

Interview de Pierre Zumbach, délégué général de Promote



Afrik.com : Le Salon international de l'entreprise est à sa troisième édition. Que pensez-vous de son utilité aujourd'hui ?

Pierre Zumbach : Je constate que d'un Promote à l'autre, il y a une accélération d'intérêt, une ouverture du plan national au régional, du régional à international, et que cette ouverture progresse. L'utilité de Promote est confirmée et elle s'accroît dans son intensité. Les gens comprennent que ça leur est utile à tous points de vue. Cette utilité est souvent consciente et inconsciente. Il y a des entreprises qui viennent pour vendre uniquement leur image, d'autres viennent pour le marketing direct, la petite entreprise vient vendre des choses. Donc, je peux vous assurer que l'utilité marche très bien, elle est avérée.

Dans un salon, c'est en principe quelqu'un qui a le savoir-faire et qui est concerné par la fabrication du produit. Il peut expliquer comment ce produit est fait et quel est son savoir-faire, sa valeur ajoutée dans le produit. C'est le but du salon.

Afrik.com : Quelle est l'évolution de ce salon de 2002 à 2008 ?

Pierre Zumbach : Ce n'est pas l'innovation mais le progrès des choses qui est le plus utile. Un salon comme Promote répond aux références des salons dans le monde. Il y a des références qu'on utilise. Ce qui est particulier à ce salon, c'est l'ambiance. Il y a des difficultés parce qu'on n'est pas encore dans un site bien abrité. On est en grande partie en plein air

sous des chapiteaux qui ont aussi leur part d'inconfort. Il y a la pluie, le soleil. Tout ça se normalise, mais il y a une ambiance qui tient probablement à la mentalité du public présent. C'est-à-dire c'est le Cameroun, c'est l'Afrique Centrale qui est présente. Il y a un va et vient permanent entre d'un côté le sérieux professionnel qui vise à expliquer, à faire progresser son entreprise et puis, de l'autre, le côté convivial et culturel puisqu'il y a de très fortes manifestations culturelles qui doivent cependant garder une place raisonnable. Ça crée une ambiance spéciale et à chaque édition, on essaie d'améliorer ça.

Afrik.com : Quelles sont les difficultés liées à l'organisation du salon ?

Pierre Zumbach : Il y a une seule véritable difficulté. Si on a très peu de temps, on risque d'échouer. Dans l'analyse fine qu'on fait des contacts, on visite environ deux mille entreprises dans vingt-cinq à trente pays, majoritairement dans le rayon proche. Si on n'a pas deux ans pour le faire, le niveau de Promote est menacé. Pour l'instant, tout se passe bien et le président camerounais nous a à nouveau fait confiance. Promote sera donc présent en 2011.

Le savoir-faire est exposé pour le bonheur des visiteurs. Selon les organisateurs, la priorité de ce salon est de faire valoir le savoir-faire de l'économie camerounaise.

Dans des espaces appelés « pays amis », on trouve des stands de 30 pays ayant environ 300 exposants dont les pays et les institutions. Les stands des pays sont pris d'assaut par les visiteurs qui espèrent enfin, ici à Promote, trouver la clef qui donne droit au sésame rare qu'est le visa d'entrée dans les pays de l'Union européenne. La France, la Belgique, le Canada, Israël et la Suisse ont organisé des journées d'animation.

Un lieu d'échange et de rencontre entre entreprises



Sur le plan des organismes internationaux, un pavillon Union européenne et Afrique centrale est également ouvert. Les dix pays de l'Afrique centrale sont présents avec une trentaine d'organisations intermédiaires. Ici, on essaie de développer des contacts entre les principales organisations publiques et privées qui impulsent l'économie en Afrique centrale. A côté de ces

grands exposants, l'on voit également des animations pour des petites et moyennes entreprises, des espaces pour les chercheurs d'emplois et le pavillon entreprenariat féminin qui regroupe une quinzaine de PME dirigées par des femmes d'affaires dynamiques et fortes de leur savoir-faire.

Au bout du compte, Promote 2008 constitue un véritable lieu d'échange et de rencontre entre entreprises publiques et privées, africaines et européennes qui exposent leur savoir-faire.