

بمشاركة 193 جهة عارضة من 22 دولة خلف حسين العتيبي يفتتح اليوم معرض "بيوتي وورلد السعودية"

gareth.wright@uae.messefrankfurt.com

samah.mousa@uae.messefrankfurt.com

www.ae.messefrankfurt.com

www.lightme.net

المعرض يشهد نمواً بواقع 15% في أعداد الجهات العارضة وسط توقعات كبيرة للنمو

جدة، المملكة العربية السعودية: افتتح سعادة خلف حسين العتيبي، نائب رئيس مجلس إدارة غرفة جدة، اليوم الأحد 27 أكتوبر 2019 فعاليات 'بيوتي وورلد السعودية'، المعرض التجاري الإقليمي الذي تستضيفه المملكة العربية السعودية، والمتخصص في منتجات التجميل والعافية ومستحضرات العناية بالشعر والعطور، في مركز جدة للمنتديات والفعاليات والمستمتر لغاية 29 أكتوبر لعام 2019.

وشهد المعرض مشاركة دولية واسعة تمثلت في أجنحة ومشاركات دولية لأكثر من 193 جهة عارضة من 22 دولة من بينهم كوريا والصين وجنوب أفريقيا، مستهدفين بذلك فرص الاستثمار التي توفرها السوق السعودية الأكبر على مستوى المنطقة والتي يتوقع أن تصل قيمتها إلى 5.8 مليار دولار أمريكي بحلول عام 2022.

وأشارت البيانات الصادرة عن مؤسسة 'يورومونيتور إنترناشيونال' بأن المملكة تُعتبر أضخم أسواق مستحضرات العناية الشخصية والجمال في منطقة الشرق الأوسط وأفريقيا، لا سيّما وأنها تستأثر بنسبة 16% من إجمالي المبيعات في المنطقة.

ويحسب هذه المعلومات، فإنّه من المتوقع أن تسجل السوق السعودية معدل نمو سنوي مركب بواقع 3.2% على امتداد العامين المقبلين، في ظل توقعات بوصول الاتفاق الفردي للمستهلكين السعوديين إلى 163 دولار أمريكي على منتجات العناية الشخصية والتجميل في عام 2022.

ومن المتوقع أيضاً أن يشهد قطاعا العناية بالشعر والصبغات التجميلية النسبة الأعلى من الربحية، لا سيّما في ظل تنبؤات بتحقيقها لنمو يصل إلى 5% و4.5% على التوالي بحلول عام 2022 لتصل قيمتها إلى 942 مليون دولار أمريكي و719 مليون دولار أمريكي.

لعلامة 'بيوتي وورلد' لشركة الحارثي للمعارض، التي تتولى تنظيم المعرض وتتخذ من المملكة العربية السعودية مقراً لها: تُعتبر آفاق النمو واحدة من العوامل الرئيسية التي أسهمت بنجاح المعرض في دورته الثانية، وتمكنه من تحقيق زيادة تصل إلى 15% في أعداد الجهات العارضة".

وتستأثر العطورات بالحصة الأكبر من سوق منتجات العناية بالجمال في المملكة العربية السعودية؛ حيث بيّنت إحصاءات 'يورومونيتور إنترناشيونال' توجه السعوديين نحو إنفاق 700 دولار أمريكي شهرياً بشكل وسطي على العطورات الشرقية والزيوت العطرية، و500 دولار أمريكي شهرياً على العطورات الغربية، بينما يتفوقون على نظرائهم في الدول الغربية بعشرة أضعاف الإنفاق على مستحضرات التجميل والعناية بالبشرة.

وعلاوة على ذلك، ما زالت سوق العطورات في المملكة العربية السعودية مهيأة لتحقيق المزيد من النمو بحسب تنبؤات 'يورومونيتور إنترناشيونال'، والتي ترى بأنّ هذه السوق، التي تُعتبر الأضخم في منطقة دول مجلس التعاون الخليجي، ستشهد نمواً سنوياً مركباً بواقع 7.1% حتى عام 2024 بحيث تصل قيمتها إلى 2.64 مليار دولار أمريكي.

ووجد المصنّعون العالميون في هذه البيانات فرصة هائلة للنمو في السوق السعودية، خاصةً في أوساط العلامات التي تعمل على تخصيص بعض المنتجات لتتلاءم مع تفضيلات السوق السعودية.

ونظراً لهذه المكانة الكبيرة التي تتمتع بها المملكة في سوق العطورات العالمية، تحرص أعداد متزايدة من المنتجين العالميين على المشاركة في معرض 'بيوتي وورلد السعودية' لتنظيم فعاليات الإطلاق الحصرية لمنتجاتها على الصعيد العالمي.

وفي هذا السياق، تعترف 'إبرشيم'، الشركة الإسبانية الرائدة في مجال العطورات، بتنظيم الإطلاق العالمي لمستحضر الجل العطري الجديد الخاص بها خلال فعاليات المعرض، في خطوة هي الأولى من نوعها لتسويق المنتج خارج أوروبا.

وفي سياق تعليقه، قال جيوم أودي، من شركة 'إبرشيم': "لطالما كانت المملكة العربية السعودية واحداً من أسواقنا الرئيسية منذ تأسيس الشركة في عام 1985؛ لا سيّما في ظل القاعدة الواسعة من العملاء الرئيسيين فيها. ما دفع 'إبرشيم' في الوقت الراهن إلى تصنيع العطورات المصممة خصيصاً لتتلاءم مع السوق السعودية. ولقد شهدنا زيادة في الاهتمام على سوق العطورات المخصصة، لا سيّما وأنّ هذه الفئة من العطورات تجسد تفرد المملكة وأصالتها على أكمل وجه. وتُعتبر السعودية سوقاً نابضة بالحياة ولا بد لأيّ من الشركات العاملة في مجال ابتكار العطورات العمل فيها لتكون قادرة على مواكبة التوجهات التي من شأنها رسم ملامح المشهد المستقبلي في عالم العطورات".

ومن ناحية أخرى، تُشارك العملاقة السويسرية 'فيرمينيتش' في المعرض في مسعى منها لبناء فرص التعاون مع المنتجين المحليين، حيث كرّست جهود خبراء صناعة العطورات لديها العام الماضي في كل من دبي وباريس ونيويورك للعمل على ابتكار عطورات مخصصة للمنطقة.

وفي هذا السياق، قال إيان كرومبتون، المدير الإقليمي للعلويات الفاخرة لدى 'فيرمينيتش' في الهند والشرق الأوسط وأفريقيا وجنوب شرق آسيا: "تتسم السوق السعودية بأهمية بالغة جداً بالنسبة لنا، لا سيما وأنها تمثل 40% من نمونا السنوي في منطقة الهند والشرق الأوسط وأفريقيا. وتنقسم هذه السوق إلى فئتين، وهما أسواق التجزئة والجملة. ومن جانبنا، فنحن نركز على أسواق التجزئة ونهدف إلى العمل مع أكبر الشركات في المملكة في إطار سعينا إلى صياغة الشراكات المتينة طويلة الأمد لابتكار العطورات التي ستترك بصمتها لأعوام طويلة قادمة".

وانضمت روسيا إلى ركب الجهات الراغبة باغتنام الفرص التي توفرها أسواق المملكة العربية السعودية، إذ أسهمت شركة مستحضرات التجميل 'جلوبال سكين كير سلوشنز' (GSS Cosmetics)، التي تتخذ من موسكو مقراً لها وتعتبر واحدة من أضخم منتجي العطورات الفاخرة في روسيا، في تعزيز شعبية العطورات ذات النفحات العربية في روسيا وتسعى في الوقت الراهن إلى نقل تجربتها في ميدان علوم التجميل المتقدمة ومنتجات أسلوب الحياة والعافية إلى المملكة العربية السعودية من خلال التركيز على المكونات الطبيعية. وتعترم الشركة تقديم أكثر من 200 منتج خلال فعاليات المعرض.

ومن جانبه، قال أليكس سميرنوف، الرئيس التنفيذي لشركة 'جلوبال سكين كير سلوشنز': "تسعى من خلال الدمج بين مفهومي التجميل والعافية إلى تعزيز الحياة اليومية بمزيج من الجمال الروحي والجسدي. وتضم حفظة منتجاتنا باقة عالية الجودة من مستحضرات التجميل والعناية بالبشرة والشعر والعطورات والزيوت العطرية الطبيعية التي تتمتع بحضور قوي في السوق. وتمثل علامة 'زيتون' التي أطلقناها مزيجاً أخذاً بين التقاليد العربية والتقنيات الأوروبية، إذ نقوم بإعادة ابتكار وصفات التجميل القديمة ونستخدم المواد الأولية عالية الجودة من منطقة الشرق الأوسط وأوروبا لتصميم منتجات التجميل الطبيعية. كما نقوم باستخدام روائح عطرية تقليدية خاصة بنا ومكونات رائجة مثل مستحضر اللعان للعناية بالبشرة المصنع من مواد معدنية طبيعية، والزيوت العطرية، وملح وطين البحر الميت، وغيرها الكثير. ونقوم بتصنيع المستحضرات التجميلية الخاصة بنا بما ينسجم مع أرقى المبادئ الأخلاقية، ومن مكونات آمنة وغير مجربة على الحيوانات".

وتسعى 'جلوبال سكين كير سلوشنز' إلى ترجمة النجاح الذي حققته في روسيا في السوق السعودية، وأردف سميرنوف في هذا الصدد: "تجنا في تعزيز شعبية واحد من أهم مكونات الثقافة العربية في جميع أنحاء روسيا. وبتنا الآن مستعدين لابتكار ونشر تقاليد الجمال والعناية العربية في جميع أنحاء العالم، ونود أن نطلق رحلتنا نحو العالمية من السوق السعودية التي شكلت مصدر الإلهام الأول لعلامتنا".

ويشكل معرض 'بيوتي وورلد السعودية' منصة تجارية فريدة من نوعها إلى جانب كونه فعالية تثقيفية رئيسية، لا سيما في ظل إطلاق 'أكاديمية الجمال' هذا العام. وأوضح ميلور هذا الشأن بقوله: "يستطيع خبراء الشعر ومستحضرات التجميل الطموحين إلى جانب مدرء صالونات التجميل الاستفادة من هذه المنصة لتعزيز مهاراتهم ومؤهلاتهم التجارية وذلك من خلال سلسلة من ورش العمل والندوات التخصصية بإشراف فريق من الخبراء العالميين ذوي المؤهلات العالية".

ويتم تنظيم "أكاديمية الجمال" بالتعاون مع المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني و"كيه إتش مورجان" و"مجموعة نزيه" و"شركة التوزيع الوطنية" و"أكاديمية 'فيلوتي' للجمال والتجميل".

ويُعتبر معرض 'بيوتي وورلد السعودية' خامس الفعاليات المندرجة تحت علامة 'بيوتي وورلد' على الصعيد العالمي، في أعقاب المعارض السنوية التي تنعقد في دبي ('بيوتي وورلد الشرق الأوسط') واليابان ('بيوتي وورلد اليابان' و'بيوتي وورلد اليابان الغربية' و'بيوتي وورلد اليابان فوكوكا').

ونجح المعرض السنوي الذي يمتد لثلاثة أيام خلال دورته الأولى العام الماضي باستقطاب 4,672 زائر، غير أنّ شركة 'ميسي فرانكفورت الشرق الأوسط' أعربت عن ثقتها بنمو معدلات الإقبال على الدورة الثانية منه، لا سيّما في ظلّ توقعات النمو لمختلف القطاعات، فضلاً عن فتح أبواب القطاع السياحي في المملكة أمام الزوار الأجانب، والذي من شأنه أن يشكّل دفعة قوية لمعدلات الإنفاق المحلي. وتجدر الإشارة إلى أنّ المعرض مخصص للتجار وأصحاب الأعمال فقط، ولا يسمح بدخول الأفراد ممن تقلّ أعمارهم عن 18 عاماً الى قاعات المعرض.

وتنعدّ فعاليات 'بيوتي وورلد السعودية' بين 27 و29 أكتوبر لعام 2019.

-انتهى-

للمزيد من المعلومات، يرجى زيارة الموقع الإلكتروني:

<https://www.beautyworldksa.com/frankfurt/51/for-exhibitors/welcome.aspx>

للحصول على المعلومات والصور الصحفية، يُرجى زيارة الرابط التالي:

<https://www.beautyworldksa.com/frankfurt/7/for-exhibitors/welcome-for-journalist.aspx>

نبذة عن 'ميسي فرانكفورت':

تعتبر 'ميسي فرانكفورت' أكبر الشركات العالمية المتخصصة بتنظيم المعارض والمؤتمرات، وتمتلك مساحاتها ومرافقها الخاصة لإقامة مثل هذه الفعاليات. وتضم الشركة أكثر من 2500 موظفاً في 30 موقعاً حول العالم؛ وتقدّر مبيعاتها السنوية بحوالي 718 مليون يورو. وترتبط الشركة بعلاقات وطيدة مع القطاعات الصناعية، وتزود عملاءها بالخدمات التي تلبي احتياجاتهم بكل كفاءة في إطار مواقع وخدمات معارضها وفعاليتها ذات الصلة. وتمتلك الشركة شبكة مبيعات عالمية متماسكة تعتبر أبرز مزاياها، وتمتد في جميع أنحاء العالم. كما تقدم مجموعة شاملة من الخدمات الميدانية وعبر الإنترنت، بما يكفل تزويد العملاء حول العالم بمستوى عالٍ ومستمر من الجودة والمرونة عند التخطيط لتنظيم فعاليتهم وإدارتها. وتضم مجموعة خدمات الشركة تأجير الأرض للمعارض، وإقامة المعارض التجارية والتسويق لها، وخدمات الموظفين والخدمات الغذائية. يقع المقر الرئيسي للشركة في فرانكفورت الألمانية، وتعود ملكيتها لمدينة فرانكفورت (60 بالمائة) وولاية هسن (40 بالمائة).

للمزيد من المعلومات، يرجى زيارة موقعنا الإلكتروني: www.messefrankfurt.com

لمحة عن 'ميسي فرانكفورت' الشرق الأوسط

تضم محطة إنجازات 'ميسي فرانكفورت' الشرق الأوسط 16 معرضاً منها 'أوتوميكانيا دبي'، 'أوتوميكانيا جدة'، 'أوتوميكانيا الرياض'، 'بيوتي وورلد ميدل إيست'، 'بيوتي وورلد السعودية'، 'هارديوير آند تولز الشرق الأوسط'، 'إنترسك'، 'إنترسك السعودية'، 'إنترزيور لايف ستايل الشرق الأوسط'، 'معرض الشرق الأوسط للإضاءة'، 'ماتريالز هاندلنج' الشرق الأوسط، 'ماتريالز هاندلنج' السعودية، أسبوع الشرق الأوسط لتقنيات التنظيف، 'بايبر وورلد' الشرق الأوسط، 'برولايت آند ساوند' الشرق الأوسط، 'إس بي إس أوتوميشن' الشرق الأوسط، فضلاً عن تنظيم سلسلة من المؤتمرات والندوات من بينها مؤتمر لحماية صحة العمال وسلامتهم، ومؤتمر 'ثينك لايت'، والمؤتمر الدولي لمركبات المستقبل. وفي عام 2018، بلغ عدد المشاركين في إجمالي المعارض التي نظمتها 'ميسي فرانكفورت' الشرق الأوسط 6246 شركة من 60 دولة، واستقطبت 140685 زائراً من 135 دولة. للمزيد من المعلومات، يرجى زيارة

الموقع الإلكتروني: www.messefrankfurtme.com