

Monthly International - Digital Edition

AFRICA NEWS

BUSINESS

Promote your business in Africa - N° 033

PUBLI-REPORT
Beautyworld
Middle East 2019

Exclusive interview

Elaine O'Connell,
Show Director,
Beautyworld Middle East



ALLEMAGNE

+491713659565

Fair Concept Africa

Lindleystrasse 22-25

60314 Frankfurt/Main



BURKINA FASO

Tél: (+226) 79 80 01 58/52 67 28 50

Centre commercial, Ouaga 2000

01 BP 2210 Ouagadougou 01

Bureau SH-103B

Mail: rosine.yameogo@fairconcept-africa.com

laby.ouoba@fairconcept-africa.com

Site web: www.fairconcept-africa.com

www.messefrankfurt.com





- ▶ SALONS, FOIRES, FORUMS
- ▶ VOYAGES D'AFFAIRES
- ▶ REPRÉSENTATION COMMERCIALE

- ▶ NETWORKING
- ▶ FORMATIONS



ALLEMAGNE
+491713659565
Fair Concept Africa
Lindleystrasse 22-25
60314 Frankfurt/Main



BURKINA FASO
Tél: (+226) 79 80 01 58/52 67 28 50
Centre commercial, Ouaga 2000
01 BP 2210 Ouagadougou 01
Bureau SH-103B

Mail: rosine.yameogo@fairconcept-africa.com
labyty.ouoba@fairconcept-africa.com
Site web: www.fairconcept-africa.com
www.messefrankfurt.com

Messe Frankfurt est le leader européen dans l'organisation de salons professionnels, avec un portfolio de salons dont plusieurs sont de références mondiales dans différents secteurs. Faits et chiffres en 2017 :

- organise 146 foires et salons dans le monde
- 30 filiales dans le monde et 66 partenaires commerciaux internationaux dans 188 pays
- quelques 95.000 exposants et environ 4,4 millions de visiteurs
- 270 congrès, conférences et événements organisés dans le monde
- Superficie : 592.127 m² - Superficie dans les halls : 366.637 m² - Superficie en plein air : 59.506 m²

Nos salons sont tous organisés autour d'un secteur précis d'activités et concernent quatre principales branches qui sont :

-**Technologie et production**

-**Biens de consommation**

-**Textiles et technologie des textiles**

-**Mobilité et infrastructure**

Fair Concept Africa est la représentation de Messe Frankfurt en Afrique de l'Ouest. Elle couvre les pays suivants:

Burkina Faso, Centrafrique, Côte d'Ivoire, Gabon, Guinée Conakry, Guinée équatoriale, Mali, Niger, Sénégal, Tchad.

Messe Frankfurt a pour objectif d'assister les opérateurs économiques et hommes d'affaires en leur fournissant à temps, la juste information en rapport avec leur secteur d'activités, mais aussi les assister dans l'organisation pour une participation brillante aux dits salons.



2 Africa Management

Nous organisons en coopération avec nos partenaires internationaux des manifestations en Afrique sur des thèmes portant sur le développement et la promotion des économies africaines.

3 Représentation commerciale

Grâce à son réseau International, **Fair Concept Africa** assure la représentation commerciale de sociétés internationales en Afrique de l'Ouest. Il négocie pour le compte de ses partenaires les meilleures conditions et assure le suivi tout en protégeant les intérêts des différentes parties.

4 Formations

Le développement du capital humain tient une place de choix dans notre stratégie relationnelle. Pour ce faire **FCA** organise des formations de haut niveau sur des thèmes variés avec des experts locaux et internationaux.



AFRICA BUSINESS NEWS

Promote your business in Africa

Bimestriel international

Edité par

Africa Business Agency
SARL au capital de 5.000.000 F CFA
01 B.P. 11790 Abidjan 01
Tél.: 00225 22 00 32 72
Cel.: 00225 07 07 11 82

Actionnaire principal

MAX Liport

Nous joindre
magazinepmpmi@yahoo.fr
info@pmpmimagazine.info
www.pmpmimagazine.info

DIRECTION GENERALE
Directeur de la publication

OUATTARA Bintou

PARIS

Philippe BATREAU
0033 1 39 16 56 38
pbatreau@epistrophe.fr

CAMEROUN

MINYEM Nicole Ricci
00237 6 76 52 71 00
nicolericcieyock@gmail.com

REDACTION

Chef d'enquête

Maxwell

EDITION

Chef d'édition

MAX Liport

Maquette

Maxime GROGUHE

DIFFUSION EN KIOSQUES

EDIPRESS

IMPRIMÉ EN CÔTE D'IVOIRE

sur du papier issu de forêts gérées durablement,
conformément à nos engagements de media responsable
et respectueux de l'environnement.

DEPOT LEGAL

N° 4850 du 09 décembre 1999

Récépissé

N° 126 du 26 Novembre 1999

Tous droits réservés. La reproduction, même partielle de tout article
ou image de ce numéro est interdite.

Siège social

Africa Business Agency
Abidjan Cocody II-Plateaux SOCOCE
Tél.: 00225 22 00 32 72

Chiffre de tirage 15 000 exemplaires

Edito



par **MAX Liport**

L'Emploi, le travail contribue au bonheur ...

Pour tous ces facteurs, et/ou paramètres inhérents à la vie que dis-je, de l'Emploi, il est nécessaire de livrer bataille pour leur acquisition. Toutefois, le rêve et la détermination sont des vertus qui donnent du courage et permettent d'arriver à l'atteinte de ses objectifs ; ce qui nous emmène à

rappeler cet adage qui dit : « Il faut se battre car la vie ne donne pas toujours ce que l'on mérite, elle donne plutôt droit à ce pourquoi l'on se bat ... ».

Pourtant, si la vie procure à l'homme ce pourquoi il se bat, cela voudrait dire qu'il n'y a qu'un rôle que ce dernier devrait avoir à jouer dans la vie, le reste relève de la Divinité. Se battre.

Où est ce que nous nous situons ?

Travaillons-nous pour manger à notre faim ?

Pour entreprendre, servir ou aider ?

À quelle fin travaillons-nous ?

Les objectifs sont nombreux, la Vision est personnelle mais la conviction seule peut faire la différence.

Tout est parti d'un rêve d'enfant, d'une remarque, d'une attention particulière, d'une observation. Bref, d'une réflexion et d'une interrogation qui appellent à ouvrir sur l'exécution /à la mise en œuvre de d'une pensée au-delà de la simple évocation de propos du genre... Travailler pour son propre compte. Un déclic est survenu. « Je vais à l'école pour créer de l'emploi... ».

En effet, le schéma qui se dresse dans notre Afrique est :

- Ecole = Diplôme

A contrario, en Asie, il est : Ecole = Création d'emplois.

(Sans commentaire).

A l'instar des pays émergents en général, ceux de l'Asie (Japon, Corée du sud ...) singulièrement devraient constituer, pour les africains que nous sommes, une source référentielle d'inspiration à plus d'un titre.

Cette approche ou observation a fini par être une particulière motivation, qui a induit la transformation d'une vision voire d'une conviction qui pris forme et suit son cours, depuis maintenant une dizaine d'année.

Ainsi, s'il est nécessaire de croire en soi-même et en ses capacités tout en comptant sur l'Eternel Dieu des Armées qui est la priorité dans la réalisation de toute œuvre humaine, le chemin peut être épineux et torsadé même. Néanmoins, il importe de toujours tenir ses engagements envers les hommes et notamment envers Dieu quand il permet la réalisation de nos projets.

C'est dans cette optique que Dr. Souleymane Labity Ouoba a bien voulu contribuer à l'épanouissement de la jeunesse en particulier.

www.africabusinessagency.com

SOMMAIRE



10 INTERVIEW

Elaine O'Connell

Directrice d'exposition,
Beautyworld Middle East



16 NATHALIE ZOROME

Contrat de travail international.
Quels sont les pièges à éviter ?



22 INTERVIEW

Dr. Souleymane Labity Ouoba

Représentant de Messe Frankfurt,
Allemagne en Afrique de l'Ouest francophone

A propos de Messe Frankfurt Middle East GmbH

Middle East, Beautyworld Arabie Saoudite, Hardware + Tools Middle East, Intersec, Intersec Arabie Saoudite, Leatherworld Middle East, Light Middle East, Manutention, Manipulation des matériaux Arabie saoudite, Semaine de la technologie de nettoyage au Moyen-Orient, Paperworld Moyen-Orient, Prolight + Sound Moyen-Orient, SPS Automation Moyen-Orient, La filiale organise également une série de conférences et séminaires incluant la Conférence sur la protection de la santé des travailleurs, Think Light et Conférence sur la mobilité future. En 2018, les expositions Messe Frankfurt Middle East ont rassemblé 6 246 exposants de 60 pays et ont attiré 140 685 visiteurs de 135 pays. Pour plus d'informations, veuillez visiter notre site Web à l'adresse www.messefrankfurtme.com.



Gareth Wright, Samah Mousa Dubaï, Emirats Arabes Unis
Tel: +971 4 3894 573
gareth.wright@uae.messefrankfurt.com
samah.mousa@uae.messefrankfurt.com

SEE WHO'S EXHIBITING

View our exhibitor list online and find your nearest product exhibitor. You'll also find a list of exhibitors by country and stand number.

www.beautyworldME.com

BUSINESS MATCHMAKING PROGRAM

Register for our Business Matchmaking Program, which allows you to connect and plan meetings with exhibitors in advance.

www.beautyworldME.com

TRAVEL DESK

For any support with your travel to Beautyworld Middle East, please contact our Travel Desk at:

travel@beautyworldME.com

PRE-REGISTER NOW!

Pre-registration allows access to fast-track conveniences on arrival through the Q-Jump, including priority security and avoid the queues.

www.beautyworldME.com

VOIR QUI EXPOSE

Consultez notre liste d'exposants en ligne et trouvez votre produit exposant le plus proche de vous. Vous trouverez également une liste d'exposants par pays et numéro de stand.

www.beautyworldME.com

PROGRAMME DE BUSINESS MATCHMAKING

Inscrivez-vous en ligne pour notre programme de Matchmaking d'entreprises, qui vous permet de vous connecter et de planifier des réunions avec les exposants à l'avance.

www.beautyworldME.com

BUREAU DE VOYAGE

Pour toute assistance concernant votre voyage vers Beautyworld Middle East, veuillez contacter notre bureau de voyage.

travel@beautyworldME.com

PRE-INSCRIVEZ-VOUS MAINTENANT!

La pré-inscription permet d'accéder rapidement au salon en passant par le passage Q-Jump. Inscrivez-vous maintenant et évitez les files d'attente.

www.beautyworldME.com

S'APPROVISIONNER GLOBALEMENT. EXCELLER REGIONALEMENT

Dans le monde de la beauté et du bien-être, rester en ligne et à jour est le principe de base. Beautyworld Middle East est le plus grand salon de beauté au monde. C'est pourquoi nous avons placé l'accent sur l'industrie régionale afin de découvrir les dernières tendances, innovations et de se connecter avec les principaux fournisseurs, fabricants et marques de pointe.

Avec une autre année un nombre record d'exposants en 2018, le salon annuel devrait revenir cette année pour l'édition la plus importante et la plus internationale jamais réalisée. Découvrez une diversité régionale de produits et de fournisseurs et découvrez les dernières tendances de cette industrie, de l'emballage et de l'hygiène aux emballages et aux équipements de salon.

Plus de 1 700 exposants

62 pays exposants

Plus de 36 000 visiteurs

143 pays visiteurs

25 pavillons internationaux

3 jours 1 spectacle

www.beautyworldME.com

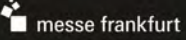
2019 DÉTAILS DU SPECTACLE

Date: 15 - 17 avril 2019

Lieu: Salles 1,3,4, Pavilion Hall, salle de bal Al Mullaqah, Trade Centre Area, Dubai World Trade Centre

Heure: 10h à 18h

www.beautyworldME.com



messe frankfurt

beautyworld MIDDLE EAST

15 - 17 April, 2019
Dubai World Trade Centre, UAE
www.beautyworldME.com

beautyworld MIDDLE EAST

The largest international trade fair for beauty products, hair, fragrances and wellbeing in the Middle East.

15 - 17 April, 2019

Dubai, United Arab Emirates

www.beautyworldME.com

The world of beauty at your fingertips
Le monde de la beauté à vos doigts
at your fingertips



SOURCE GLOBALLY. EXCEL REGIONALLY.

In the world of beauty and wellness, staying ahead is every business's top priority. Our fair provides a pivotal platform for the regional industry to discover the latest global trends and connect with leading suppliers, manufacturers and brands from all corners of the world.

Having achieved a record-breaking number of exhibitors in 2018, the annual exhibition is set to return this year for its largest and most international edition yet. Discover an unrivalled variety of products and suppliers across six pavilions, from make-up and hygiene to packaging and salon equipment.

1,700+ exhibitors

62 exhibiting countries

36,000+ visitors

143 visiting countries

25 international pavilions

3 days 1 show

www.beautyworldME.com

2019 SHOW DETAILS

Date: 15 - 17 April, 2019

Venue: Halls 1, 3, 4, The Pavilion Hall, Al Mullaqah Ballroom, Salon, Stage 1, 2 and Trade Centre Area, Dubai World Trade Centre

Time: 10am to 6pm

www.beautyworldME.com

2019 SHOW HIGHLIGHTS

The show highlights make Beautyworld Middle East even more exciting. It offers unparalleled opportunities for visitors to experience the latest revolutionary innovations in the industry first-hand.

- **Quintessence - the art of perfume**
- **Battle of the Barbets**
- **Nail It! by Artistic Nail Design & DPI**
- **Fragrance Station**
- **Live Front Row**
- **New Ready to Beauty**
- **Quintessence: l'art de la parfums**
- **Bataille des Barbets**
- **Nail It! par Artistic Nail Design & DPI**
- **Station de Parfum**
- **Live Front Row**
- **Prêt pour la beauté**

LES FAITS MARQUANTS DU SALON 2019

Ce qui rend Beautyworld Middle East encore plus excitant, c'est qu'il offre des opportunités sans précédent pour les visiteurs de découvrir les dernières innovations révolutionnaires de l'industrie.

- **Quintessence: l'art de la parfums**
- **Bataille des Barbets**
- **Nail It! par Artistic Nail Design & DPI**
- **Station de Parfum**
- **Live Front Row**
- **Prêt pour la beauté**



Stay tuned to learn more about our show highlights.

www.beautyworldME.com

SIX SHOW SECTIONS

COSMETICS & SKINCARE

COSMETIQUE ET SOINS POUR LA PEAU



440+ exhibitors*

Embrace a glamorous business outlook
Featuring an extensive range of leading brands and rising trend-setters, this segment is one of the largest and most exciting at the show, with exhibitors showcasing their latest products and innovations first-hand.

www.beautyworldME.com

HAIR HAIR & SALON SUPPLIES

CHEVEUX, ONGLES ET FOURNITURES DE SALON



360+ exhibitors*

Tap into illustrious new opportunities
Discover trailblazing new products and equipment from leading global pioneers that are crucial for salons and spas to stay competitive and meet the growing demand for the latest styling treatments and therapies.

www.beautyworldME.com

MACHINE EMBALLAGE MATIÈRE PREMIÈRE ET MANUFACTURING

FRAGRANCE COMPOUNDS & FINISHED FRAGRANCE



390+ exhibitors*

Pack your products with creativity and impact
Explore exciting new packaging solutions that capture the essence of your products with creative design and pioneering technologies at the exhibition. You can also meet the manufacturers of raw materials and products of raw materials and compounds.

www.beautyworldME.com

PERSONAL CARE & HYGIENE

SOINS PERSONNELS ET HYGIÈNE



180+ exhibitors*

Stay focused on the essentials
From body care and sanitary products to homecare and detergents, this section covers a broad variety of personal care products and hygiene items ranging from large-scale manufacturers and suppliers to specialised innovators.

www.beautyworldME.com

FRAGRANCE COMPOUNDS & FINISHED FRAGRANCE

COMPOSANTS ET PRODUITS FINIS DE PARFUM



200+ exhibitors*

A breathtaking showcase of everything in fragrance
Whether you are a fragrance creator, distributor or retailer, this show section caters to all your needs with a unique variety of products, including raw materials, semi-finished products and finished fragrances from the most prestigious brands and leading fragrance houses.

www.beautyworldME.com

NATURAL & ORGANIC

NATUREL & BIOLOGIQUE



70+ exhibitors*

Keeping it pure and simple
With the demand for natural and organic products growing every year, this sector continues to evolve at a dynamic pace, offering a wide range of challenging conventional products. Discover the latest trends and developments that have the potential to transform your business.

www.beautyworldME.com

SIX SECTIONS D'EXPOSITION

PERSONAL CARE & HYGIENE

SOINS PERSONNELS ET HYGIÈNE



180+ exhibitors*

Restez concentrés sur l'essentiel
Près de 180 sociétés proposent des produits pour le corps, les produits d'hygiène personnelle et les produits pour le ménage. Cette section couvre un large éventail de produits de soins personnels, allant des produits à grande échelle aux fournisseurs spécialisés.

www.beautyworldME.com

FRAGRANCE COMPOUNDS & FINISHED FRAGRANCE

COMPOSANTS ET PRODUITS FINIS DE PARFUM



200+ exhibitors*

Une vitrine de parfums à vous couper la parole
Que vous soyez créateur, distributeur ou détaillant, cette section couvre un large éventail de produits, allant des matières premières aux produits finis. Découvrez les dernières tendances et les produits de marque de prestige.

www.beautyworldME.com

PERSONAL CARE & HYGIENE

SOINS PERSONNELS ET HYGIÈNE



180+ exhibitors*

Restez concentrés sur l'essentiel
Près de 180 sociétés proposent des produits pour le corps, les produits d'hygiène personnelle et les produits pour le ménage. Cette section couvre un large éventail de produits de soins personnels, allant des produits à grande échelle aux fournisseurs spécialisés.

www.beautyworldME.com

MACHINE EMBALLAGE MATIÈRE PREMIÈRE ET MANUFACTURING

FRAGRANCE COMPOUNDS & FINISHED FRAGRANCE



390+ exhibitors*

Pack your products with creativity and impact
Explore exciting new packaging solutions that capture the essence of your products with creative design and pioneering technologies at the exhibition. You can also meet the manufacturers of raw materials and products of raw materials and compounds.

www.beautyworldME.com

HAIR HAIR & SALON SUPPLIES

CHEVEUX, ONGLES ET FOURNITURES DE SALON



360+ exhibitors*

Profitez de nouvelles opportunités
Découvrez les produits et équipements innovants des pionniers mondiaux qui sont essentiels pour que les salons de beauté restent compétitifs. Vous pouvez également rencontrer les fabricants de matières premières et de produits de matières premières et de composés.

www.beautyworldME.com

NATURAL & ORGANIC

NATUREL & BIOLOGIQUE



70+ exhibitors*

Keeping it pure and simple
With the demand for natural and organic products growing every year, this sector continues to evolve at a dynamic pace, offering a wide range of challenging conventional products. Discover the latest trends and developments that have the potential to transform your business.

www.beautyworldME.com



Elaine O'Connell

Directrice d'exposition, Beautyworld Middle East

Qu'est-ce qui fait de Dubaï un lieu idéal pour accueillir Beautyworld Middle East?

Dubaï est située au cœur d'un marché dynamique animé par un certain nombre d'économies en croissance dans les régions élargies du Moyen-Orient, de l'Asie centrale et du Sud et en Afrique, relativement proches les unes des autres.

Avec une infrastructure de transport et de logistique enviable, Dubaï est devenue un centre international de commerce, de commerce et de MICE qui dessert l'ensemble de la région. La position croissante de l'émirat en tant que destination pour les affaires et les loisirs signifie que toutes les grandes chaînes d'hôtellerie sont présentes ici, ainsi qu'une gamme impressionnante de restaurants et de lieux de divertissement.

En plus de tout cela, Dubaï, son héritage commercial glorieux et sa population multiculturelle, en font le lieu idéal pour mener des affaires et organiser des réunions et des événements internationaux tels que Beautyworld Middle East.

Qui devrait assister au spectacle et pourquoi?

Le profil des visiteurs de Beautyworld Middle East est vaste, qu'il s'agisse de distributeurs, de détaillants, de grossistes, d'importateurs ou d'exportateurs, de consultants en beauté, de cosmétologues ou de professionnels du maquillage et de la coiffure.

Aucune autre foire commerciale dans la région élargie n'offre une telle gamme de produits de beauté, de soins personnels et de parfums du monde entier. En même temps, il s'agit d'un pôle éducatif qui met en lumière les dernières tendances et innovations qui font bouger

l'aiguille du métier de la beauté à l'échelle internationale.

Avez-vous constaté une croissance dans certains secteurs industriels au cours de la dernière année?

Nous constatons que la popularité de l'industrie des parfums de niche continue de croître au Moyen-Orient, alors que les consommateurs cherchent leur parfum unique qui a sa propre histoire et qui est livré avec un emballage distingué et des ingrédients qui le distinguent des parfums produits en masse.

Cela sera souligné une nouvelle fois par Quintessence lors de Beautyworld Middle East 2019, qui revient pour la quatrième fois et présentera plus de 20 parfums de niche sélectionnés à la main dans le monde entier. Les secteurs naturel et biologique, ainsi que le toilettage masculin, semblent également être à la hausse.

Parlez-nous du programme de jumelage d'entreprises?

Notre programme gratuit de jumelage d'entreprises change vraiment la donne pour les visiteurs et les exposants qui souhaitent tirer le meilleur parti de leur temps limité tout au long des trois jours de Beautyworld Middle East. C'est aussi très facile à utiliser.

Les visiteurs pré-inscrits à l'émission se contentent de s'inscrire sur notre site Web pour bénéficier du service du programme de jumelage d'entreprises. Ils peuvent ensuite rechercher et demander à organiser des réunions avec leurs exposants préférés à une heure convenue pendant le salon.

Y a-t-il de nouveaux ajouts au spectacle pour l'édition 2019?

La plus grande nouveauté de Beautyworld Middle East 2019 - et quelque chose qui nous enthousiasme beaucoup cette année - est Front Row. Il s'agit d'un nouveau spectacle visionnaire qui capte l'esprit de Beautyworld Middle East avec style et panache et placera les professionnels de la beauté au cœur des derniers développements de l'industrie. Certains des plus grands artistes, influenceurs et entrepreneurs de beauté sont à bord de cet événement en direct, interactif et éducatif.

Parmi les autres nouveautés de cette année, citons Ready to Beauty, une vitrine de marques de produits de beauté qui répondent spécifiquement aux désirs et aux besoins d'un public multiculturel; et la conférence Beauty Business de trois jours couvrira des sujets pertinents tels que l'entrepreneuriat féminin dans le secteur de la beauté et le conditionnement durable des produits de beauté.

Qu'est-ce qui distingue Beautyworld Middle East des autres émissions destinées au secteur de la beauté?

Beautyworld Middle East en est à sa 24e édition et, d'année en année, il continue d'évoluer en tant que centre régional de l'industrie de la beauté. C'est une plate-forme commerciale globale qui propose une large gamme de produits et services, et je ne me souviens pas d'une année écoulée sans que nous ayons apporté quelque chose de nouveau à la série. C'est notre façon de démontrer que Beautyworld Middle East est l'une des plus importantes expositions au monde sur la beauté et le bien-être, et qu'elle dévoilera toujours toutes les couches de la beauté.



Elaine O'Connell

beautyworld

MIDDLE EAST

Directrice d'exposition, Beautyworld Middle East



Beautyworld Moyen-Orient 15-17 avril 2019 Centre international de congrès et d'expositions de Dubaï, EAU

*Les dernières nuances
de beauté pour des tons
de peau et une texture
de cheveux variés sous
les projecteurs à
Beautyworld Middle
East 2019.*

*Ready to Beauty est prêt
pour son lancement à
Dubaï avec une gamme
de produits unique
répondant aux désirs et
aux besoins d'un public
multiculturel.*

Dubaï, Emirats Arabes Unis : une nouvelle vitrine de marques triées sur le volet à travers le monde répondra aux besoins et aux désirs des consommateurs avec des tons de peau plus foncés et des textures de cheveux plus bouclés au salon Beautyworld Middle East le mois prochain à Dubaï, sous les projecteurs beauté multiculturelle.

Ready to Beauty est l'un des temps forts du plus grand salon international de la région consacré aux produits de beauté et au bien-être. Il promet d'encourager des milliers de visiteurs professionnels du Moyen-Orient et d'Afrique à «découvrir la prochaine étape de la beauté multiculturelle».

La fonction dédiée est présentée par le groupe de réflexion sur la beauté multiculturelle Dark Metier, basé aux États-Unis, et présentera une large gamme de produits, des fonds de teint aux produits cosmétiques avec des nuances et des formules spécialement conçues pour les types de peau à mélanine élevée, aux systèmes de soin des cheveux plus épais, bouclés plus texturés.

Corey Huggins, fondateur et PDG mondial de Dark Metier, a déclaré : "Nous sommes vraiment ravis de collaborer avec Beautyworld Middle East. Cela a du sens, étant donné que notre expertise concerne la beauté plus sombre et que, partant, nos clients sont exceptionnellement bien adaptés au Moyen-Orient et aux régions au-delà de la démographie plus sombre."

Huggins a déclaré que Beautyworld Middle East faisait partie intégrante de la stratégie globale plus large de Ready to Beauty, qui a également des activations aux États-Unis, au Kenya, en Belgique et au Brésil : "Je pense que le style de vente au détail Ready to Beauty est particulièrement excitant", a-t-il ajouté. «Cela donne aux marques participantes une opportunité stratégique de dire plus clairement leur positionnement et leur histoire, comme si elles avaient leur propre vitrine. Personne dans la beauté multiculturelle n'atteint ce niveau de luxe et d'innovation dans le commerce équitable. "En conséquence, la popularité de la section dédiée sera soulignée lorsque les

visiteurs professionnels reconnaîtront que ce segment particulier de la beauté est enfin respecté et élevé."

Ready to Beauty sera situé dans le pavillon des États-Unis à Beautyworld Middle East 2019, qui se tiendra du 15 au 17 avril au Centre international de conventions et d'expositions de Dubaï. Ce sera un guichet unique axé sur les produits les plus appropriés pour la beauté africaine, latine, du Moyen-Orient et de l'Asie du Sud-Est.

Huggins a souligné certaines des marques clés qui seront exposées, y compris Camille Rose, une merveille des soins des cheveux et de la peau des États-Unis, et Pauline Cosmetics, une



entreprise kenyane, l'une des principales marques de maquillage d'Afrique de l'Est, conçue pour inclure toutes les nuances de noir.

Il a ajouté que les marques de beauté grand public reconnaissent lentement la puissance du marché multiculturel : "Les grandes marques commencent à lancer des produits qui

ciblent les consommateurs les plus sombres, en particulier dans le soin des cheveux, mais il existe une différence entre la beauté multiculturelle et spécifique," a-t-il m'a dit. «L'un est de nature gratuite et l'autre est authentique. Sans aucun doute, Ready to Beauty est sans aucun doute ce dernier». Ready to Beauty arrive à Beautyworld Middle

East 2019 parmi une préférence croissante pour les cosmétiques et les soins capillaires adaptés aux peaux et couleurs chaudes. Selon des estimations de l'industrie, les femmes multiculturelles dépenseraient 80% de plus en cosmétiques et près de deux fois plus en soins de la peau que d'autres consommateurs.

Elaine O'Connell, directrice de l'exposition Beautyworld Middle East, a déclaré : «À nos yeux, la beauté comble presque toutes les différences culturelles, et dans Ready to Beauty, nous avons une vitrine unique qui séduira les diverses cultures et les teintes de peau si répandues au Moyen-Orient et en Afrique.

«Les visiteurs professionnels peuvent s'attendre à voir une large gamme de produits naturels pour les soins capillaires, les soins de la peau, les soins personnels et les cosmétiques colorés, allant d'un équilibre parfait à un style

un large éventail de textures et de boucles pour les cheveux.

Pour sa 24^e édition, Beautyworld Middle East 2019 rassemblera plus de 1 750 exposants de 65 pays. L'événement annuel de trois jours est organisé par Messe Frankfurt Middle East et couvre les six groupes de produits des fournisseurs de cheveux, d'ongles et de salons de coiffure ; Cosmétiques et soins de la peau; Soins personnels et hygiène ; Machines, emballages, matières premières et fabrication en sous-traitance ; Composés de parfum et parfums finis ; et naturel et biologique.

de parfums de niche, et Battle of the Barbers, une compétition live de trois jours au cours de laquelle les meilleurs techniciens de toilettage masculins des Émirats arabes unis s'affronteront pour obtenir deux titres convoités: Best Barber des Émirats Meilleur rasage des EAU.

La station de parfum et Nail It! Par OPI et Artistic - un concours de nail art - sont d'autres caractéristiques récurrentes, tandis que la Beauty Business Conference, qui durera deux jours, couvrira des sujets pertinents tels que l'entreprenariat féminin dans le secteur de la



audacieux et chaleureux. La fonction spéciale est un autre exemple de la manière dont Beautyworld Middle East continue d'évoluer et de répondre aux besoins et aux exigences spécifiques de son marché principal », a-t-elle ajouté.

Parmi les autres personnalités présentes chez Ready to Beauty, citons UnderGuard; et d'autres noms kenyans tels que BU.KE, une marque artisanale qui fabrique à la main des soins de la peau et des soins capillaires de luxe, et Sheth Naturals, qui fabrique des crèmes pour

Ready to Beauty n'est qu'une des nombreuses fonctionnalités à valeur ajoutée qui attirent chaque année des dizaines de milliers d'acheteurs et de professionnels de la beauté. Front Row est la nouvelle grosse nouveauté de 2019, qui présente un programme de trois jours de démonstrations de maquillage en direct, de coiffures et d'ongles, présenté par les plus grands artistes de la beauté, influenceurs et créateurs de la région.

Parmi les nouveautés habituelles, citons la très populaire Quintessence, une vitrine exclusive

beauté et l'emballage durable de produits de beauté.

Avec 25 pavillons de pays, six groupes de produits et un programme complet de fonctionnalités spéciales, la 24^e édition de la vitrine annuelle présentera à nouveau une plateforme inégalée de réseautage professionnel et des idées inspirantes pour un public attendu de plus de 35 000 acheteurs professionnels et professionnels de la beauté.

Présentation de Messe Frankfurt



Messe Frankfurt est le plus grand organisateur de salons, congrès et événements au monde avec son propre parc des expositions. Avec plus de 2 500 * employés répartis sur 30 sites, l'entreprise réalise un chiffre d'affaires annuel d'environ 715 * millions d'euros. Grâce à ses liens étroits avec les secteurs concernés et à son réseau commercial international, le Groupe veille

efficacement aux intérêts commerciaux de ses clients. Une gamme complète de services - sur site et en ligne - garantit aux clients du monde entier une qualité et une flexibilité élevées et constantes lors de la planification, de l'organisation et du déroulement de leurs événements. La vaste gamme de services comprend la location de terrains d'exposition, la construction et la commercialisation de

foires commerciales, le personnel et les services de restauration. Basée à Francfort-sur-le-Main, la société appartient à la ville de Francfort (60%) et à l'État de Hesse (40%).

Pour plus d'informations, s'il vous plaît visitez notre site Web à : www.messefrankfurt.com
* chiffres préliminaires 2018

Beautyworld dans le monde

Organisée par Messe Frankfurt, la marque Beautyworld organise des salons professionnels dans divers endroits du monde.

- Beautyworld Japan Fukuoka
4 - 5 février 2019, Fukuoka, Japon
- Beautyworld Middle East
15-17 avril 2019, Dubaï, Émirats Arabes Unis
- Beautyworld Japan
13 - 15 mai 2019, Tokyo, Japon
- Beautyworld Japan West
7-9 octobre 2019, Osaka, Japon
- Beautyworld Arabie Saoudite
27-29 octobre 2019, Jeddah, Arabie Saoudite





Nathalie ZOROME

Avocat d'affaires

CONTRAT DE TRAVAIL INTERNATIONAL Quels sont les pièges à éviter ?

Maître Nathalie ZOROME est inscrite au barreau de Paris.

Son Cabinet est situé au cœur du quartier d'affaires, à côté des Champs-Élysées.

Elle intervient aussi en Afrique francophone, notamment en Côte d'Ivoire, pour conseiller sa clientèle, de particuliers et d'entreprises dans leurs démarches juridiques ou contentieuses.

Cette avocate internationale est également enseignante en écoles de commerce et diplômée en Droits africains de l'Université de PARIS LA SORBONNE.

Quelles sont les problématiques liées au contrat de travail international ?

Maître Nathalie ZOROME : D'une manière générale, il est bien beau d'affirmer que le contrat de travail est un accord de volontés entre les deux parties, mais force est de constater qu'en réalité les choses sont beaucoup moins équilibrées que cela puisque, par définition, l'entreprise est en position de force lors du recrutement, tant le marché du travail est actuellement tendu pour les salariés.

S'il est vrai qu'un cadre supérieur très spécialisé et donc recherché pour ses compétences rares aura une marge de négociation appréciable au moment de la signature du contrat, la plupart des travailleurs n'auront pas cette chance et souscriront sans sourcilier à des dispositions imposées dans un document standard, pré-rédigé par l'employeur.

En tous les cas, il y a quand même un minimum pour éviter les mauvaises surprises ultérieures et vous avez tout intérêt à surveiller de près le contenu de l'avenant ou du contrat de travail.

Bien souvent, l'absence de clauses écrites équivaut à une absence de droits, ce qui peut être d'autant plus dommageable à découvrir a

posteriori en cas d'expatriation, que l'on se trouve côté salarié ou côté employeur.

Comment les entreprises préparent-elles l'affectation d'un collaborateur dans un pays étranger ?

Me N. Z. : Lorsqu'un employeur veut expatrier, c'est au service des ressources humaines, généralement appuyé par un cabinet spécialisé, d'appréhender les différents paramètres afin de proposer le type de contrat sur-mesure.

Par principe, il faut veiller à toujours demeurer conforme au droit du pays dans lequel on expatrie, ainsi qu'au droit du pays d'origine et naturellement, il faut encore respecter les accords d'entreprise de la société et du groupe auquel elle appartient le cas échéant.

En tous les cas, de la nature du contrat choisi, découleront des contraintes et des avantages différents. Il faut donc que l'employeur décide s'il veut expatrier, ou bien détacher, ou encore faire un split (ce qui consiste à mettre en place deux contrats, un avec chaque société de chaque pays).

Le seul point commun à ces différents types d'organisations contractuelles, c'est qu'il faut

que la rédaction soit la plus détaillée possible.

Pouvez-vous nous en dire plus sur ces différents types de contrats envisageables ?

Me N. Z. : Tout d'abord, il faut donner une précision terminologique car, dans le langage courant, on parle toujours d'« expatriation » mais, juridiquement, cette notion peut désigner des réalités bien différentes.

En premier lieu, il faut bien distinguer l'expatriation du « détachement » qui désigne un cas dans lequel le contrat d'origine reste en vigueur. La différence fondamentale avec l'expatriation se trouve au niveau de la protection sociale car le salarié détaché demeure alors soumis au régime de protection sociale de son pays d'origine. Il appartient aux juristes de vérifier les conventions bilatérales de sécurité sociale.

Dans le cas d'une véritable « expatriation », le contrat d'origine peut aussi rester en vigueur mais il est conseillé de le suspendre pendant l'affectation à l'étranger. On rédige alors un avenant au contrat de travail avec la société d'origine, mais également un contrat de travail local avec la société d'accueil.



Nathalie ZOROME

Avocat à la Cour

36, avenue de Wagram - 75008 PARIS

Tél : +33 (0)1 42 62 60 36 - Fax: +33 (0)1 42 23 00 71

Contact en Côte d'Ivoire : +225 59 27 88 57

Site web : www.cnz-avocatconseil.com



On peut aussi parler d'un troisième type d'aménagement contractuel quand le salarié travaille sous le régime du détachement à la fois dans deux pays : comme je l'évoquais précédemment, on parle alors de contrats « en split », c'est à dire un avec chaque société de chaque pays. Dans cette configuration, l'un des contrats sera qualifié de « contrat principal », même s'il est à temps partiel, et c'est ce contrat qui règlera le régime protection sociale, l'autre temps partiel étant réalisé dans le second pays.

Pouvez-vous nous donner des précisions sur les précautions à prendre avant toute affectation pour une mission à l'étranger et les principales clauses à vérifier, qu'on soit salarié ou employeur ?

Tout d'abord, il est évidemment indispensable de formaliser les détails de l'accord dans un document écrit (contrat de travail ou un avenant de mutation) comprenant les informations essentielles comme le lieu de travail, l'intitulé du poste, le montant et la composition de la rémunération, ainsi que sa périodicité et la devise de paiement ; la durée de travail, la date de début d'affectation à l'étranger et sa durée (déterminée ou indéterminée).

Idéalement, on ajoutera au minimum les délais de préavis et la durée des congés payés mais il est préférable de prévoir aussi expressément tous ce qui touche aux avantages en nature et les éventuelles primes d'expatriation.

Lorsque je conseille un salarié, je l'invite toujours à s'enquérir aussi des conditions de rapatriement dans son pays d'origine et de la couverture sociale applicable en cas d'accident ou problème de santé.

Ce dernier point doit également être une zone de grande prudence pour l'employeur qui est tenu d'une obligation de sécurité au travail.

Pour le cas où il s'agirait d'une mutation, pouvez-vous nous indiquer comment éviter de perdre les acquis du précédent contrat lors de la signature de l'avenant contractuel ?

Me N. Z. : Tout dépend si l'on se



place du côté de l'employeur ou du côté du salarié.

De même, chaque cas mérite une attention particulière et les points de vigilance seront différents d'un contrat à un autre mais on peut cependant répertorier quelques questions clés qui méritent toujours grande attention.

Par exemple, concernant la convention collective : même si le contrat d'origine lui était soumis, il ne va pas de soi que cette dernière continuera à s'appliquer après la signature de l'avenant de mission à l'étranger. En effet, chaque convention définit son champ d'application territorial qui dépasse rarement le cadre national.

Cependant, il faut savoir que certaines conventions collectives prévoient des dispositions propres aux salariés envoyés à l'étranger. Il convient donc de vérifier cela avant la négociation du contrat car même si rien n'est prévu en ce sens dans le texte conventionnel, il est toujours possible d'essayer de négocier que telle ou telle disposition reste (ou pas) applicable.

Autre exemple, il est également utile de faire préciser dans le contrat si la période de travail à l'étranger sera prise en compte dans le calcul l'ancienneté, en particulier

si l'expatrié devient provisoirement salarié d'une autre entreprise (par exemple une filiale).

Comment règle-t-on la question de la loi applicable au contrat international ?

Me N. Z. : S'agissant de tout contrat, qu'il soit de travail, civil ou commercial, la règle de principe internationale veut que l'on applique la loi choisie par les parties.

Par exemple, si un salarié ivoirien est recruté par une société marocaine pour travailler au Maroc, les parties peuvent convenir que la loi applicable au contrat de travail sera la législation du travail marocaine ou ivoirienne.

Que se passe-t-il si les parties ont omis de stipuler la loi choisie ?

Me N. Z. : Rien n'est plus hasardeux que de rester muet sur ce point capital.

Lorsque le contrat ne le précise pas, c'est celle du lieu de travail qui s'applique, sauf exceptions (conventions internationales ou loi impératives d'ordre public locales). Il en va de même si les circonstances démontrent que le contrat présente des "liens plus étroits" avec un autre pays dont la loi est plus favorable.

Pour donner un exemple, citons le cas d'un Congolais recruté par une filiale belge d'une société américaine pour évoluer à la fois en Belgique et en France ; il sera qualifié juridiquement de « salarié mobile » et dans ce cas, la loi applicable par défaut sera la loi belge.

Quels sont les critères à étudier pour déterminer globalement la loi la plus favorable ?

S'agissant d'un point assez subtil, je dirais que par précaution, il est toujours utile de se faire conseiller par un professionnel compétent qui vous aidera à déterminer le système juridique le plus intéressant au regard de vos propres attentes.

Ce conseil reste valable même si vous pensez que vous n'avez pas beaucoup de marge de négociation avec votre interlocuteur car, au delà de la loi applicable au contrat, un juriste pourra quand même toujours utilement la rédaction de certaines clauses sur-mesure afin de sauvegarder vos intérêts.

Les points les plus sensibles tournent notamment autour des questions entourant la rupture de la relation de travail à l'initiative de l'autre partie (clauses « parachutes

», clause de dédit-formation, obligations de non-concurrence et confidentialité post-contractuelle....).

Evidemment, la question de la protection sociale et celle des charges sociales et fiscales imputables à la rémunération brute sont aussi essentielles pour pouvoir apprécier quel est globalement le système le plus favorable.

Au sujet de la protection sociale, que se passe-t-il si le recrutement se fait directement à l'étranger avec un contrat local ou même un split ?

Me N. Z. : Si le recrutement s'effectue directement par le biais de la société locale (même si c'est une filiale d'une société étrangère du pays d'origine), c'est généralement la loi du pays d'accueil où s'effectue le travail qui est appliquée.

Dans ce cas, en ce qui concerne la protection sociale, le contrat est automatiquement soumis aux cotisations sociales du pays d'accueil.

C'est éventuellement alors aux juristes et aux avocats de proposer des aménagements contractuels dans l'intérêt des parties. Tout est affaire de négociation.

Que pourriez-vous conseiller à un travailleur étranger qui serait recruté pour partir dans un pays de l'Union européenne ?

Certaines législations sont notoirement connues pour être très protectrices, soit des intérêts des salariés, soit de ceux des entreprises.

Ainsi par exemple, si vous partez travailler en France, quelle que soit votre nationalité d'origine, il est très probable que vous aurez grand intérêt – en tant que salarié – à faire préciser que votre contrat de travail sera régi par la loi française car elle est en général connue pour être favorable aux employés.

A l'inverse, si on se place du point de vue de l'employeur qui souhaiterait recruter un salarié français pour venir travailler en Afrique, je lui conseillerais – dans son intérêt – d'opter pour un contrat

local ou un contrat en split, ce qui consiste à mettre en place deux contrats, un avec chaque société de chaque pays. Un contrat en split peut uniquement s'appliquer quand le salarié travaille dans deux pays.

J'invite aussi toujours mes clients à prévoir une clause suspensive pour se prémunir par exemple de la non-obtention d'un permis de travail, ce qui peut arriver.

A ce sujet, on peut d'ailleurs souligner qu'un contrat de travail local est souvent requis pour avoir un permis de travail (comme au Maroc ou en Australie), même si ce n'est pas toujours le cas (par exemple dans certains pays anglo-saxons comme les Etats-Unis ou le Royaume Unis).

Et si les parties travaillaient déjà ensemble avant l'expatriation, peut-il y avoir une nouvelle période d'essai ?

Me N. Z. : Du point de vue de l'employeur, que l'on ait mis en place un contrat local ou que l'on se trouve dans le cadre d'une mutation interne dans un groupe international, il est possible de prévoir des aménagements contractuels pour éviter de devoir verser des indemnités de sortie si l'expatriation ne fonctionne pas.

Quand la législation du pays d'accueil impose la souscription d'un contrat de travail local, il faut analyser toutes les possibilités contractuelles proposées par la loi applicable dans le pays en question, mais dans tous les cas, s'agissant ici d'un nouveau contrat, l'insertion

d'une clause de période d'essai est conseillée.

La situation est légèrement différente si la configuration contractuelle choisie par les parties est celle d'un simple avenant de détachement et si, au moment du départ à l'étranger, le salarié appartenait déjà à l'entreprise en ayant accompli une période d'essai. Dans cette hypothèse, l'affectation à l'étranger sur un nouveau poste justifie bien un nouvel essai, mais ce ne sera pas – à proprement parler – une « période d'essai », cette transition se qualifiant juridiquement plutôt de « période probatoire ».

Dans tous les cas, il convient de prévoir ce qu'il advient si cette période probatoire du salarié se termine par un échec : réintégration dans l'ancien poste ou licenciement avec préavis et indemnités.

Et que pouvez-vous nous dire sur la négociation de la rémunération ?

Me N. Z. : Il existe essentiellement deux schémas de contrats, chacun avec leurs avantages, négociables au cas par cas.

On parle de « home based », si l'expatrié conserve un ancrage contractuel fort avec sa société d'origine et une rémunération de référence identique à celle qu'il avait avant le départ. C'est elle qui servira de base au calcul pour l'ensemble du package d'expatriation, ainsi que d'assiette pour les cotisations sociales. On peut souligner que cette

rémunération de référence demeure toujours le minimum de base que l'expatrié reçoit lors de son retour.

A l'inverse, il peut y avoir un ancrage plus fort (ou même exclusif) dans le pays d'accueil si l'expatrié n'a plus de lien contractuel avec son pays d'origine, ou alors, s'il en conserve un mais que son contrat de travail d'origine est suspendu (avec une clause de retour). Dans cette configuration, on dit alors que le contrat est de type « host based » et l'expatrié a l'équivalent d'une rémunération locale usuelle pour ce poste auquel on y ajoute les éléments d'un package expatriation.

D'une manière générale, pour parler des primes d'expatriation, sachez qu'elle correspondent généralement à un coefficient appliqué au salaire de base en fonction de différents paramètres : conditions de vie, état sanitaire, éloignement, risques sécuritaires etc

On peut également discuter d'une éventuelle prime différentielle de coût de vie dont le but est de compenser une éventuelle différence du coût de vie entre le pays d'origine et le pays d'accueil de l'expatrié.

Il faut aussi penser à déterminer quels seront les lieux et monnaies de paiement du salaire. Il est ainsi possible de prévoir que celui-ci ne sera versé qu'en partie seulement, dans le pays d'accueil.

De même, l'existence d'une clause dite « de garantie contre le risque de change » est un bon moyen de préserver la rémunération d'éventuelles fluctuations du cours monétaire, tout comme les clauses de compensation fiscale si l'imposition est lourde dans le pays d'accueil.

Les autres points à négocier sont évidemment aussi la prise en charge des frais de déménagement et des voyages de retour dans le pays d'origine au moment des congés.

Enfin il faut savoir que la question du maintien ou non de la participation aux bénéfices pour le





salarié qui part travailler à l'étranger ne peut se concevoir que s'il est simplement détaché d'une société mère dans une filiale étrangère.

Et qu'en est-il des avantages en nature ?

Me N. Z. : La discussion autour des avantages en nature dans le pays d'accueil est un enjeu important mais là aussi, il faut bien réfléchir ou se faire conseiller avant d'opter pour un avantage plutôt qu'un autre car si le salarié est domicilié fiscalement dans le pays d'accueil, certains avantages comme le véhicule ou le logement de fonction peuvent être soumis à une fiscalité plus ou moins lourde selon les pays.

Et pour la fin de la mission à

l'étranger, comment faut-il organiser le retour ?

Me N. Z. : Pour être claire, disons qu'il faut parler du retour dès le départ.

C'est un point essentiel car le rapatriement (mis à part en cas de problème sanitaire ou sécuritaires exceptionnels évidemment) n'est jamais un droit pour l'expatrié. Par conséquent, si rien n'a été prévu ou négocié contractuellement, il est conseillé aux expatriés eux-mêmes de souscrire individuellement un contrat d'assistance auprès d'une compagnie d'assurances.

Enfin, concernant une éventuelle réintégration dans l'entreprise d'origine, il faut impérativement,

pour en bénéficier, y avoir d'abord travaillé avant d'être détaché à l'étranger.

L'année dernière en France, la plus haute juridiction a statué sur un cas qui a fait grand bruit : les magistrats ont considéré qu'un salarié expatrié qui avait fait l'objet d'une mesure de rapatriement sans bénéficier d'une offre de réintégration sérieuse, précise et compatible avec l'importance de ses précédentes fonctions au sein de la société mère pouvait prendre acte de la rupture de son contrat de travail aux torts de son employeur.

Tout est affaire de point de vue mais il est certain, si l'on considère les indemnités obtenues, que l'employeur aurait dû réfléchir à

deux fois au lieu de balayer d'un revers de main la question du retour de l'expatrié dans son pays d'origine.

Certains grands groupes internationaux offrent des services sur-mesure à l'expatrié qui réintègre le siège dans son pays d'origine, notamment en proposant les services d'un prestataire en charge de trouver un appartement d'attente pour la famille ou une école pour les enfants.

Auriez-vous des conseils pour un employeur en cas de licenciement d'un salarié expatrié ?

Me N. Z. : Si l'employeur opte pour un détachement ou un split, je lui donne toujours un conseil de prudence, justement au cas où l'expatriation du collaborateur se révélerait finalement être moins intéressante que prévue.

Une astuce consiste à conclure d'abord un contrat à durée déterminée (avec une période d'essai) correspondant à la même durée que l'avenant d'expatriation du contrat d'origine. Si ensuite les choses se passent bien sur le terrain, il sera toujours possible de renouveler l'opération, cette fois-ci en contrat à durée indéterminée.

Par contre, lorsqu'un employeur n'a pas pu organiser cet aménagement et que seul le licenciement est possible, je lui recommande toujours de rapatrier d'abord son salarié pour ainsi rompre tout lien avec la société d'accueil, avant de commencer la procédure dans le pays d'origine car cela permet d'éviter les difficultés liées à la rupture sur deux pays ayant des législations différentes.

En effet dans la plupart des systèmes juridiques, il y a un grand paradoxe dans la jurisprudence applicable en matière d'expatriation : si l'on reconnaît volontiers la notion de groupe international ou celle de « mobilité intra-groupe » au moment de l'affectation à l'étranger, à l'inverse, lorsqu'on en vient à la phase de rupture contractuelle, cette notion d'unité disparaît et les salariés peuvent bénéficier des indemnités de deux sociétés différentes du même groupe dans des pays différents.

Ma carte Visa Prépayée Abidjan.net Elle me sert



www.ellemesert.com



Instantanée
Création en temps réel



Transferts de carte à carte
Gratuits



Acheter / Vendre
Sur internet, dans les commerces



Remises et Privilèges
Jusqu'à 25% chez les partenaires



Contactez-nous : (225) 21 30 22 66

@BIDJ@N.NET
Bien + qu'un portail.



Dr. Souleymane Labity Ouoba

Représentant de Messe Frankfurt, Allemagne en Afrique de l'Ouest francophone

Pouvez-vous nous présenter succinctement Fair concept Africa ?

Fair Concept Africa, est la représentation de Messe Frankfurt en Afrique de l'ouest, chargé de coordonner et d'organiser les activités du groupe dans notre zone qui comprend

Burkina Faso, Centrafrique, Cote d'Ivoire, Gabon, Guinée Conakry, Guinée Equatoriale, Mali, Niger, Sénégal, Tchad

Faire connaître le « made in Africa » sur le plan international est notre challenge. Présenter et vendre les produits de haut de gamme africain sur nos salons

Nous sommes une entreprise allemande gérée par des africains et des allemands. Nous apportons le savoir allemand en tenant compte des réalités socioculturelles africaines en Afrique. Nous sommes donc dans une démarche « win-win » ; notre succès réside dans le respect des valeurs africaines tout en associant la rigueur et la ténacité allemande.

Qu'est ce qui fait la particularité Fair concept Africa?

Nous sommes présents sur le terrain et menons des activités de conseil, de formation et de soutien aux entrepreneurs africains qui voudraient participer en tant qu'exposant sur l'un de nos salons. Nous sommes aussi l'interlocuteur directe pour les voyages d'affaires sur nos salons en offrant des packages allant du voyage en passant par l'hôtel et surtout en mettant en relation directe (B2B) les acheteurs professionnelles et les exposants présents sur le salon

Quel bilan faites-vous depuis création de Fair concept Africa ?

Fair concept Africa est très satisfait de l'intérêt grandissant des opérateurs économiques qui de plus en plus exposent sur nos salons. Pour exemple cette Année nous avons eu la participation du Sénégal pour la première fois à l'un des plus grands salons de Mess Frankfurt au monde dénommé « Ambienté 2019 » à Frankfurt. Par ailleurs Fair concept Africa enregistre aussi un très grand participant d'opérateurs ivoiriens et sénégalais sur les salons à Frankfurt, en France et à Dubaï.

Quels sont vos prestations ?

1. La formation et le renforcement des capacités Nous accompagnons les producteurs africains en organisant des formations qui portent sur des question de participation aux salons professionnelle, mais aussi comment vendre avec succès sur le plan internationale en tenant compte des contrainte de Logistique, de transport, de qualité et de délai de livraison
2. Le Conseil, nous conseillons essentiellement les opérateurs économiques allemands principalement qui veulent s'installer en Afrique de l'Ouest francophone, mais aussi les africains qui recherchent des partenaires en Allemagne.
3. Nous avons une expertise très poussée dans le secteur de la logistique internationale de Transport, ce qui nous permet là aussi un travail d'information quand il s'agit de transporter vers l'Afrique de l'ouest et vice versa.

4. nous organisons des voyages d'affaires sur nos salons en proposant des packages allant du voyages jusqu'à l'organisation d'entretien b2b pendant le salon ; ceci étant l'entrepreneur africain trouve sur le salon le partenaire idéal dans le temps et peut conclure des contrat s très intéressant.

Quelles sont vos perspectives de développement ?

L'Afrique regorge plusieurs potentialités dans les secteurs de l'artisanat d'art, du textile, de la mode, mais aussi du cosmétique. Pour cela nous incitons les opérateurs économiques africains à participer aux différents salons que nous organisons à Paris, Frankfurt, Dubaï, Shanghai pour ne citer que ces villes. En y participant à ces salons, l'opérateur économiques africains se donne les moyens de trouver des partenaires idéals dans le secteur d'activité dont il est issu, signe des contrats de ventes et d'achat afin de participer au développement de son entreprise.

Comment comptez-vous mobiliser les futurs visiteurs et exposant à participer aux futurs salons de messe Frankfurt en particulier AMBIENTE et BEAUTYWORLD 2020 ?

Nous sommes pragmatique et sur le terrain ; nous travaillons avec les institutions locales, les organisations patronales, les associations, mais aussi avec les traders qui maitrisent le commerce, les gouvernements africains, les partenaires internationaux et surtout avec nos partenaires medias qui sont pmepmimagazine.info, africabusinessagency, diasporaeco.com.



messe frankfurt

for
S

hem
dar



Dr. Souleymane Labity Ouoba

**Représentant de Messe Frankfurt, Allemagne
en Afrique de l'Ouest francophone**



Ambienté est la place de marché de vente et d'achat des biens de consommation la plus grande au monde en dehors de la Chine. Participer à Ambienté, c'est rencontrer le monde entier sur une place qui est le parc des expositions de Frankfurt afin de réaliser avec succès des opérations macroéconomiques.

Quant à Beautyworld, nous disons à nos partenaires africains, qui ont des produits de base (beurre de karité, huiles essentielles, etc..) qui entrent dans la composition et production des articles cosmétiques de très hauts de gamme. Etre présent à Beautyworld vous donne la possibilité de rencontrer les acheteurs professionnels et les fournisseurs internationaux du secteur cosmétique de conclure avec succès des contrats juteux

Faites nous un petit récit du salon BEAUTYWORLD 2019 ?

Beautyworld est le salon de beauté par référence, qui se tient annuellement à Dubaï et au Japon ! Il réunit pendant 3 jours les grands noms et marque du secteur de l'industrie cosmétiques (Parfum, produit de beauté et d'hygiène, Spas, etc.), Tout ce dont une femme à besoin pour se sentir très bien dans sa peau; c'est le lieu privilégié pour faire des affaires, trouver des partenaires, des produits quand on est acheteurs. Nous avons cette année des entreprises du Burkina Faso, de la Cote d'Ivoire et du Sénégal qui y expose. Je leur souhaite une très belle participation et plein succès.

Un message à l'endroit des pays africains, des dirigeants et Chefs d'entreprise afin de



les inciter à prendre part au salon BEAUTYWORLD 2020

A l'endroit des chefs d'entreprises, je dirai que participer à un salon est une chose très excitante, car elle permet de trouver pendant un temps limité et sur un espace bien précis de nouvelles opportunités pour le développer et faire prospérer ses activités. Pour les exportateurs, c'est le lieu où on présente ces produits, ou on voit et on est vu par les acteurs professionnelles du monde entier; l'acheteur professionnel peut toucher du doigt vos produits, négocier et passer des commandes en toute confiance.

Quant aux dirigeants africains, nous leur proposons des pavillons nationaux lors de nos salons afin de faire ressortir le potentiel économique de leur pays, exposer leur produits de valeur et présenter leur pays; nos salons participent de ce fait au développement socioéconomique de ces pays , La chaîne de valeur prend corps, plus les entreprises vendent sur le plan international, plus les différents producteurs locaux ont du travail et participent à l'activité économique du pays.

beautyworld

MIDDLE EAST

Le plus grand salon professionnel international
dédié aux produits de beauté, capillaire, parfum
et bien-être au Moyen-Orient

15 – 17 Avril 2019

Dubai International Convention
and Exhibition Centre,
Emirats Arabes Unis

→ Réservez votre espace dès maintenant!

Tél: +971 4 389 45 00
beautyworld@uae.messefrankfurt.com
www.beautyworldME.com



messe frankfurt

About Messe Frankfurt Middle East GmbH

Messe Frankfurt Middle East's portfolio of 16 exhibitions includes Automechanika Dubai, Automechanika Jeddah, Automechanika Riyadh, Beautyworld Middle East, Beautyworld Saudi Arabia, Hardware + Tools Middle East, Intersec, Intersec Saudi Arabia, Leatherworld Middle East, Light Middle East, Materials Handling Middle East, Materials Handling Saudi Arabia, Middle East Cleaning Technology Week, Paperworld Middle East, Prolight + Sound Middle East, SPS Automation Middle East. The subsidiary also organises a series of conferences and seminars including the Worker Health Protection Conference, Think Light, and the International Conference on Future Mobility. In 2018, Messe Frankfurt Middle East exhibitions combined featured 6,246 exhibitors from 60 countries, and attracted 140,685 visitors from 135 countries.

For more information, please visit our website at www.messefrankfurtme.com



Gareth Wright, Samah Mousa Dubaï, Emirats Arabes Unis
Tel: +971 4 3894 573
gareth.wright@uae.messefrankfurt.com
samah.mousa@uae.messefrankfurt.com

SEE WHO'S EXHIBITING

View our exhibitor list online and filter by company name, product category, trade, country and trade number.

www.beautyworldME.com/Search

BUSINESS MATCHMAKING PROGRAM

Register online to access our Business Matching Program, which allows you to connect and plan meetings in advance with exhibitors in advance.

www.beautyworldME.com/Match

TRAVEL DESK

For any support with your travel to Beautyworld Middle East, please contact our Travel Desk at:

travel@messefrankfurt.com

PRE-REGISTER NOW!

Pre-registration allows access to fast-track convenience on arrival through the Q-Jump. Also register online now and avoid the queues.

www.beautyworldME.com/Visit

S'APPROVISIONNER GLOBALEMENT. EXCELLER REGIONALEMENT

Grâce à l'impact de la beauté et du bien-être, rester en tête est d'actualité de plus en plus. Au cœur des 24 pavillons arabes, Beautyworld Middle East a été conçu pour offrir à nos visiteurs une expérience unique et découvrir les dernières tendances mondiales et de pointe.

Adoptez une attitude et un niveau de créativité en 2018. Le salon annuel devrait devenir votre terrain de jeu principal. Découvrez une diversité de produits et d'opportunités à travers six sections de produits et de services, qui se déroulent à l'apogée de vos emballages et vos équipements de salon.

Plus de 1 700 exposants

62 pays exposants

Plus de 36 000 visiteurs

143 pays visiteurs

25 pavillons internationaux

3 jours 1 spectacle

www.beautyworldME.com/Visit

2019 DÉTAILS DU SPECTACLE

Date: 15 - 17 avril 2019

Lieu: Halls 1 & 8, Pavilion Hall, Dubai World Trade Centre, Sheikh Saeed 1, 3 et Trade Center North, Dubai World Trade Centre

Heure: 10h à 18h

www.beautyworldME.com/Visit

beautyworld MIDDLE EAST

15 - 17 April, 2019
Dubai World Trade Centre, UAE
www.beautyworldME.com

Messe Frankfurt Middle East GmbH
Tel +974 389 45 00
Fax +974 358 55 22
beautyworld@uae.messefrankfurt.com

beautyworld MIDDLE EAST

The largest international trade fair for beauty products, hair, fragrances and wellbeing in the Middle East.

15 - 17 April, 2019

Dubai, United Arab Emirates

www.beautyworldME.com

The world of beauty - at your fingertips

Le monde de la beauté - à vos doigts



SOURCE GLOBALLY. EXCEL REGIONALLY.

In the world of beauty and wellness, staying ahead is every business' top priority. For the past 24 years, Beautyworld Middle East has provided a platform for exhibitors to discover the latest global trends and connect with leading suppliers, manufacturers and brands from all corners of the world.

Having achieved a record-breaking number of exhibitors in 2018, the annual exhibition is set to return this year for its largest and most international edition yet. Discover an unmatched diversity of products and opportunities across six exciting new segments that cater to all segments of the industry, from hair care to fragrance to packaging and salon equipment.

1,700+ exhibitors

62 exhibiting countries

36,000+ visitors

143 visiting countries

25 international pavilions

3 days 1 show

www.beautyworldME.com/Visit

2019 SHOW DETAILS

Date: 15 - 17 April, 2019

Venue: Halls 1 - 8, The Pavilion Hall, Al Mafraqa Road, Centre 6 Area, Dubai World Trade Centre

Time: 10am to 6pm

www.beautyworldME.com/Visit

2019 SHOW HIGHLIGHTS

The show highlights make Beautyworld Middle East even more exciting, providing unique experiences and showcasing revolutionary innovations in the industry first-hand.

- Quintessence - the art of perfume
- Bottle of the Barbors
- Nail It by Artistic Nail Design & DPN
- Fragrance Station
- Live! Front Row
- Live! Ready to Beauty



Stay tuned to learn more about our show highlights:

www.beautyworldME.com/Events

VOIR QUI EXPOSE

Consultez notre liste d'exposants en ligne et filtrez la base de données par nom de société, pays et numéro de stand.

www.beautyworldME.com/Search

PROGRAMME DE BUSINESS MATCHMAKING

Inscrivez-vous en ligne pour accéder à notre programme de Business Matching, qui vous permet de vous connecter et de planifier des réunions avec les exposants à l'avance.

www.beautyworldME.com/Match

BUREAU DE VOYAGE

Pour toute assistance concernant votre voyage vers Beautyworld Middle East, veuillez contacter notre bureau de voyage.

travel@messefrankfurt.com

PRE-INSCRIVEZ-VOUS MAINTENANT!

La pré-inscription permet d'accéder rapidement au salon en passant par le Q-Jump à l'arrivée. Inscrivez-vous en ligne maintenant et évitez les files d'attente.

www.beautyworldME.com/Visit

beautyworld MIDDLE EAST

15 - 17 April, 2019
Dubai World Trade Centre, UAE
www.beautyworldME.com

Messe Frankfurt Middle East GmbH
Tel +974 389 45 00
Fax +974 358 55 22
beautyworld@uae.messefrankfurt.com

beautyworld MIDDLE EAST

The largest international trade fair for beauty products, hair, fragrances and wellbeing in the Middle East.

15 - 17 April, 2019

Dubai, United Arab Emirates

www.beautyworldME.com

The world of beauty - at your fingertips

Le monde de la beauté - à vos doigts



SOURCE GLOBALLY. EXCEL REGIONALLY.

In the world of beauty and wellness, staying ahead is every business' top priority. For the past 24 years, Beautyworld Middle East has provided a platform for exhibitors to discover the latest global trends and connect with leading suppliers, manufacturers and brands from all corners of the world.

Having achieved a record-breaking number of exhibitors in 2018, the annual exhibition is set to return this year for its largest and most international edition yet. Discover an unmatched diversity of products and opportunities across six exciting new segments that cater to all segments of the industry, from hair care to fragrance to packaging and salon equipment.

1,700+ exhibitors

62 exhibiting countries

36,000+ visitors

143 visiting countries

25 international pavilions

3 days 1 show

www.beautyworldME.com/Visit

2019 SHOW DETAILS

Date: 15 - 17 April, 2019

Venue: Halls 1 - 8, The Pavilion Hall, Al Mafraqa Road, Centre 6 Area, Dubai World Trade Centre

Time: 10am to 6pm

www.beautyworldME.com/Visit

2019 SHOW HIGHLIGHTS

The show highlights make Beautyworld Middle East even more exciting, providing unique experiences and showcasing revolutionary innovations in the industry first-hand.

- Quintessence - the art of perfume
- Bottle of the Barbors
- Nail It by Artistic Nail Design & DPN
- Fragrance Station
- Live! Front Row
- Live! Ready to Beauty



Stay tuned to learn more about our show highlights:

www.beautyworldME.com/Events

SIX SHOW SECTIONS

COSMETICS & SKINCARE

COSMÉTIQUE ET SOINS POUR LA PEAU



440+ exhibitors*

Embrace a glamorous business outlook

Featuring an extensive range of leading brands and rising trend-setters, this segment is one of the largest and most exciting at the show, with exhibitors showcasing their latest, products and revolutionary innovations first-hand.

Tap into lustrious new opportunities

Discover trailblazing new products and equipment from leading global pioneers that are crucial for salons and spas to stay competitive and grow. It's the growing demand for high-end treatments and therapies.

360+ exhibitors*



Profitez de nouvelles opportunités

Découvrez les créations et équipements révolutionnaires qui sont essentiels pour que les salons de beauté et les spas restent compétitifs et puissent profiter de la demande croissante de traitements de bien-être et de thérapies.

390+ exhibitors*



Pack your products with creativity and impact

Explore exciting new packaging solutions that capture the essence of your products with creative design and pioneering technologies at the exhibition. You can't miss the leading products of raw materials and components.

Emballer vos produits avec créativité pour plus d'effet

Explorez de nouvelles solutions d'emballage qui capturent l'essence de vos produits grâce à un design créatif et à des technologies de pointe au salon. Vous ne pouvez pas manquer les plus prestigieuses matières premières et les composants.

200+ exhibitors*



A breathtaking showcase of everything in fragrance

Whether you are a fragrance creator, distributor or retailer, this show section caters to all your needs with a unique variety of products, including raw materials, finished fragrances from the most prestigious brands and leading fragrance houses.

Une sélection époustouflante de tout ce qui se fait en parfums

Que vous soyez créateur, distributeur ou détaillant, cette section du salon répond à tous vos besoins avec une variété unique de produits, y compris des matières premières et des parfums de marque de la plus haute qualité.

180+ exhibitors*



Stay focused on the essentials

From body care and sanitary products to homecare and detergents, this section covers a broad variety of personal care products and hygiene solutions, ranging from large-scale manufacturers and suppliers to specialised innovators.

Restez concentrés sur l'essentiel

Probablement de votre cosmétique personnelle, des produits d'hygiène personnelle, des produits pour le corps et les produits de nettoyage, cette section couvre un large éventail de produits de soins personnels et d'hygiène personnelle, allant des fournisseurs à grande échelle aux fournisseurs spécialisés.

70+ exhibitors*



Keeping it pure and simple

With the demand for natural and organic products growing every year, this sector continues to evolve at a dynamic pace, challenging conventional thinking and offering exciting new wellness. Encounter the latest trends and developments that have the potential to transform your business.

Le garder pur et simple

Avec la demande croissante de produits naturels et biologiques, ce secteur continue d'évoluer à un rythme dynamique, remettant en question les conventions et offrant de nouvelles perspectives de bien-être. Découvrez les dernières tendances et développements qui ont le potentiel de transformer votre entreprise.

NATURAL & ORGANIC

SOINS PERSONNELS ET HYGIÈNE

FRAGRANCE COMPOUNDS & FINISHED FRAGRANCE

MACHINERY, PACKAGING, RAW MATERIALS & CONTRACT MANUFACTURING

HAIR, HAIR & SALON SUPPLIES

CHEVEUX, Outils ET FOURNITURES DE SALON

SIX SECTIONS D'EXPOSITION

NATUREL & BIOLOGIQUE

SOINS PERSONNELS ET HYGIÈNE

COMPOSANTS ET PRODUITS FINIS DE PARFUM

MACHINE, EMBALLAGE, MATIÈRE PREMIÈRE ET FABRICATION CONTRACT

CHEVEUX, Outils ET FOURNITURES DE SALON

COSMÉTIQUE ET SOINS POUR LA PEAU



Elaine O'Connell

Show Director, Beautyworld Middle East

What makes Dubai a good location to host Beautyworld Middle East?

What makes Dubai a good location to host Beautyworld Middle East?

Dubai is situated at the heart of a vibrant marketplace powered by a number of growing economies in the wider Middle East, Central and South Asia and Africa regions that are all in relative close proximity.

With enviable transport and logistics infrastructure in place, Dubai, has grown into an international hub of trade, commerce and MICE that serves the wider region. The Emirate's growing stature as a business and leisure destination means that all the major hospitality chains are present here as well as an impressive array of dining and entertainment options.

In addition to all this, Dubai, and the UAE's long and glorious trading heritage and multicultural population makes it the ideal place to conduct business and hold international meetings and events such as Beautyworld Middle East.

Who should attend the show and why?

The visitor profile for Beautyworld Middle East is vast, from distributors, retailers, wholesalers, importers and exporters, to beauty consultants, cosmetologists, hair and makeup professionals.

There is no other trade fair in the wider region that delivers such a wide range of beauty products, personal care, and fragrances from across the globe. At the same time, it's an educational focal point shining the spotlight

on the latest trends and innovations that are moving the needle for the beauty profession on an international scale.

Have you seen growth in any specific industry sectors over the past year?

We see the niche fragrance industry continue to grow in popularity in the Middle East, as consumers look to find their unique fragrance that has its own story and comes with distinguished packaging and ingredients that sets it apart from mass-produced fragrances.

This will be underlined again by Quintessence at Beautyworld Middle East 2019, which returns for its fourth year and will display more than 20 hand-picked niche perfumes from around the world. Natural and organic and men's grooming are other sectors that also seem to be on an upward trend.

Tell us about the Business Matchmaking Program?

Our free Business Matchmaking Programme is really a game changer for visitors and exhibitors who want to make the most of their limited time throughout the three days of Beautyworld Middle East. It's also very easy to use.

Pre-registered visitors to the show simply register on our website for the Business Matchmaking Programme service. They then can search for and request to arrange meetings with their preferred exhibitors at an agreed time during the show.

Are there any new additions to the show for the 2019 edition?

The biggest new addition to Beautyworld Middle East 2019 – and something we're very excited about this year – is Front Row. This is a visionary new show highlight that captures the spirit of Beautyworld Middle East with style and panache, and will put beauty professionals right in the midst of the latest new developments in the industry. We have some of the biggest artists, influencers, and beauty entrepreneurs on-board for this live, interactive, and educational showpiece event.

Other new features this year include Ready to Beauty, a showcase of beauty brands that cater specifically to the wants and needs of a multicultural audience; and the three-day Beauty Business Conference will cover pertinent topics such as women entrepreneurship in the beauty business and sustainable packaging of beauty products.

What sets Beautyworld Middle East apart from other shows aimed at the beauty industry?

Beautyworld Middle East is now in its 24th edition, and with every passing year, it continues to evolve as the regional focal point of the beauty industry. It's an all-encompassing trade platform that provides a broad spectrum of products and services, and I cannot remember a year that's gone by where we haven't brought something new to the show. This is our way of demonstrating that, while it's one of the world's premier beauty and wellness exhibitions, Beautyworld Middle East never stops moving, and will always uncover all layers of beauty.



Elaine O'Connell

beautyworld

MIDDLE EAST

Show Director, Beautyworld Middle East



Beautyworld Middle East 15-17 April 2019 Dubai International Convention and Exhibition Centre, UAE

*Latest shades of beauty
for varied skin tones
and hair texture under
the spotlight at
Beautyworld Middle
East 2019
Ready to Beauty set for
launch in Dubai with
unique product range
answering wants and
needs of multicultural
audience*

Dubai, UAE: A new showcase of hand-picked brands from across the globe will answer the needs and wants of consumers with darker skin tones and curlier hair textures at next month's Beautyworld Middle East exhibition in Dubai, as the spotlight gets set to shine on multicultural beauty.

Ready to Beauty is one of several show highlights at the region's largest international trade fair for beauty products and wellbeing, and promises to take thousands of Middle East and African trade visitors through a 'journey to discover the next big thing in multicultural beauty.'

The dedicated feature is presented by US-based multicultural beauty think tank Dark Metier, and will present a wide range of products, from foundations and cosmetics with shades and formulas created specifically for high-melanin skin types, to hair systems that care for thicker, more textured curls.

Corey Huggins, Founder and Global CEO of

Dark Metier, said: "We're so excited to collaborate with Beautyworld Middle East. It just makes sense given that our expertise is in darker beauty and, correspondingly enough, our clients are exceptionally well suited for the Middle East and areas beyond darker demographic."

Huggins said Beautyworld Middle East is integral to the larger global strategy for Ready to Beauty, which also has activations in the US, Kenya, Belgium and Brazil: "I think the Ready to Beauty retail style design is particularly thrilling as well," he added. "It allows participating brands a strategic opportunity to tell their positioning and backstory better as if they had their own storefront. No one in multicultural beauty is staging this level of retail luxury and innovation in a trade fair environment. "Consequently, the dedicated section's popularity will be underscored when trade visitors recognise that this particular segment of beauty is finally being respected and elevated."

Ready to Beauty will be located within the USA pavilion at Beautyworld Middle East 2019, which takes place from 15-17 April at the Dubai International Convention and Exhibition Centre. It will be a one-stop-shop focused on the most appropriate products for African, Latin, Middle East and South East Asian beauty.

Huggins highlighted some of the key brands that will be on display, including Camille Rose, a hair and skin care wonder from the USA, and Kenyan-owned Pauline Cosmetics, one of East Africa's leading makeup brands developed to be inclusive for all shades of Black.



He added mainstream beauty brands are now slowly recognising the power of the multicultural market: "Big brands are starting to launch products that target the darker consumer, particularly in haircare, but there's a difference between multicultural-suited and multicultural-specific beauty," he said. "One

is gratuitous in nature and the other is authentic. Without question, Ready to Beauty is unapologetically the latter." Ready to Beauty arrives at Beautyworld Middle East 2019 amid a growing preference for cosmetics and hair care suited to warmer skin tones and colours. According to industry

estimates, multicultural women are also said to spend 80 percent more on cosmetics and nearly twice as much on skincare than other consumer bases.

Elaine O'Connell, Beautyworld Middle East's show director, said: "In our view,

beauty bridges all cultural gaps almost effortlessly, and in Ready to Beauty, we have a unique showcase that will appeal to the diverse cultures and varied skin tones so prevalent in the Middle East and African region.

“Trade visitors can expect to see a wide range of natural haircare products, skincare, personal care, and colour cosmetics varying from perfectly balanced to bold and warm. The special feature is yet another example of how Beautyworld Middle East continues to

East 2019 will feature more than 1,750 exhibitors from 65 countries.

The annual three-day event is organised by Messe Frankfurt Middle East, covering the six product groups of Hair, Nails, and Salon Suppliers; Cosmetics and Skincare; Personal Care and Hygiene; Machinery, Packaging, Raw Materials, and Contract Manufacturing; Fragrance Compounds and Finished Fragrances; and Natural and Organic.

Ready to Beauty is just one of a number of value-added features that attract tens of

a live three-day competition where the UAE’s finest male grooming technicians will battle it out for two coveted titles: the UAE’s Best Barber and UAE’s Best Shave.

The Fragrance Station and Nail It! By OPI and Artistic – a nail art competition – are other returning features, while the two-day Beauty Business Conference will cover pertinent topics such as women entrepreneurship in the beauty business and sustainable packaging of beauty products.

With 25 country pavilions, six product



evolve and cater to the specific needs and requirements of its core market,” she added.

Other notables at Ready to Beauty include emerging Men’s personal care brand UnderGuard; and more Kenyan names such as BU.KE, an artisan brand that handcrafts luxurious skin and haircare, and Sheth Naturals, which makes creams catering to a broad spectrum of hair texture and curls.

Now in its 24th edition, Beautyworld Middle

East 2019 will feature more than 1,750 exhibitors from 65 countries. The annual three-day event is organised by Messe Frankfurt Middle East, covering the six product groups of Hair, Nails, and Salon Suppliers; Cosmetics and Skincare; Personal Care and Hygiene; Machinery, Packaging, Raw Materials, and Contract Manufacturing; Fragrance Compounds and Finished Fragrances; and Natural and Organic.

Ready to Beauty is just one of a number of value-added features that attract tens of thousands of trade buyers and beauty professionals every year. Front Row is the new big headline act for 2019, presenting a three-day programme of live makeup, hair, and nail demonstrations delivered by the region’s premier beauty artists, influencers, and creative talents.

Returning regular features include the ever-popular Quintessence, an exclusive showcase of niche fragrances, and Battle of the Barbers,

groups, and a packed programme of special features, the 24th edition of the annual showcase will again present an unrivalled platform of business networking and inspirational ideas for an expected audience of 35,000-plus trade buyers and beauty professionals.

Background information on Messe Frankfurt



Messe Frankfurt is the world's largest trade fair, congress and event organiser with its own exhibition grounds. With more than 2,500* employees at 30 locations, the company generates annual sales of around €715* million. Thanks to its far-reaching ties with the relevant sectors and to its international sales network, the Group looks after the business interests of its

customers effectively. A comprehensive range of services – both onsite and online – ensures that customers worldwide enjoy consistently high quality and flexibility when planning, organising and running their events. The wide range of services includes renting exhibition grounds, trade fair construction and marketing, personnel and food services. With its headquarters in Frankfurt am Main, the

company is owned by the City of Frankfurt (60 percent) and the State of Hesse (40 percent).

For more information, please visit our website at: www.messefrankfurt.com

*preliminary figures 2018



Beautyworld Worldwide

Organised by Messe Frankfurt, the Beautyworld brand hosts trade shows at various locations around the world.

- Beautyworld Japan Fukuoka
4 - 5 février 2019, Fukuoka, Japon
- Beautyworld Middle East
15-17 avril 2019, Dubaï, Émirats Arabes Unis
- Beautyworld Japan
13 - 15 mai 2019, Tokyo, Japon
- Beautyworld Japan West
7-9 octobre 2019, Osaka, Japon
- Beautyworld Arabie Saoudite
27-29 octobre 2019, Jeddah, Arabie Saoudite

Ma carte Visa Prépayée Abidjan.net Elle me sert



www.ellemesert.com



Instantanée
Création en temps réel



Transferts de carte à carte
Gratuits



Acheter / Vendre
Sur internet, dans les
commerces



Remises et Privilèges
Jusqu'à 25% chez les partenaires



Contactez-nous : (225) 21 30 22 66

@BIDJ@N.NET
Bien + qu'un portail.

beautyworld

MIDDLE EAST

Le plus grand salon professionnel international
dédié aux produits de beauté, capillaire, parfum
et bien-être au Moyen-Orient

15 – 17 Avril 2019

Dubai International Convention
and Exhibition Centre,
Emirats Arabes Unis

→ Réservez votre espace dès maintenant!

Tél: +971 4 389 45 00
beautyworld@uae.messefrankfurt.com
www.beautyworldME.com



messe frankfurt



Dr. Souleymane Labity Ouoba

Representative of Messe Frankfurt, Germany in francophone West Africa

Can you briefly introduce Fair concept Africa ?

Fair Concept Africa, is the representation of Messe Frankfurt in West Africa, responsible for coordinating and organizing the activities of the group in our area which includes.

Burkina Faso, Central African Republic, Ivory Coast, Gabon, Guinea Conakry, Equatorial Guinea, Mali, Niger, Senegal, Chad.

To make known the "made in Africa" on the international level is our challenge. Present and sell high-end African products at our trade shows

We are a German company managed by Africans and Germans. We bring German knowledge by taking into account African socio-cultural realities in Africa. We are therefore in a "win-win" approach; our success lies in respect for African values while combining rigor and German tenacity.

What makes the Fair concept Africa special ?

We are present in the field and provide advice, training and support to African entrepreneurs who would like to participate as an exhibitor at one of our exhibitions. We are also the direct contact for business trips to our fairs by offering packages ranging from travel to hotel and especially by putting in direct relationship (B2B) professional buyers and exhibitors present at the show.

What is your assessment since the creation of Fair concept Africa ?

Fair concept Africa is very satisfied with the growing interest of economic operators who are increasingly exhibiting at our fairs. For example this year we had the participation of Senegal for the first time at one of the largest exhibitions of Messe Frankfurt in the world called "Ambiente 2019" in Frankfurt. In addition, Fair concept Africa also has a very large participation of Ivorian and Senegalese operators in the shows in Frankfurt, France and Dubai.

What are your benefits?

1. Training and capacity building We support African producers by organizing trainings that address the issue of participation in trade shows, but also how to sell successfully on the international level taking into account the constraints of Logistics, transport, quality and delivery time.
2. The Council, we mainly advise German economic operators mainly who want to settle in francophone West Africa, but also the Africans who are looking for partners in Germany.
3. We have extensive expertise in the international logistics sector of Transport, which also allows us to provide information when it comes to transport to West Africa and vice versa.
4. we organize business trips to our lounges offering packages ranging

from travel to the b2b maintenance organization during the show; this being the african entrepreneur finds on the show the ideal partner in time and can conclude contracts very interesting.

What are your prospects for development ?

Africa is full of potential in the sectors of craftsmanship, textiles, fashion, but also cosmetics. For this we encourage African economic operators to participate in the various exhibitions that we organize in Paris, Frankfurt, Dubai, Shanghai to name only these cities. By participating in these fairs, the African economic operator gives itself the means to find ideal partners in the sector of activity of which it is born, sign of the contracts of sales and purchase in order to participate in the development of its company.

How do you intend to mobilize future visitors and exhibitors to participate in future Frankfurt mass shows, in particular AMBIENTE and BEAUTYWORLD 2020 ?

We are pragmatic and on the ground; We work with local institutions, employers organizations, associations, but also traders who master the trade, African governments, international partners and especially with our media partners who are pmeppimagazine.info, africabusinessagency.com, diasporaeco.com.



messe frankfurt

for
S

them
dar



Dr. Souleymane Labity Ouoba

**Representative of Messe Frankfurt, Germany
in francophone West Africa**



Ambiente is the world's largest consumer goods market and purchasing market outside of China. Participating in Ambiente is meeting the world on a place that is the Frankfurt exhibition center in order to successfully carry out macroeconomic operations.

As for Beautyworld, we say to our African partners, who have basic products (shea butter, essential oils, etc.) that go into the composition and production of high-end cosmetics. Being present at Beautyworld gives you the opportunity to meet professional buyers and international cosmetics suppliers to successfully conclude lucrative contracts

Tell us a little story about BEAUTYWORLD 2019 ?

Beautyworld is the beauty salon by reference, which is held annually in Dubai and Japan! It brings together for 3 days the big names and brand of the sector of the cosmetics industry (perfume, beauty and hygiene products, spas, etc.), everything a woman needs to feel very good about herself; it is the place to do business, find partners, products when you are buyers. This year we have companies from Burkina Faso, Côte d'Ivoire and Senegal exhibiting there. I wish them a very nice and successful participation.

A message to African countries, leaders and entrepreneurs to encourage them to take part in BEAUTYWORLD 2020



For business leaders, I would say that participating in a show is a very exciting thing, because it allows you to find new opportunities for developing and growing your business for a limited time and in a specific space. For exporters, this is the place where these products are presented, or we see and are seen by professional actors around the world; the professional buyer can touch your products, negotiate and place orders with confidence.

As for African leaders, we offer them national pavilions at our fairs in order to

highlight the economic potential of their country, display their valuable products and present their country; As a result, our trade shows are contributing to the socio-economic development of these countries. The value chain takes shape, the more companies sell internationally, the more local producers have jobs and participate in the country's economic activity.

beautyworld

MIDDLE EAST

Le plus grand salon professionnel international
dédié aux produits de beauté, capillaire, parfum
et bien-être au Moyen-Orient

15 – 17 Avril 2019

Dubai International Convention
and Exhibition Centre,
Emirats Arabes Unis

→ Réservez votre espace dès maintenant!

Tél: +971 4 389 45 00
beautyworld@uae.messefrankfurt.com
www.beautyworldME.com



messe frankfurt