant placé sous le signe de la vision du futur.

NOTRE HISTOIRE

Comment Europart s'est-il construit pour devenir ce qu'il est aujourd'hui?

Qu'est-ce qui a rendu l'entreprise performante ? Qu'avons-nous appris et quelles décisions avons-nous prises dans le passé ? Quelles ont été les principales étapes de l'histoire d'EUROPART ?

Nous gardons les éléments positifs d'hier pour après-demain.

Esprit d'équipe

Liberté créative

Des relations humaines

Passion

Internationalité

Confiance

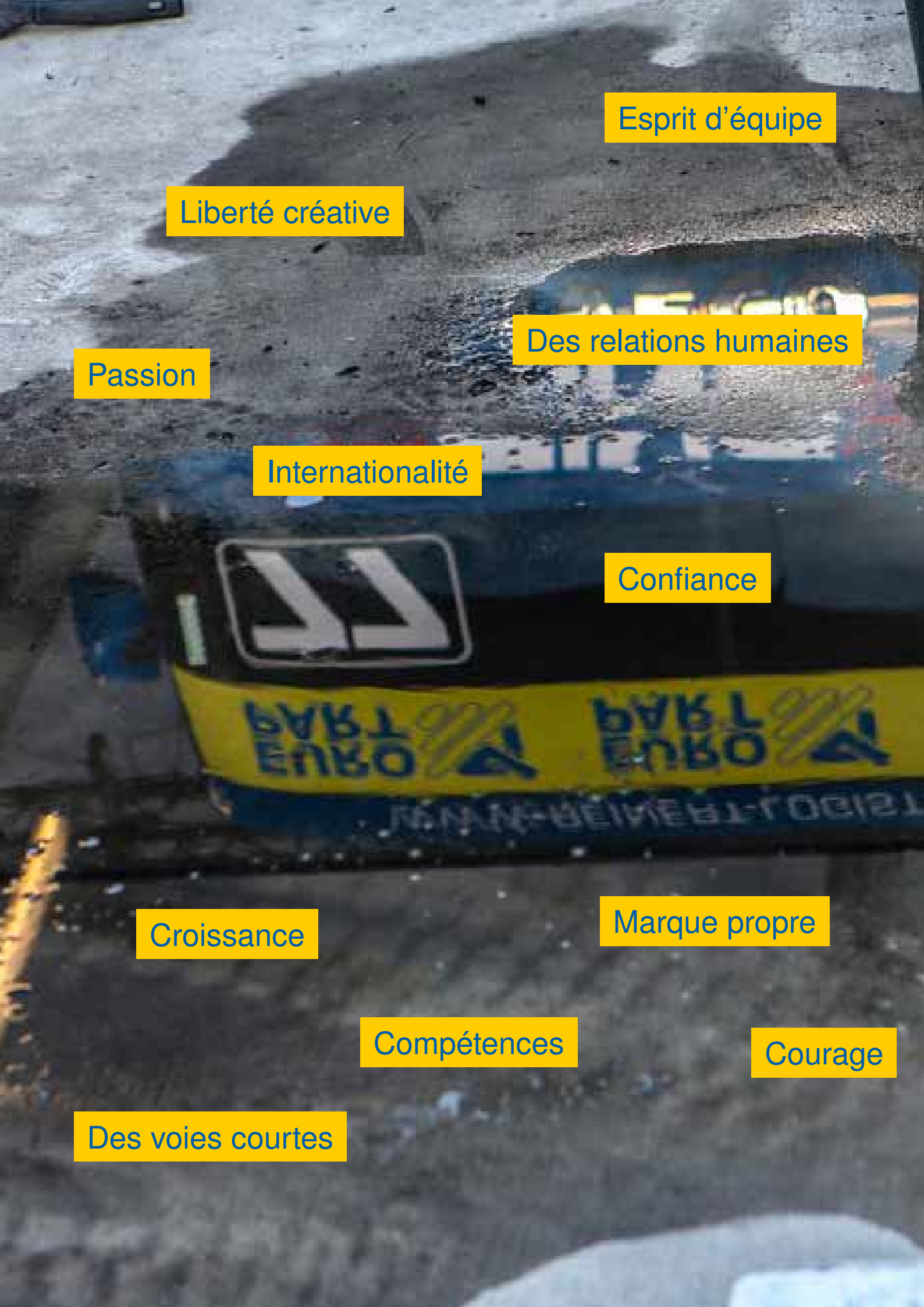
Croissance

Marque propre

Compétences

Courage

Des voies courtes



CONVICTIONS

Lorsqu'on se tourne vers l'avenir, les convictions constituent parfois des obstacles et nous empêchent de voir ce qui est possible.

Les obstacles décisifs ici ne sont pas en-dehors mais en nous. Chaque personne – et chaque entreprise – a son crédo. Ce sont des suppositions sur comment les choses doivent être ou ne pas être. Si il est vrai que nos pensées n'ont de limites que les frontières de ce monde, alors cela vaut la peine de se pencher sur ses propres pensées - et d'en dépasser alors les limites.



Nos convictions pour l'avenir :

- Pour augmenter la valeur de l'entreprise, il faut changer de mentalité.
- Nous sommes capables de penser à long terme.
- Nous sommes capables de faire preuve d'initiative spontanée.
- Nous voyons le côté positif.
- Nous sommes aussi bons que nos concurrents – si ce n'est meilleurs.
- Nous avons peut-être déjà essayé – mais cette fois-ci, ça va marcher.
- Nous avons également les moyens financiers de réaliser quelque chose.
- Je peux moi-même changer quelque chose.
- La vente de l'entreprise ne nous empêcherait pas de réaliser notre vision du futur.

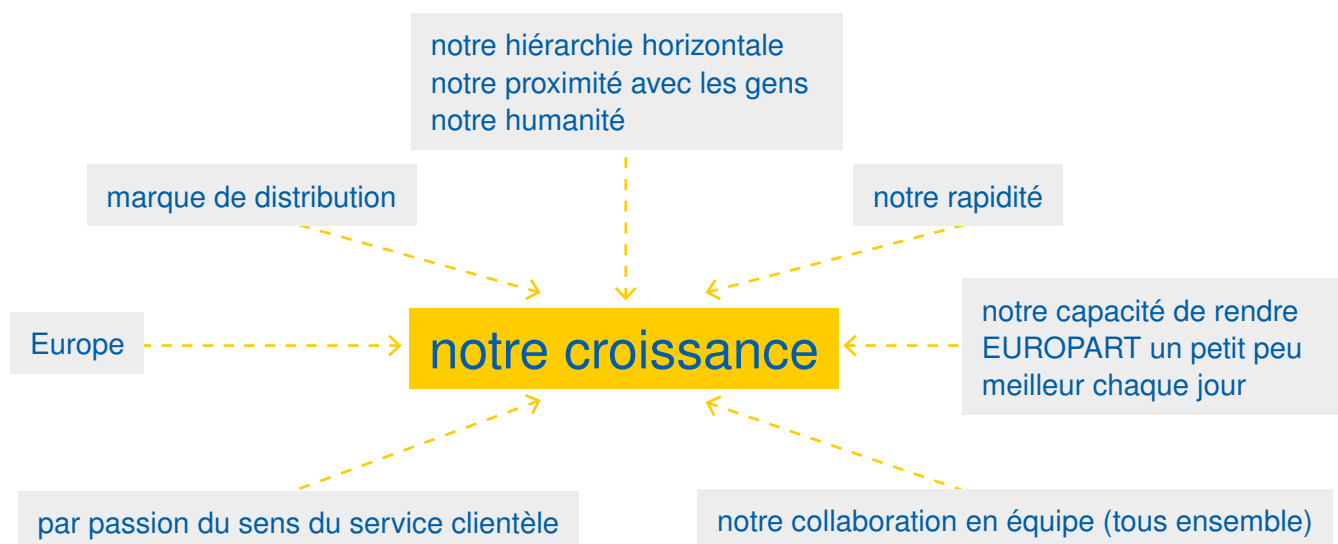


NOTRE PRÉSENT

Le meilleur d'aujourd'hui pour l'avenir

Aujourd'hui déjà, nous faisons beaucoup de choses réellement bien ! Et cela peut nous servir de base. Nous voulons ainsi garder le meilleur d'aujourd'hui pour l'avenir. Tout ce qui nous distingue aujourd'hui assurera notre croissance future.

Nous sommes fiers de :



LE POURQUOI

C'est le POURQUOI qui est décisif

N'importe quelle entreprise ou organisation sait CE QU'elle fait et propose (WHAT) : des produits ou des prestations de services. Beaucoup savent également COMMENT (HOW) fournir leurs prestations en se différenciant de leurs concurrents. Cependant, ce qui connecte les femmes et les hommes avec une marque ou une entreprise, c'est le POURQUOI (WHY). Le POURQUOI, c'est la question du sens, de la vocation et de la motivation essentielle.

« Ce que les gens achètent, ce n'est pas ce que vous faites, mais pourquoi vous le faites. »

Simon Sinek

Les entreprises qui réussissent se concentrent sur la réponse à la question du POURQUOI (WHY).

What (quoi)

Les prestations de service sur le thème des pièces de rechange pour véhicules utilitaires

Pour toutes les marques

Le commerce des pièces de rechange pour véhicules utilitaires

How (comment)

Nous disposons de la logistique nécessaire aux transactions commerciales.

Nous simplifions.

Nous sommes fiers de notre marque de distributeur.

Nous travaillons avec passion.

Nous sommes présents dans toute l'Europe.

Nous pensons et nous agissons en mode solution.

Nous misons sur des prix justes.

Why (pourquoi)

Nous faisons marcher l'économie.

EUROPART

Nous parlons le langage authentique des conducteurs de camions et des mécaniciens.

Nous en sommes capables : la bonne pièce, au bon moment, au bon endroit.

Nous jouissons de compétences sur place grâce à notre réseau de filiales.

Nous sommes des experts dans notre domaine.

Nous misons sur le contact personnel.

LES VALEURS

Un autre élément central de notre vision du futur est constitué par les valeurs de notre entreprise – et les femmes et les hommes qui y travaillent (travailleront).

Ces valeurs se reflètent dans notre conduite et notre comportement. Elles constituent la base de notre collaboration et de nos relations mutuelles au quotidien.

Elles sont importantes pour nous. C'est pourquoi elles jouent également un rôle prépondérant dans notre vision du futur.

Durabilité

Viabilité future

Perspectives

Courage

Passion

Efficacité

Efficience

Sens du service

Compétences

Sens du service clientèle

Qualité

Égalité des droits

Équité

Ouverture

Confiance

Honnêteté

Transparence

Travail systématique

Engagement

Discipline

Avec les pieds sur terre

Proximité

Unité/Esprit de famille

Esprit d'équipe



NOTRE CARACTÈRE

Comment voulons-nous qu'EUROPART soit perçu à l'avenir ?

Si on s'imagine que l'entreprise est une personne : quelle genre de « personne » est-elle ? Qu'est-ce qui la distingue ? Quelle serait mon expérience en travaillant avec elle ? À quoi dois-je m'attendre quand je la rencontre ? Voilà ce qui décrit son caractère. Il est indissociable de ce qu'EUROPART est et veut être et de l'impression que l'entreprise souhaite donner d'elle-même. Dans ce contexte, il est en même temps une promesse et une exigence – et une partie de notre vision du futur vers laquelle il nous faut tendre.

heureux

impressionnant

avec style

familier

avec passion

sans limites

fiable

orientation vers le futur

EURO
PART 

APRÈS-DEMAIN



« Begin with the end in mind » (commencez en pensant à la fin)

Cela signifie que pour chaque voie choisie, il est essentiel de décrire l'objectif de manière à ce que tous puissent s'imaginer l'avenir visé de façon aussi concrète, émotionnelle et picturale que possible. Dans ce contexte, une vision du futur n'est ni la description d'une mission, ni une vision, ni une stratégie ou encore un plan de marketing. Elle est la base de tout cela.

NOTRE VISION DU FUTUR

Nous sommes le
25 novembre 2026

Une journée de novembre inhabituelle – le soleil brille sur Hagen et le trafic occupe les rues. Il est entre autres également composé de camions qui viennent livrer les marchandises pour nos besoins quotidiens. Beaucoup de choses ont changé au cours de ces dernières années – cependant, les camions circulent toujours. Aujourd'hui, on voit sur presque tous les camions une jupe arrière d'EUROPART et sur de nombreux véhicules des bâches publicitaires d'EUROPART avec la nouvelle réclame « Premium Parts ». C'est tout simplement génial ! Et, ce qui est encore mieux : derrière chaque bâche publicitaire il y a un client satisfait. Cela fait très longtemps que nous y travaillons intensément. Cette passion et cet enthousiasme, notre clientèle les ressent et la satisfaction des clients a ainsi énormément augmenté ces dernières années. C'est une performance d'équipe impressionnante !

Oui, chez nous, tout va dans le bon sens. C'est même valable pour la planification du budget : le budget 2027 a été voté la semaine dernière. Il s'agit d'une simple formalité. Tout s'est passé comme sur des roulettes. Ça roule donc chez EUROPART.

En parlant de « rouler » : les premiers collaborateurs arrivent sur le site de la société et passent alors devant les nouveaux véhicules de la société. Dans le cadre de la mobilité, EUROPART mise maintenant entièrement sur les techniques de propulsion alternatives et ce non seulement dans l'approvisionnement en pièces détachées dans l'après-vente mais aussi dans son propre parc de véhicules d'entreprise.

L'extraordinaire rapidité des développements techniques des dernières années, comme la numérisation dans le domaine de la construction automobile, les alternatives aux moteurs et les thèmes de société tels que la réduction du CO₂ et la protection contre le bruit ont depuis longtemps fait leur entrée chez nous dans le groupe EUROPART, dans les différents pays et au siège. Dans ce domaine, nous avons réellement bien géré les changements dans le secteur de la maintenance et du service d'entretien – personne ne pourra nous dire le contraire !

Les « acteurs de l'avenir » d'EUROPART

On sent une ambiance de travail très agréable dans notre siège et dans les filiales puisque chacun poursuit le même but et sait exactement ce qui fait avancer EUROPART. Rien que de partir travailler remplit nos collaborateurs de fierté et d'une grande satisfaction étant donné qu'ils savent exactement le rôle que jouent chacun d'entre eux et l'équipe pour permettre à EUROPART de faire un excellent travail : *Nous faisons fonctionner l'économie.*

Ce degré élevé d'identification se révèle entre autres dans les vêtements de notre équipe : chacun de nos livreurs et de nos collaborateurs porte volontiers les vêtements de qualité élégants d'EUROPART. En unissant nos forces, nous avons réussi au cours de ces dernières années à porter le logo de notre société EUROPART non seulement sur nos poitrines mais aussi dans nos cœurs.

Il est maintenant bientôt neuf heures. En route vers l'assemblée plénière, une collaboratrice dit à un de ses nouveaux collègues :

« Ce qui me plaît vraiment ici : c'est que nous travaillons tous avec beaucoup plus de confiance en nous qu'avant, nous assumons des responsabilités et nous prenons des décisions, nous avons l'esprit d'équipe. Grâce à l'harmonisation des processus et à l'introduction du nouveau système PGI, notre travail est plus transparent et compréhensible pour tous. Je trouve ça vraiment super – ça a vraiment amélioré beaucoup de choses. Je suis vraiment contente de travailler chez EUROPART. »

Quelques minutes plus tard, les collaborateurs du siège se réunissent en assemblée plénière pour participer avec la direction à la vidéo-conférence trimestrielle de tous les collaborateurs d'EUROPART. La collaboration s'est améliorée de plus en plus – les services du siège, les pays et les filiales travaillent main dans la main. Un tonnerre d'applaudissements remplit la pièce ; en effet les dix meilleurs exemples de conduite orientée sur les clients des trois derniers mois sont en train d'être présentés et récompensés par la direction. Cette journée de congé supplémentaire sera certainement la bienvenue à la fin de l'année pour ce collaborateur. La lecture d'une lettre de remerciement d'un client majeur vient conclure cette manifestation des plus vivantes :

« Les collaborateurs d'EUROPART nous ont permis d'augmenter l'efficience de notre parc bien au-delà des objectifs visés grâce à leur « mentalité de battants ». Ça – ainsi que la qualité et le comportement du service après-vente nous ont complètement convaincus. C'est pourquoi nous nous réjouissons de pouvoir vous informer que nous avons choisi EUROPART comme revendeur en gros exclusif pour couvrir à partir de maintenant nos besoins en pièces de rechange. Merci pour votre excellent travail et nous comptons bien poursuivre cette excellente collaboration ! »

Applaudissements, bonne humeur, félicitations – notre succès, nous le célébrons ensemble. Cela fait partie de notre culture d'entreprise que nous avons développée en continue et qui est maintenant arrivée partout – et que nous transmettrons aux générations futures ! Les cadres dirigeants la vivent tous pleinement, sans exception, fidèles à la devise « Le courage, ça fait du bien – un comportement qui inspire la confiance ». On a ainsi rompu avec les anciens modèles de conduite. Une mentalité et des points de départ frais et nouveaux sont maintenant souhaités et les bienvenus. Chacun est conscient de l'importance de son travail et de son engagement, en effet ce n'est qu'unis que nous sommes imbattables.

Nous aimons ce que nous faisons – et c'est pour ça que nos clients nous aiment !

L'orientation sur les clients est restée une de nos véritables forces – et nous l'avons encore développée ! Le fait d'avoir morcelé les différents processus d'entreprise en fonction de la chaîne de valeur des clients a profondément changé l'orientation d'EUROPART.

Il a ainsi été possible de réellement mettre les clients au centre de tous les services de l'entreprise. Un groupe de collaborateurs est installé dans notre nouveau salon multimédia et est en train d'évaluer les mesures prises dans le passé présentées par un de leur collègue :

■ « Dans le cas des clients qui ont subi des pertes au cours de l'année précédente, nous utilisons le système de CRM et les enquêtes de satisfaction clients les plus récentes pour déterminer les raisons de cette perte de chiffre d'affaires.

■ Le succès de l'invitation de nos fournisseurs et clients TOP 3' a été énorme : nous l'organisons depuis maintenant bien un an et une sorte de « think tank » a fait son apparition dans lequel il est possible de discuter librement sans ordre du jour de la manière dont nous pouvons nous améliorer tout au long de la chaîne de valeur.

■ Depuis que nous avons centralisé de grandes parties de la vente par téléphone, nous pouvons joindre nos clients beaucoup mieux.

■ Cette semaine, nous avons réalisé la 300ème interface entièrement automatique dans notre système PGI de clients. Le traitement manuel des commandes aussi bien chez nous que chez les clients fait à présent partie du passé. Ce transfert de données transparent permet d'échanger l'ensemble des données relatives à l'article et des conditions. Il en résulte une disponibilité rapide comme l'éclair, une sécurité des données à 100 % et l'absence de toute intervention manuelle dans le traitement des commandes ou le contrôle des factures.

■ Ce qui est en cours de planification : nous souhaitons entrer les demandes techniques des clients et leurs solutions dans un outil d'intelligence artificielle de manière à pouvoir automatiser la résolution des problèmes – nous nous trouvons en ce moment dans une phase de test très prometteuse. »

Approbation et acquiescement dans le groupe. Question d'un apprenti : « À votre avis, quelle est la raison de ce succès ? Qu'est-ce qui a été décisif ? » Son collègue réfléchit brièvement et répond :

« Le lien émotionnel de nos clients avec ce sujet nous a permis de rendre l'orientation sur les clients une pratique vécue et assimilée et non pas un simple mot vide de sens. Notre stratégie de marque et notre proximité avec nos clients sont alors les garanties de notre succès. En vivant réellement cette proximité avec nos clients ainsi que notre passion quotidienne, nous nous sommes ouvert les portes d'un nouveau niveau de relations avec les clients. C'est justement ce qui rend EUROPART aussi spécial et authentique et unique du point de vue de nos clients. »

Le travail se poursuit intensément et avec ferveur – l'orientation sur les clients est justement un sujet où nous pouvons encore nous améliorer.



Performant et séduisant

L'heure du déjeuner approche. Sur tous les sites d'EUROPART, bien se nourrir n'est pas une vaine promesse – cette nouvelle alimentation fait du bien tout en étant savoureuse. Après le repas, il est possible de faire ensemble 30 minutes de sport, en effet : « S'arrêter, c'est mourir ! »

EUROPART favorise et encourage le sport d'entreprise pour la promotion de la santé – notre FC EUROPART et le groupe de footing n'en sont que deux exemples. Le week-end, notre PDG participe à la course Tough Mudder avec de nombreux collègues des filiales, de Werl et du siège. Ils vont bien s'amuser et nous ramener de belles photos !

D'un seul coup, deux jeunes gens passent le coin à toute allure – ils se dépêchent de rejoindre le programme de formation d'apprentis auquel des apprentis d'autres pays participent également. L'invité du jour est notre PDG qui est volontiers à l'écoute des jeunes et réfléchit à la manière d'intégrer les commentaires dans « ce que nous faisons » au quotidien. Aujourd'hui,

ce sont nos canaux de réseaux sociaux qui sont au programme. Depuis que la jeune génération nous apporte son soutien, nous sommes devenus un employeur jeune, innovant, numérique et sexy et nous sommes fiers d'y être parvenus d'une manière crédible.

EUROPART a pris soin de son profil, de ses angles et de ses contours – de toutes ces choses justement qui rendent une marque unique. C'est l'image que nous donnons régulièrement les candidats : nos méthodes de travail sont sincères, efficaces et marquées d'une coopération forte entre tous les services.

Tous les sentent bien, cette ambiance de travail, cette solidarité entre collègues et cette estime mutuelle au quotidien. Ici, tout le monde se sent bien parce qu'un salaire juste adapté aux performances et au marché, ainsi que les chances de développement et de carrière ont une valeur élevée. Ce mélange gratifiant de loisirs, de mesures de formation continue

et de rémunération s'intègre parfaitement dans l'époque actuelle et est conforme aux besoins individuels. Il n'est donc pas étonnant que des experts de l'industrie et du commerce viennent littéralement enfoncer nos portes puisqu'ils veulent, eux aussi, devenir membres de la famille EUROPART. L'information s'est répandue depuis longtemps : nous travaillons dur, mais sans jamais perdre le plaisir que nous y éprouvons. EUROPART a travaillé à développer ses forces et est devenu plus hardi dans ses décisions.

On n'y trouve plus que des collègues de charisme, authentiques, sincères, audacieux et ouverts sur le monde. Cette mentalité se ressent également chez nos clients, nos fournisseurs et nos nouveaux collègues. Nous sommes tout simplement une équipe formidable.

Cap sur la croissance avec notre marque de distributeur

Aujourd'hui, l'agitation ne semble ne jamais pouvoir s'arrêter. Une équipe de tournage vient tout juste de passer la porte pour mettre en scène notre marque de distributeur. Cette marque de distributeur d'EUROPART s'est aujourd'hui établie sur le marché comme alternative de qualité équivalente aux produits des OEM. L'époque à laquelle les clients étaient encore hésitants sur leur qualité et leur sécurité est révolue grâce à leur développement systématique et au travail de communication correspondants. Aujourd'hui, le client fait son choix exclusivement sur la base de ses préférences personnelles pour notre marque de distributeur.

Nous sommes extrêmement fiers de ce développement de notre marque de distributeur d'EUROPART et des formations et des manifestations qui y sont liées qui ont été répandues par tous les canaux multimédia avec des activités promotionnelles spécifiques. Nous avons ici toujours quelque chose à célébrer, en effet tout se progresse réellement bien. D'une manière générale, EUROPART est devenu beaucoup plus visible. La notoriété de notre marque a rapidement augmenté au cours des dernières années. Étant donné que nous sommes le premier choix dans l'approvisionnement des pièces de rechange dans toute l'Europe, ce n'est pas étonnant. En effet, nous avons misé sur des assortiments et des prestations de services d'avenir.

Pour le teasing sur nos sites Web, nous venons tout juste d'envoyer le nouvel épisode de la série de vis EUROPART « Pur-sang » diffusée sur DMAX. Dans l'épisode intitulé « Sinon, le frigo serait vide demain », il est question d'un grossiste de produits alimentaires qui répare ses véhicules de livraison avec nos pièces sous une très grande pression. C'est ici une nouvelle preuve que nous faisons visiblement marcher l'économie.

L'après-midi touche à sa fin. Le calme revient doucement dans les couloirs. Mais de la lumière brille encore dans une salle de réunion. Le cercle de command international « CROISSANCE » s'y réunit. Il est aujourd'hui question de combler les derniers « vides » en Europe. La procédure standardisée, bien connue de tous les participants, permet de prendre des décisions rapidement. Nous avons développé encore davantage nos forces dans ce domaine : des hiérarchies horizontales, des décisions rapides, l'intégration de la compétence des collaborateurs et bien plus encore.

C'est ainsi que nous jouons à présent nos atouts d'entreprise internationale de manière systématique dans tous les pays. Cette collaboration est un véritable plaisir pour tous.

Le deuxième point à l'ordre du jour est la « numérisation ». Le système de garage en ligne d'EUROPART (EWOS) qui adapte les prix des offres automatiquement afin de perdre moins de commandes et d'obtenir le prix de vente maximum possible, fonctionne de manière absolument fantastique.

EWOS est maintenant disponible comme boutique d'e-commerce en ligne à tous les acteurs du marché. Il s'agit ici d'une décision en or puisqu'elle a augmenté de manière significative le degré de notoriété d'EUROPART et nous a permis de nous développer nous-mêmes comme une plateforme de marché ouverte.

Le tout est complété par le fait que nos fournisseurs sont aujourd'hui tous informatisés si bien que l'assortiment complet des principaux fournisseurs est transmis automatiquement à notre PGI. Cette détermination dynamique des prix systématique permet à nos clients de se fier à 100 % à leurs conditions. Finis les gaspillages de ressources, et donc de temps et d'efforts, passés à comparer les prix.

La stratégie de numérisation d'EUROPART porte à présent ses fruits et il y a de quoi se sentir vraiment bien.

Tout est ainsi devenu plus facile puisque le travail manuel a été fortement réduit. De nombreux secteurs sont même entièrement automatiques. Nous n'avons pas seulement atteint la prochaine étape de notre évolution au point de vue technique mais aussi en ce qui concerne la communication et notre comportement dans le cadre des services. Tous les services spécialisés centraux se considèrent à présent comme d'importants prestataires de services et apportent leur soutien à leurs collègues dans les filiales dans toute l'Europe.

Le résultat : Notre disponibilité est imbattable !

Nous jouons dans la ligne des champions

Le soir tombe. La dernière réunion d'équipe de la journée touche à sa fin. Le travail investi dans la culture de la communication a fait ses preuves. Les échanges sur les sujets du jour et les examens et le soutien sur l'atteinte de nos objectifs d'action personnels sont devenus standards – et toujours en gardant notre vision du futur à l'œil. Les derniers collègues présents discutent après le travail dans notre bar. « We are EUROPART » (Nous sommes EUROPART) peut-on lire sur l'enseigne du bar. Ce sentiment du NOUS est sensible – plus que jamais : On sent littéralement cette fierté de l'équipe de faire partie de cette famille. Les collaborateurs d'EUROPART rentrent chez eux chaque jour avec le sentiment d'avoir rendu les clients heureux avec leur travail et d'avoir joué un rôle important pour notre économie et le bien-être général.

Avec EUROPART, nous avons rejoint la ligue des champions et nous sommes redoutés pour nos buts. EUROPART a réussi à se présenter comme une équipe unie et unifiée.



Nous avons fait de nos clients de véritables fans. EUROPART a su conquérir ses fans par ses performances, par l'émotion et par sa qualité. Nos fans nous aiment pour notre style de jeu authentique et exaltant. Nos collaborateurs, eux, sont devenus au cours des dernières années une véritable équipe d'encadrement des fans. Voilà comment nous voulons concevoir et donner un sens à notre travail – pour nos clients et pour la société.

Sans nous, il manquerait quelque chose sur terre, en effet :

**« NOUS FAISONS
FONCTIONNER
L'ÉCONOMIE ! »**



RÉDUCTION DU CO₂

PROTECTION CONTRE LE BRUIT

VENTE PAR T...

TECHNIQUES DE PROPULSION ALTERNATIVES

LA NUMÉRISATION DANS LE DOMAINE DE LA CONSTRUCTION AUTOMOBILE

NUMÉRISATION

ENTIÈREMENT AUTOMATIQUE

UNE BONNE ATMOSPHÈRE

NOUS SOMMES EUROPART

LE COURAGE, ÇA FAIT DU BIEN UN COMPORTEMENT QUI INSPIRE LA CONFIANCE

EURO PART

HARMONISATION DES PROCESSUS

APPROVISIONNEMENT EN PIÈCES DÉTACHÉES

ÇA ROULE À HAGEN...

BAIDA

UNE AUGMENTATION DE LA VALEUR

BÂCHE PUBLICITAIRE SUR CAMION D'EUROPART

PARC DE BUS

UNE PROXIMITÉ AVEC LES CLIENTS VÉCÉ

UNE COOPÉRATION FORTE ENTRE TOUS LES SERVICES

TELEPHONE CENTRALISEE



NOTRE DISPONIBILITE EST IMBATTABLE



POINTS DE JONCTION AVEC LE CLIENT ENTIEREMENT AUTOMATISES

EUROPART AU COEUR



PUR-SANG



THINK TANK

AVEC LE TOP 3 FOURNISSEURS

PROGRAMME DE FORMATION D'APPRENTIS



AMELIORER LA CHAÎNE DE VALEUR



APPLAUDISSEMENTS

APPLAUDISSEMENTS

UNE BONNE ATMOSPHERE



1. CHOIX

NOUS FAISONS MARCHER L'ÉCONOMIE

LE MEILLEUR PRESTATAIRE DE SERVICES POUR PARCS



SYSTÈME ERP



LIGUE DES CHAMPIONS

GRUPE DE FOOTING SPORT D'ENTREPRISE



CONFÉRENCES VIDÉO



LES CLIENTS SONT DES FANS

UNE MENTALITÉ DE BATTANTS





DEMAIN

Qu'est-ce qui est important à présent ? Et comment pouvez-vous commencer dès demain ?

Après avoir décrit l'après-demain de notre vision du futur, il faudra demain poursuivre le travail.

Que faut-il faire pour que la vision du futur devienne réalité ?

Accueillez votre vision du futur à bras ouverts et laissez-la vous entraîner : EUROPART se différencie de beaucoup d'autres entreprises – et maintenant également par sa définition d'une vision concrète du futur. Ainsi, toutes les collaboratrices et tous les collaborateurs ont une conception commune du futur de l'entreprise – du point où nous voulons arriver. Nous avons de quoi être fiers ! Plus ils s'y impliquent, plus ils tôt le vivront.

Penchez-vous aussi souvent que possible sur la vision du futur : Lisez-la, visualisez-la, de préférence régulièrement, par exemple lors des meetings d'équipe mais aussi pour vous-même. Imaginez-vous la sensation qu'elle vous procurera quand elle deviendra réalité.

Concentrez-vous à l'aide de la vision du futur. Vous pouvez vous orienter sur la vision du futur dans tout ce que vous rencontrez et tout ce que vous avez à faire : cela permet-il d'atteindre les objectifs d'EUROPART ?

La vision du futur offre des points de repère pour les prochaines étapes concrètes. S'il faut avoir atteint tout ça en 2026, par quoi pouvez-vous aujourd'hui commencer ? Cela ne signifie pas de commencer avec tout en même temps mais pas non plus de tout remettre à plus tard.

Dans tous les cas, n'oubliez pas : vous pouvez décider de votre avenir. Il n'y a pas de raison que vous n'y arriviez pas ! C'est entre vos mains.

**N'abandonnez pas !
Vous atteindrez l'objectif.**



« NOUS FAISONS
FONCTIONNER
L'ÉCONOMIE ! »

EUROPART

EUROPART Holding GmbH

Martinstraße 13

D - 58135 Hagen-Haspe