



BÜFFELPOST

Banner *THE POWER COMPANY*

LA DURABILITÉ CHEZ Banner :
LA PUISSANCE DU BUFFLE
À LONG TERME



**ÉQUIPEMENT D'ORIGINE
DURABLE**
Exigences élevées dès le
départ

**ACTEUR DE LA TRANSITION
ÉNERGÉTIQUE**
Investissements dans un
avenir vert

**MÉGATENDANCES SUR
LE MARCHÉ DES PIÈCES
DÉTACHÉES**
2030 : OÙ ALLONS-NOUS ?

ÉDITORIAL

ÉDITORIAL

Chers partenaires,

Rester un partenaire fiable n'est pas une mince affaire... Cela exige une dynamique d'équipe motivée et très expérimentée, la stabilité d'une chaîne d'approvisionnement établie avec soin et basée sur la fiabilité, et la force d'une entreprise qui veut contribuer à façonner l'avenir de la mobilité en tant que moteur de l'innovation.

Banner réunit tous ces critères, comme le prouvent la croissance du fabricant de batteries auto de renommée mondiale et les derniers chiffres. Nous sommes à la fois ravis, fiers et reconnaissants de pouvoir vous annoncer un chiffre d'affaires record de 307 millions d'euros. Notre formidable équipe signe ainsi une hausse de 7 % par rapport à l'an dernier. Dans un contexte qui reste éprouvant, avec des coûts en augmentation et des approvisionnements compliqués sur un marché très concurrentiel, c'est une performance colossale.

Cela montre aussi de façon spectaculaire que la réorientation stratégique définie dans l'agenda 2030 porte ses fruits. Au cours des trois dernières années, Banner a investi plus de 25 millions d'euros dans le développement de son siège à Leonding. Cela a permis d'optimiser la production en fonction des commandes, d'avoir des capacités de planification et de logistique à l'épreuve du temps, d'augmenter la fabrication interne et surtout de numériser et d'améliorer les processus en permanence. C'est la seule façon de continuer à satisfaire la forte demande pour les produits haut de gamme Banner (4,1 millions d'unités vendues dernièrement).

La prolongation de la licence pour la gamme best-seller Duracell Automotive « made by Banner » devrait ouvrir de nouvelles possibilités de vente en Europe. Cette région renferme effectivement encore un grand potentiel pour une marque aussi qualitative que Banner. Nous prévoyons aussi de nous développer en Chine, l'un des plus grands marchés au monde. Nous avons déjà posé des jalons en ce sens grâce à un partenariat de licence avec le fabricant de batteries LEOCH.

Nous travaillons aussi d'arrache-pied aux initiatives de durabilité. Outre plusieurs mesures transverses pour l'intégralité de l'entreprise, nous avons créé un poste de gestion de la durabilité. Nous accueillons donc avec plaisir notre nouvelle responsable durabilité et experte en ce domaine, Sabine Rath, qui s'attellera avec énergie à cette lourde tâche et en fera une réalité en concertation avec notre équipe.

Il est évident que nous ne pourrons construire l'avenir qu'ensemble. Banner n'est pas un seul buffle, nous sommes un troupeau à l'échelle mondiale. Nous souhaitons donc remercier nos équipes impliquées, mais aussi les clients, les partenaires et les amis de Banner : votre énergie et votre fidélité inébranlable font beaucoup pour la réussite de notre entreprise !



Andreas Bawart
Directeur commercial



Thomas Bawart
Directeur technique



DISTRIBUTION

DES PARTENARIATS STRATÉGIQUES POUR ASSURER NOTRE INDÉPENDANCE

Banner compte parmi les cinq premiers fabricants de batteries en Europe, et c'est la seule entreprise privée. Des partenariats stratégiques doivent garantir à long terme cette indépendance.



Franz Märzinger
Directeur ventes et marketing



Banner Batterien est la seule entreprise privée du top 5 ; les autres grands fabricants appartiennent actuellement à des fonds de financement ou des groupes internationaux. Pour conserver cette indépendance, nous avons mis au point l'agenda 2030 déjà évoqué dans les derniers numéros du Büffelpost.

DES PARTENAIRES FIABLES

Un pilier essentiel de notre agenda 2030 sera d'augmenter le nombre de partena-

riats stratégiques en Amérique et en Asie. Nous entretenons des partenariats stratégiques depuis de nombreuses années en Amérique du Nord avec East Penn aux États-Unis (deuxième plus grand fabricant d'Amérique du Nord) et Moura en Amérique du Sud (premier fabricant du Brésil), et nous avons à présent noué un partenariat en Chine avec Leoch (l'un des cinq principaux fabricants de Chine). Comme Banner, East Penn et Moura, Leoch est une entreprise privée.

PLUS DE PUISSANCE EN CHINE

Notre premier projet commun s'est concrétisé par un accord de licence qui autorise Leoch à commercialiser sur le marché chinois des batteries produites en Chine sous la marque Banner. Cela nous permettra d'augmenter considérablement la notoriété de notre marque en Chine. D'autres projets communs se dessinent dans le cadre de ce partenariat qui pourront aussi profiter à nos clients en Europe.

ENERGY BULL DUAL POWER

TOUJOURS PLUS FORT !

L'Energy Bull est réputée depuis de nombreuses années comme une batterie de loisirs fiable. Il était temps de repositionner cette gamme pour répondre aux attentes et exigences croissantes des clients de Banner.



Günther Lemmerer
Gestion de produits
Batteries de démarrage

Nous avons donc l'honneur d'introduire l'Energy Bull Dual Power sur le marché à partir de l'été 2023. La technologie « Dual Power » permet de l'utiliser comme batterie à décharge lente et comme batterie de démarrage. Dans la foulée de ce nouveau lancement, la gamme s'est resserrée autour de six modèles à succès aux capacités allant de 60 à 230 Ah. La présentation des étiquettes a aussi changé et le couvercle est passé du bleu au noir car nous utilisons dorénavant un matériau recyclé.

DES APPLICATIONS MULTIPLES

Les domaines d'utilisation de l'Energy Bull sont divers et variés. La batterie fournit une énergie portable pour les voiliers et les bateaux électriques, les yachts, les caravanes et les camping-cars, ainsi que pour le secteur du camping/caravaning. Elle est également adaptée à la propulsion de fauteuils roulants et à une utilisation comme accumulateur d'énergie pour les systèmes de signalisation et les panneaux solaires. La résistance aux cycles, la facilité de charge et la résistance aux secousses ne sont que quelques-unes des nombreuses qualités de la gamme loisirs Banner. L'utilisation de couvercles 4K et de vis de sécurité rend l'Energy Bull Dual Power sûre et étanche.

UN DÉMARRAGE SUR LES CHAPEAUX DE ROUE

Les modèles pour voitures sont en grande partie sans entretien et ceux pour poids lourds ne nécessitent que peu d'entretien. Le bac transparent facilite le contrôle du niveau d'électrolyte. La construction « Dual Power » (comprenant entre autres des additifs au carbone dans les électrodes) destine les nouvelles batteries Energy Bull à la plupart des applications de démarrage grâce à la fiabilité du démarrage à froid.



Les avantages de l'Energy Bull Dual Power :

- Modèles voitures —> sans entretien, modèles PL —> peu d'entretien
- Le bac transparent permet un contrôle visuel du niveau d'électrolyte
- Le couvercle 4K (modèles voitures) et les vis de sécurité (modèles PL) sont garants de sûreté pendant le fonctionnement et de l'étanchéité
- Chargement facile grâce aux additifs au carbone dans le matériau des plaques
- Résistance aux secousses grâce à la fixation des plaques au fond du bac
- Résistance aux cycles trois fois plus élevée que celle d'une batterie de démarrage
- Capacités optimisées, idéal pour des sollicitations cycliques
- Bonnes valeurs de démarrage à froid, adaptées à la plupart des applications de démarrage
- Produit amélioré pour un prix identique

ÉQUIPEMENT D'ORIGINE

LA DURABILITÉ CHEZ Banner : L'HUMAIN, LE SOCIAL, L'ÉCONOMIE ET L'ENVIRONNEMENT

Le sujet de la durabilité gagne aussi en importance dans le milieu des équipements d'origine.



Harald Fiebiger
Manager OEM



La fonction start/stop avec les batteries AGM et EFB (notamment chez BMW et Volkswagen) permet ainsi d'économiser du carburant et d'avoir moins d'impact sur l'environnement. Mais nous accordons aussi une très gran-

de importance à la durabilité chez nos fournisseurs. La durabilité consiste à satisfaire les besoins du présent sans léser les générations futures. Banner continuera à respecter ce principe à l'avenir.

LE CODE DES FOURNISSEURS Banner

Tous les constructeurs automobiles attendent de Banner que nous gérons nos activités de manière durable et que nous transmettions cette philosophie à nos fournisseurs. Nous avons donc mis au point un code qui incite nos fournisseurs à respecter nos directives.

DES EXIGENCES ÉLEVÉES

Voici un bref extrait de nos demandes : augmenter la part des énergies renouvelables et essayer de diminuer la consommation énergétique grâce à des stratégies globales. Nous exigeons aussi la protection des écosystèmes naturels contre la déforestation, la conversion des forêts et des terres. Nos fournisseurs s'efforcent de mener leurs activités sans déforestation (« net zero deforestation »). Ils livrent de gros efforts pour arriver à une production durable dès lors que des matières premières d'origine agricole ou forestière sont impliquées. Ils réduisent aussi activement l'impact de leurs activités sur la biodiversité. Nous attendons enfin de nos fournisseurs qu'ils réduisent leurs déchets et accroissent la réutilisation/le recyclage.

LES QUATRE PILIERS DE LA DURABILITÉ

C'est la seule façon de réaliser ensemble les quatre objectifs de durabilité (ou piliers de la durabilité), qui sont l'humain, le social, l'économie et l'environnement, et de développer notre entreprise de façon durable.

LA DURABILITÉ CHEZ Banner

À FOND VERS UN AVENIR VERT !

La durabilité est un objectif stratégique chez Banner ; la gestion de la durabilité fait d'ailleurs partie des initiatives de notre agenda 2030.



Sabine Rath
Responsable durabilité



Nous avons donc créé un poste pour structurer la gestion de la durabilité dans notre entreprise. Sabine Rath s'investit ainsi pleinement en tant que responsable durabilité et a déjà réalisé les tâches suivantes :

1. ANALYSE DE LA SITUATION ACTUELLE EN MATIÈRE D'ESG (ENVIRONNEMENT, SOCIAL, GOUVERNANCE) ET FEUILLE DE ROUTE :

- Étude de la situation actuelle (sur quelles thématiques de durabilité existe-t-il déjà des données, attentes de la part des clients)
- Renforcement de la compréhension du cadre réglementaire : CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) et taxonomie européenne
- Définition des mesures à mettre en

place pour remplir les exigences futures

2. ANALYSE DE MATÉRIALITÉ :

Réalisation d'une analyse de matérialité pour la priorisation des sujets dans les rapports de durabilité en utilisant la « double matérialité ».

Nous avons commencé par chercher quels aspects de la durabilité étaient importants en comparant les normes et les cadres pertinents. La sélection des thématiques a aussi mis en lumière la chaîne de valeur.

Une enquête auprès des parties prenantes a permis d'intégrer leurs points de vue et d'étayer les conclusions avec des analyses de risque et d'impact.

Au terme de la priorisation, nous avons fixé un seuil de matérialité pour l'établissement des rapports. Des indicateurs de durabilité sont définis pour tous les sujets qui dépassent ce seuil et abordés en détail dans le rapport.

Im nächsten Schritt werden wir uns der nächsten Schritt werden wir uns der. Nous nous pencherons lors de la prochaine étape sur le relevé détaillé des émissions du scope 3 et l'empreinte carbone de l'entreprise pour en déduire des objectifs concrets.

LA GESTION DE LA DURABILITÉ CHEZ Banner

Si vous avez des questions sur la gestion de la durabilité, veuillez vous adresser à notre responsable durabilité Sabine Rath :

sabine.rath@bannerbatterien.com

INVESTISSEMENTS

ACTEUR DE LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

Au cours des six derniers mois, nous avons réalisé plusieurs investissements pour faire avancer la transition énergétique.



Florian Steinhart
Directeur technique

Notre plus vieille ligne d'assemblage est désormais à la pointe de la technologie. Nous avons attaché la plus haute importance à la qualité et à la performance, ainsi qu'à l'ergonomie et la logistique. Après une brève phase de rodage, cette ligne fournit d'ores et déjà les quantités de pièces prévues. Nous avons investi dans une nouvelle ligne pour la production de plaques afin de pouvoir répondre aux besoins croissants. L'installation s'est déroulée sans accroc et les difficultés de mise en route ont vite été réglées. Nous sommes particulièrement ravis de constat-

er une consommation d'énergie bien inférieure à celle des installations existantes. Pour accroître davantage nos capacités de production interne, la fabrication de bacs de batteries va rejoindre l'usine principale. Outre le déplacement des énormes machines de moulage par injection, ce projet implique une infrastructure complète avec un concept logistique interne.

RÉDUCTION DE L'EMPREINTE CARBONE

Nous travaillons activement à diminuer notre empreinte carbone. L'extension de

notre installation photovoltaïque est par conséquent déjà en cours, et nous prévoyons une autre augmentation d'environ 1 Mwc. En dépit de la situation tendue en matière de livraison, nous espérons une mise en service cette année. Nous rénovons par ailleurs nos bureaux. L'extérieur sera complètement refait et la toiture isolée pour réduire au maximum la consommation énergétique. Nous concevons nos investissements comme une contribution à la transition énergétique et souhaitons continuer à participer activement à cette dernière.

GESTION DES APPROVISIONNEMENTS

STABILISATION DURABLE DES CHAÎNES LOGISTIQUES

L'entreprise Banner est un partenaire fiable et fidèle qui place le service de livraison et la qualité des produits au cœur de ses préoccupations. Pour ce faire, nous devons être en mesure de nous appuyer sur des chaînes d'approvisionnement stables.

Un approvisionnement fiable en matières premières est obligatoire pour maintenir l'excellence de la livraison Banner. Au cours de l'année et demie écoulée, nos fournisseurs et chaînes d'approvisionnement qui étaient auparavant considérés comme stables et fiables ont été confrontés à des difficultés majeures.

LA FLEXIBILITÉ EST PRIMORDIALE

Ces deux dernières années, la forte augmentation de la demande en marchandises en tous genres, accompagnée d'une pénurie de matières premières, de capacités de

production et de transport, a entraîné chez les fournisseurs ou leurs sous-traitants des délais de livraison nettement plus longs ou des ruptures temporaires. À cela s'ajoute la situation tendue sur le marché du travail de presque tous les pays européens. Les fournisseurs, et donc Banner, mettent beaucoup de temps à trouver des collaborateurs qualifiés pour adapter leurs capacités de production à la demande accrue.

Banner VOIT LOIN

De ce fait, Banner et ses fournisseurs ont été contraints l'année dernière d'organiser des productions et des transports spéci-

aux pour certaines matières premières et certains composants et, parfois, d'adapter à court terme leur production en fonction de la disponibilité des matières premières et de constituer des stocks de sécurité beaucoup plus importants. Malgré une situation tendue, l'engagement de nos collaborateurs et de nos fournisseurs a permis de maintenir ou de rétablir une chaîne d'approvisionnement durable au cours des derniers mois. Nous pouvons ainsi garantir une production ininterrompue afin de continuer à remplir tous nos engagements de livraison comme à l'accoutumée.



Reinhard Bauer
Direction de la gestion
des approvisionnements

Connaissances batterie B2B Banner

LES MÉGATENDANCES SUR LE MARCHÉ DES PIÈCES (AUTO) D'ICI À 2030 !

Le marché des pièces détachées est en pleine évolution : où allons-nous ?



Andreas Sperl
Expert batterie

Le marché européen des pièces détachées n'est pas le seul à être confronté à un changement brutal. Les choses vont évoluer, ne serait-ce qu'à cause des mégatendances dans l'e-mobilité, la numérisation et le processus de concentration grandissant du côté des fournisseurs de pièces détachées. Nous n'avons pas encore évoqué le sujet de la conduite autonome, véritable utopie il y a peu mais qui deviendra une réalité à moyen terme.

Les experts du secteur prédisent pour le marché des pièces détachées une croissance modérée mais stable pouvant atteindre 2 % par an. Quoi qu'il en soit, le marché comme les fabricants seront confrontés au plus grand changement depuis des dizaines d'années ! Voici un résumé des onze mégatendances :

- 1. Le marché des pièces détachées est en proie au changement.** La coopération voire la fusion d'entreprises transforme des grossistes jadis régionaux ou nationaux en sociétés d'envergure internationale jouissant d'une position dominante sur le marché. Un exemple d'actualité : le no 1 sur le marché européen des pièces détachées est ainsi trois fois plus gros que le no 2 !
- 2. La complexité et la diversité des variantes constituent généralement un défi dans la gestion des pièces de rechange.** La diversité des modèles et des variantes au sein des différentes séries de voitures complique l'identification et la commande des batteries. Un exemple typique est celui de l'identification des véhicules et des pièces, dans le but de la rendre plus simple et plus efficace. Moins d'erreurs de commande et des taux de retour plus faibles réduisent les coûts pour les garagistes et les distributeurs. Les délais de

réparation peuvent être mieux calculés et respectés, ce qui augmente la satisfaction des clients. En effet, le taux de retour des pièces automobiles (dont les batteries) dû à une mauvaise identification est encore de 10 à 15 % sur le marché européen des pièces détachées !

- 3. Une plus longue durée de vie pour les voitures (environ 10,8 années pour la moyenne européenne).** Voilà un développement positif pour notre secteur des batteries ! Ceci est géné-

ralement positif pour les garages (indépendants ou liés à une marque) et les magasins de pièces détachées, car les véhicules plus anciens requièrent plus de maintenance, de service et de pièces de rechange/d'usure.

- 4. Accès aux données du véhicule. Les voitures modernes sont de plus en plus connectées au réseau numérique :** ce sont quasiment des smartphones à quatre roues. D'ici 2030, environ 50 % du parc automobile sera



équipé de systèmes de connectivité. Actuellement, seuls les fabricants automobiles savent quelles données sont générées, traitées, enregistrées et envoyées dans la voiture. La transparence des données, l'accès aux données non réservé au seul fabricant automobile et à ses garages/concessionnaires, le choix des automobilistes, toutes ces questions restent ouvertes.

5. L'électromobilité conquiert à vue d'œil la grande consommation... Mais il n'y a pas de voiture électrique sans batterie de bord 12 V !

Même si près de 45 % de tous les nouveaux véhicules européens devraient être électriques d'ici 2035 (soit PHEV**, soit BEV*), environ 85 % des véhicules du parc automobile garderont un moteur à combustion nécessitant une batterie de démarrage plomb-acide performante. Toutes les voitures électriques sont aussi équipées d'une batterie de circuit de bord plomb-acide de

12 V. Les batteries plomb-acide Banner font d'ores et déjà partie de la mobilité électrique. Les programmes gouvernementaux comme le bonus écologique, la prime à l'innovation, la prime à la vente, les interdictions de circulation des véhicules thermiques dans les grandes agglomérations ou les directives de l'UE en matière d'air pur contribuent encore à l'engouement pour les véhicules électriques. Selon diverses études sur l'automobile, une voiture neuve sur trois immatriculée en Europe en 2030 pourrait être une voiture électrique. Toutefois, on ne peut pas encore prévoir clairement l'impact qu'aura la situation économique mondiale actuelle. Le fait est que les véhicules à motorisation alternative (électriques, hybrides, à hydrogène ou à carburant synthétique, etc.) font partie de notre quotidien sur les routes.

6. Les fabricants de voitures multiplient leurs propres produits originaux OES (Original Equipment Supplier) pour pénétrer davantage le marché des pièces de rechange.

Ainsi, les constructeurs automobiles s'efforceront par exemple de promouvoir une commercialisation encore plus professionnelle en utilisant des pièces d'origine, telles que des batteries d'origine. Cela crée un énorme potentiel de croissance en raison de l'augmentation du nombre d'anciens véhicules, qui devront à l'avenir être orientés vers les garages de la marque ou agréés lors de campagnes spéciales.

7. Les constructeurs auto créent leurs propres chaînes de garages ou de commerces de pièces détachées.

Pour n'en citer qu'un, Stellantis (résultat de la fusion PSA Peugeot-Citroën et Fiat Chrysler Automobiles) est déjà présent dans 19 pays d'Europe avec sa boutique en ligne de pièces détachées Mister Auto !

8. Réduction du kilométrage des voitures de tourisme : le kilométrage moyen des batteries pour voitures de tourisme (env. 14 000 kilomètres) va continuer à diminuer. Cela signifie plus de batteries partiellement et profondément déchargées ainsi que des batteries sulfatées : c'est votre chance de réaliser des ventes !

9. Les gérants de parcs automobiles,

les clubs auto, les sociétés de leasing, les plateformes en ligne et les compagnies d'assurance contrôlent une part grandissante des véhicules existants.

Le service et la maintenance ne seront à l'avenir plus confiés qu'à une sélection d'entreprises automobiles. Mais on peut le voir comme une opportunité !

10. Le marché de l'autopartage montre une croissance constante.

Ce concept de mobilité innovant permet, en théorie, une densité moindre des véhicules utilisés. Mais ceux-ci sont dans le même temps utilisés de façon plus intensive, ce qui raccourcit considérablement leur durée de vie. Le besoin de nouveaux véhicules augmente donc à son tour, ou tout du moins celui de pièces de rechange et d'usure comme les pots d'échappement, les batteries, les bougies d'allumage, etc. Bilan positif : les nouvelles formes de mobilité ne signifient donc pas forcément un effondrement des ventes ou une baisse des ventes de pièces de rechange.

11. La conduite autonome devient réalité. Cette technologie innovante s'emparera à moyen terme de plus en plus de fonctions de conduite.

Les voitures ne fatiguent pas, réagissent électroniquement en une fraction de seconde grâce à des capteurs et communiquent avec les autres véhicules. Tous ces facteurs devraient minimiser l'usure et les réparations dues aux accidents ! Que les ateliers de carrosserie ne perdent pas espoir : le changement climatique pourrait rendre les épisodes de grêle plus fréquents et donc augmenter les besoins en débosselage ! On ne cabossera plus nos voitures en tentant un créneau, c'est la grêle qui s'en chargera...

Une chose est sûre : les batteries de démarrage et du réseau de bord vont continuer à poser des problèmes de démarrage et de conduite. C'est l'occasion de générer des ventes supplémentaires !

Le buffle Banner va continuer de développer régulièrement son portail partenaires sur www.bannerbatterien.com afin de rester LA plateforme incontournable pour les informations sur les batteries et le marketing. Bénéficiez d'informations toujours à jour, ainsi que de trucs et astuces avec une vraie valeur ajoutée !



*BEV : Battery Electric Vehicle ou voiture électrique

**PHEV : Plug-in Hybrid Electric Vehicle ou véhicule hybride rechargeable en français

L'ÉQUIPE Banner

UNE NOUVELLE PUISSANCE DANS LA DISTRIBUTION

Notre équipe mondiale déjà solide se renforce encore ! Nous nous distinguons par notre expertise, notre expérience, notre sens du service et notre esprit d'équipe. Nous accueillons avec plaisir nos nouveaux directeurs nationaux :



Stefan Miltenberger
Directeur national Banner Allemagne

Âge : 51 ans

Situation familiale : marié, deux fils (11 et 14 ans)

Passions : politique locale, art contemporain, ski, marche nordique, golf

Musique préférée : éclectique, varie selon l'ambiance et la situation

Je ne pourrais jamais m'en passer : ma famille. Un travail positif et axé sur les solutions. Défendre mes valeurs et communiquer de manière constructive.

Ce qui me plaît chez Banner : faire progresser une entreprise traditionnelle forte au sein d'une équipe.



Michel Meyer
Directeur national Banner France

Âge : 54 ans

Situation familiale : célibataire, une fille (22 ans)

Passions : tout ce qui roule, surtout les voitures anciennes

Musique préférée : les Beatles, ABBA, Johnny Hallyday

Je ne pourrais jamais m'en passer : l'esprit d'équipe

Ce qui me plaît chez Banner : des super produits et une gamme complète ; l'équipe Banner France, à la fois solidaire et compétente ; le côté entreprise familiale.

Particularité : je travaille chez Banner depuis 24 ans.

LES 30 ANS DE Banner FRANCE

Année de création : 1992

Nombre de collaborateurs : 28

Nombre de succursales : 4 (Rixheim, Saint-Ouen-l'Aumône, Fenouillet, Saint-Priest)

Structure de distribution : 5 collaborateurs dans le service commercial de l'unité commerciale Automotive et 3 dans le service commercial de l'unité commerciale Energy Solutions, 4 dans le service interne

Structure de la clientèle : spécialistes en batteries / grossistes / montage rapide / agraire et poids lourd

Particularités : proportion élevée de marques de distributeurs, ce qui a un impact important sur le positionnement du prix.

PROPOS DE Banner ALLEMAGNE

Année de création : 1968

Nombre de collaborateurs : 52

Nombre de succursales : 4

Particularités : le marché allemand des batteries est très échauffé. Les offres sont nombreuses, la demande est aussi considérable. Les produits de qualité Banner sont très appréciés sur le marché et sont vendus dans le secteur premium.

Le mot de la fin : J'aimerais encore remercier de tout cœur mon mentor et ancien directeur Günter Helmchen. M. Helmchen est une véritable institution chez Banner Allemagne et on lui doit tout ce que Banner Allemagne représente aujourd'hui : honnêteté, transparence et fiabilité.





Martin Burda
Directeur national
Banner République tchèque et Slovaquie

Âge : 40 ans

Situation familiale : marié depuis 12 ans et heureux de l'être, deux enfants formidables (Matěj, 6 ans et Kate, 1 an)

Passions : en premier lieu, ma famille, et toutes les activités qui en découlent. J'aime aussi le sport (foot, hockey sur glace, ski, vélo, sport auto), la culture (ciné/théâtre), les voyages, le monde automobile et le jardinage.

Musique préférée : j'aime toutes sortes de musiques actuelles mainstream, internationales et tchèques, comme Coldplay ou Marek Ztracný, et des groupes classiques comme Queen, les Beatles, Metallica. J'aime aussi les musiques de film comme celles d'Ennio Morricone et Hans Zimmer.

Je ne pourrais jamais m'en passer : ma femme, mes enfants, mes amis, mon travail qui a du sens et qui me plaît.

Ce que j'aime chez Banner : le fait que ce soit une entreprise familiale, bien gérée et structurée. Les produits Banner m'épatent et je suis convaincu qu'ils sont les meilleurs de leur catégorie. J'aime les défis quotidiens qui me poussent à voir plus loin que le bout de mon nez, et à développer mes compétences et ma personnalité. Enfin, j'ai beaucoup d'estime et d'appréciation pour les équipes tchèque et slovaque de Banner.

DÉPART EN RETRAITE

MERCI !

Zdeněk Ráž, directeur des ventes de la succursale Banner en République nous quitte pour une retraite bien méritée.

Le succès de notre entreprise familiale repose avant tout sur les épaules de nos fidèles collaborateurs. Chaque jour, ils donnent le meilleur d'eux-mêmes dans nos 22 succursales et 13 pays, apportant une contribution essentielle à la qualité, à la puissance du taureau et à la mobilité innovante de l'avenir. Zdeněk Ráž, directeur des ventes de notre succursale tchèque, était l'un deux et quitte aujourd'hui l'entreprise pour un repos bien mérité.

PRÉSENT DEPUIS LE PREMIER JOUR

Zdeněk Ráž faisait déjà partie de l'équipe Banner lors de la fondation de la succursale tchèque le 1er août 1993 et a beaucoup fait pour son développement. Il raconte volontiers les débuts de Banner à Prague : « En 1993, les marchandises étaient encore stockées dans un box en tôle sans lumière, gardé par deux chiens. Je ne pouvais récupérer la marchandise que si le propriétaire des deux chiens de garde était là. Au bout de trois mois, nous avons emménagé dans les locaux d'une ancienne usine chimique en face de notre terrain actuel, dans le dixième district de Prague. Nous avons hélas vite remarqué que le toit n'était pas complètement étanche lors de grosses averses. Nous avons emménagé dans une nouvelle succursale à l'automne 1996. Au début, nous n'avions pas encore de PC, tous les



papiers étaient écrits à la main et pour la comptabilité, une calculette représentait le summum du confort électronique. On ne peut plus s'imaginer cela aujourd'hui. » Zdeněk Ráž a su apprécier la force de l'équipe Banner et son implication en tant que directeur des ventes a grandement contribué à la réussite de Banner en République tchèque. Il aimait tellement son travail qu'il en parlait comme d'un loisir. Aujourd'hui en retraite bien méritée, il peut se consacrer pleinement à ses autres activités favorites, la danse et le hockey sur glace. Nous lui souhaitons une excellente retraite !

SALUTATIONS ESTIVALES



À PLEIN RÉGIME

Nous arrivons à la fin de ce numéro et nous souhaitons à tous les clients, partenaires et amis de Banner un bel été !

Banner *INSIDE*: BMW, VW, AUDI, PORSCHE, MERCEDES, SEAT, ASTON MARTIN, SUZUKI, ...



Banner

THE POWER COMPANY

MENTIONS LÉGALES :

Propriétaire, éditeur : Banner GmbH, 4021 Linz, Postfach 777, Salzburger Straße 298

Responsable du contenu : Banner GmbH, Andreas Bawart. Tous droits réservés.

Reproduction uniquement sur accord écrit. Lieu d'impression : Linz

bannerbatterien.com

