

# STARC, UNE DÉFERLANTE D'INNOVATIONS

Spécialisée dans les produits de lavage sans eau pour automobile depuis 1999, Starc a fait du dépôt de marque le carburant d'un développement aussi régulier qu'efficace.

Avec sa reprise par Isabelle Prioux et Zarzour Zidane en 1999, c'est une vague de changements qui déferle sur la société Starc. Une vague, certes, mais assez peu classique puisque les deux compères recentrent l'activité sur la formulation et la distribution de produits de lavage sans eau pour voiture. Une spécialité glissée à l'oreille de la petite société par un client désireux de laver les véhicules garés dans des parkings. Quelques années et une volonté d'être présent en nom propre sur le marché plus tard, Starc structure sa gamme de produits. "Le pré-diagnostic Propriété Industrielle proposé par la CCI nous a permis d'y voir plus clair en matière de dépôt de marque et d'identité de l'entreprise", explique Isabelle Prioux, gérante de Starc. Résultat : deux marques déposées en 2007, Diamond et Bio-Wash. Co-gérée avec un important distributeur implanté à Dubaï, cette dernière inonde le Moyen-Orient. Car Starc travaille aussi son image au-delà des frontières de l'Hexagone, en Europe Outre-Mer et au Moyen-Orient ; une activité à l'international lancée en 2006 suite aux nombreuses sollicitations de distributeurs étrangers. Rodée en la matière, l'entreprise renouvelle en 2009 le dépôt de la marque Starc auprès de l'INPI, en profite pour renforcer davantage son identité grâce à un slogan et met sur pied son Réseau LSE, pour Lavage Sans Eau. "Un groupement de professionnels qui fédère aujourd'hui 70 adhérents, précise Isabelle Prioux. Autant de centres de lavage indépendants qui ne souhaitent pas être franchisés mais veulent tout de même s'identifier à travers nos marques et bénéficier de la synergie d'un réseau". Et une dynamique d'échange qui permet aussi à la société d'affiner son développement en gardant une oreille attentive aux idées et demandes de ses clients. Dernière requête en date : des produits certifiés écologiques. Starc a donc créé en juillet dernier le label Eco Label LSE et déposé un logo et une marque spécifiques. "Comme le dépôt de marque, la création d'un label semble très compliqué, confie

la gérante. La CCI nous a permis d'aller au bout de notre projet. L'une des cinq journées de formation du Séminaire dirigeants était consacrée au label : échanger avec d'autres chefs d'entreprise concernés par le sujet est une occasion en or de tester ses idées". Des idées fertiles à en croire la dynamique de développement qui anime cette PME de 7 salariés : ouverture d'une boutique en ligne proposant des petits conditionnements aux particuliers, labellisation des produits vendus sous

*"Structurer une entreprise autour d'une identité propre et mettre sur pied une image de marque efficace ne sont pas des démarches évidentes. Se faire accompagner permet de dédramatiser les choses."*

des marques de distributeur... "La suite logique au Séminaire dirigeants était d'intégrer notre personnel à la réflexion autour d'un plan d'action commercial, poursuit Isabelle Prioux. Ce que permettent les formations du programme Performance PME dispensées par la CCI à nos salariés". Starc l'a bien compris, l'image de marque se travaille au quotidien et rime avec gage de qualité.



Isabelle Prioux et Zarzour Zidane, fondateurs de Starc.

## STARC

**Création :** 1988  
**Implantation :** Saint-Bonnet-de-Mure  
**Activité :** conception, fabrication et distribution de produits de lavage sans eau pour automobile  
**CA 2009 :** 530 000 €

**Effectif :** 7  
**Objectifs :** un chiffre d'affaires supérieur à 1 M€ en 2011 et la généralisation de l'Eco Label LSE pour les produits Starc vendus sous marques distributeurs

## LE CHIFFRE

160 000

litres d'émulsion de lavage sans eau vendus en 2009

## MINI BIO

**Novembre 2009 :** création du réseau LSE  
**Mars 2010 :** lancement de la boutique en ligne  
**Juillet 2010 :** création du label qualité Eco Label LSE