

QUESTION À

Zarzour Zidane,

*directeur de production
de l'entreprise Starc*

> Quel bilan tirez-vous de votre présence au salon Automechanika ?

Nous avons participé pour la première fois, fin septembre 2008, au salon Automechanika de Francfort, l'une des manifestations les plus importantes du monde de l'automobile. Une manière forte de promouvoir notre produit breveté de lavage sans eau, dont nous cherchons à élargir la commercialisation en Europe. Durant les six jours du salon, nous avons noué de nombreux contacts avec de potentiels partenaires de distribution, notamment serbes, belges et polonais. Depuis, nous étudions la meilleure façon de concrétiser les contrats de collaboration. Le bilan de notre présence est



DR

donc largement positif. Une réussite qui doit beaucoup à l'accompagnement de la CCI. Nous avons en effet bénéficié d'un stand tout équipé à coût très attractif, d'un traducteur allemand-français, de documents de communication et aussi de la renommée de la CCI et d'UbiFrance. Avec leurs conseillers, nous organisons tous les jours des débriefing pour optimiser notre présence et pointer les éléments à améliorer, notamment en ce qui concerne notre façon de communiquer.