



Région
Hauts-de-France

Développement International et Attractivité
FICHE BILAN OPERATION

BEAUTYWORLD MIDDLE EAST 2019
du 15 au 17 avril – Dubaï

Opération collective sur salon professionnel
Secteur Art de vivre – Santé (sous-secteur Cosmétique)

Contexte et enjeux pour la Région Hauts-de-France

Dubaï est le centre d'échanges privilégiés entre les pays du Moyen Orient, de l'Afrique, de l'Inde et de l'Asie, autant dire un large rayon d'influence. Le "made in France" est une valeur sûre : qualité, raffinement, savoir-faire, toutes qualités très prisées des consommateurs de l'UAE. La France est leader sur le créneau de la beauté (parfums, soin, maquillage, produits capillaires...). Les centres de beauté se multiplient. Les marchés des cosmétiques sur cette zone élargie ne sont pas saturés et progressent continuellement chaque année.

Le Beautyworld Middle East est le salon leader de la cosmétique, des produits de santé et de beauté, des parfums et des installations de spa au Moyen-Orient. Avec sa forte orientation internationale, le salon a contribué de manière significative au développement de l'industrie de beauté et de bien-être dans cette région. Il est la plate-forme de communication et d'information au Moyen-Orient, qui a lieu une fois par an à Dubaï et offre aux entreprises exposantes la possibilité de présenter leurs produits et services à un public de haut profil.

Le secteur de la cosmétique

En France

La filière française cosmétique/parfums occupe la place de numéro 1 mondial. Elle compte 1 500 entreprises qui emploient plus de 170 000 personnes. Avec un chiffre d'affaires de 25 milliards d'euros, c'est le troisième secteur exportateur avec 25% de parts de marché mondial et un excédent commercial de 7,6 milliards d'euros. Le marché mondial des cosmétiques devrait progresser de 40% d'ici 2030. Si la France maintient sa part de marché de 25%, la filière devrait créer 50 000 à 60 000 emplois.

En région

La région tient une place de premier rang sur le secteur de la fabrication de parfums, de produits capillaires et cosmétiques. Hors Ile-de-France, les Hauts-de-France arrivent en première position pour ce qui concerne l'emploi salarié dans la fabrication. Les entreprises de ce secteur sont les premières exportatrices du versant picard ; elles emploient près de 6 000 emplois directs, 10 000 avec la sous-traitance et assurent près de 70% de la fabrication nationale de parfumerie. Parmi les entreprises implantées en région figurent les grandes marques suivantes : Givenchy, Colgate Palmolive, Elida Fabergé, Avon, Bourgeois-Chanel, Clarins, Pijaplast, Sarbec cosmetics, L'Oréal, Alkos cosmétique, Giver...

Grâce à ces leaders mondiaux, on a vu l'émergence de PME/ETI sous-traitantes de ces grands groupes. Pour cette première présence régionale l'objectif était de permettre à nos PME de présenter leur offre à un public de professionnels et de gagner encore plus de parts de marchés.

Produits et secteurs :

Parfums et produits cosmétiques, soins pour le visage et le corps, maquillage, soins professionnels pour le visage et les cheveux, emballages, agencements de magasins et matières premières.

Public cible

Les visiteurs professionnels présents à Beautyworld Middle East sont essentiellement des importateurs, distributeurs, grossistes et fabricants.

Bilan quantitatif

Nombre total d'exposants : 4

Nombre de visiteurs : 2

Répartition des entreprises exposantes par département : 59 : 3 – 80 : 1

Surface d'exposition : 36 m², soit 9 m² par exposant

Nombre de questionnaires de satisfaction distribués/envoyés : 4

Nombre de questionnaires reçus : 4, soit un taux de : 100 %

Nombre total de contacts générés (tous exposants) : 225

Nombre de contacts générés (Région) : 10

Nombre total de devis réalisés : 107

Nombre d'exposants souhaitant renouveler leur participation à cette opération : 4

Soit un taux de 100 %

Données budgétaires

Montant total de l'opération : 18 880 € (convention PHFE/Business France).

Participation des entreprises et structures : 9 440 €

Coût pour la Région : 9 440 €

Soit 2 360 € par entreprise

Bilan qualitatif

Pour cette première présence des entreprises régionales sur ce salon emblématique, les retours sont très satisfaisants. Elles ont pu chacune rencontrer un grand nombre de prospects, réaliser de nombreux devis, les contrats pourraient suivre rapidement.

De plus, parmi les résultats positifs, les entreprises de la délégation se sont rencontrées, sous l'égide de la Région, et ont parfois noué des partenariats à la satisfaction de toutes les parties. Elles ont pu échanger des informations stratégiques et techniques, notamment sur les modes de paiements sur cette zone. Deux d'entre elles ont de ce fait conçu une offre mutualisée pour répondre à un client.

Avis technique sur la reconduction de l'opération et axes d'amélioration

TRES FAVORABLE. Nous avons constaté que d'autres régions françaises accompagnaient également leurs entreprises (Bourgogne, Bretagne, PACA...). Cela valide par ailleurs notre démarche d'accompagnement, ces régions ayant indiqué leur intention de renouveler leur présence.

Il faut noter que le partenariat avec Business France et le fait d'exposer sur le stand France est très utile sur ce type de salon, puisque nos entreprises bénéficient du label France, très prestigieux et efficace auprès de la clientèle internationale.

De ce fait, nous recommandons de renouveler cette opération, en lui donnant une plus grande ampleur en terme de participation des entreprises, eu égard aux bons résultats obtenus par les entreprises de la délégation cette année.