**Succès dans les pays exotiques**

Entretien avec Ernst Prost, directeur général de LIQUI MOLY

**Février 2017 – LIQUI MOLY exporte dans plus de 120 pays. Ces destinations comprennent des pays qui ne présentent pas un grand potentiel commercial à première vue, mais dans lesquels le spécialiste des huiles et additifs génère des revenus élevés. Ernst Prost, propriétaire et directeur de LIQUI MOLY, revient sur la combinaison entre qualité Made in Germany et savoir-faire local.**

**Des États comme l’Irak, le Turkménistan et l’Algérie font partie des principaux pays d’exportation de LIQUI MOLY. Il ne s’agit pas vraiment des marchés de croissance traditionnels.**

**Ernst Prost :** Et c’est précisément l’une des raisons de notre réussite. Prenons par exemple l’Irak. Certaines parties du pays sont toujours occupées par l’État islamique. Ces dernières années, la situation est proche de la guerre civile et le pouvoir d’achat est bien loin des standards européens. C’est pourquoi une grande partie de nos concurrents ne s’intéressent pas à ce pays. Pourtant, l’Irak offre des opportunités non négligeables. Il suffit de les saisir. En 2016, nous avons réalisé un chiffre d’affaires de plus de cinq millions d’euros en Irak.

**Quelle est la recette ?**

Nous combinons la qualité Made in Germany au savoir-faire local. Ce savoir-faire local provient de nos importateurs sur place, avec lesquels nous travaillons en étroite collaboration. Ils connaissent leur pays beaucoup mieux que nous et nous leur accordons une grande liberté pour la commercialisation de nos huiles et additifs. Il ne nous viendrait jamais à l’idée de contrôler centralement la commercialisation depuis l’Allemagne. Ce n’est pas la bonne solution. Notre tâche consiste à fournir à nos importateurs ce dont ils ont besoin pour une commercialisation réussie. Et nous sommes solidaires. J’ai un grand respect envers nos clients, qui accomplissent un travail remarquable dans des zones de crise et de guerre malgré des conditions défavorables. Quand le chemin devient rocailleux, nous le poursuivons ensemble. Nous attachons plus d’importance à la loyauté et au partenariat qu’à l’argent facile. C’est une attitude qui s’avère également rentable au long terme.

**La gamme de produits dans ces pays est-elle différente par rapport à l’Allemagne ?**

Non. En principe, nous proposons notre assortiment complet dans tous les pays. Mais bien entendu, le parc automobile et la demande varient.

**Cherchez-vous désormais principalement des marchés de niche comme l’Irak pour poursuivre votre croissance ?**

Certainement pas. Nous avons encore beaucoup trop de potentiel de développement dans les grands marchés. La pression de la concurrence y est plus élevée, mais c’est une source de motivation et non de découragement. Notre forte croissance aux États-Unis et en Chine en est la preuve.

**À vous entendre, il n’y a pas de marchés difficiles.**

Si, bien sûr. Chaque marché comporte ses obstacles. Le Japon, par exemple, est un marché très exigeant. Cette situation est due à la culture, mais aussi au cadre légal. Nous y rencontrons encore des difficultés. C’est pourquoi nous avons engagé des experts du marché japonais pour nous aider à développer nos parts de marché.

**À propos de LIQUI MOLY**

Avec près de 4 000 produits, LIQUI MOLY propose un assortiment de chimie automobile unique au monde : huiles moteur et additifs, graisses et pâtes, sprays et entretien automobile, colles et produits d’étanchéité. Fondée en 1957, LIQUI MOLY développe et produit exclusivement ses articles en Allemagne. La société y est le leader incontesté du marché des additifs et continuellement élue meilleure marque d’huile. L’entreprise dirigée par le propriétaire Ernst Prost vend ses produits dans plus de 120 pays et a réalisé un chiffre d’affaires de 489 millions d’euros en 2016.

**Pour de plus amples informations, merci de consulter:**

LIQUI MOLY GmbH

Peter Szarafinski

Jerg-Wieland-Str. 4

89081 Ulm-Lehr

Germany

Tel.: +49 7 31/14 20 189

Fax: +49 7 31/14 20 82

peter.szarafinski@liqui-moly.de