

LE SOMMAIRE



P. 02– L'édito par Carla NGUEA

P. 04 - 06 – Made In 237 - Le portrait du mois : Mélanie Wabo

P. 08 - 11 – Made By 237L'interview du mois: Hugo KOUEDJOU

P. 12 – Made In 237 - Cosmétiques: Himiko Cosmetics

P. 13 - 14 – Made In 237 – Mode by LBC

P. 15 – Made In 237 – Les immanquables : DOMAF 2020

P. 16 – Made In 237 – L'agroalimentaire : La chronique de la rédaction





L'édito de CARLA NGUEA

Bienvenue chers entrepreneurs!

Après le confinement imposé par la pandémie dûe à la Covid - 19, les uns et les autres se remettent progressivement en activité.

Pour cette première édition de votre

magazine mensuel Made In 237, nous vous proposons de découvrir des profils tout simplement épatants par leur créativité et leur ingéniosité. Leur volonté de parvenir à l'excellence afin de pouvoir jouir de meilleures conditions et d'un meilleur environnement de travail.

Nous ouvrons donc cette page avec la promotrice du Salon du Mariage et des Moments d'Exception et également première wedding planner certifiée du Cameroun; Melanie Wabo. Nous verrons le look idéal de l'entrepreneur en saison des pluies puisque nous y sommes et en tout temps, et ce sera grâce à l'entreprise de Eddy Kono ; La Bonne Chemise. La cosmétique ne sera pas épargnée grâce au talent du jeune créateur de la marque de cosmétiques Himiko Cosmetics; Alamine Abate Abate. Les événements populaires par le DOMAF qui annonce sa nouvelle édition et nous irons faire un tour dans le secteur de l'agroalimentaire.

Le Made by 237 et plusieurs autres belles et agréables choses sont découvrir dans ce numéro de votre magazine, nous vous invitons simplement à les découvrir.

Le succès est engendrée par l'audace, osez tant que vous le pouvez encore!





Made In 237 – Le portrait du mois

Elle a vu le jour en France, à Neuilly-sur-seine le 19 Octobre 1980. De son nom véritable ; Mélanie Leaticia Kamgaing, elle est épouse Defo Wabo et est plus connue sous le nom de Mélanie Wabo. Peut-être autant de noms ou pseudos que les casquettes qu'elle porte. Découvrez donc ici, le portrait de Mélanie Wabo ; Wedding planner certifiée.

Dernier enfant d'une fratrie de six enfants, Mélanie Wabo est une diplômée de l'école de commerce de Paris Istec en option Marketing. Elle détient également un Master en communication et publicité de l'Insec de Paris.

Travaillant depuis pratiquement une quinzaine d'années dans le domaine de l'événementiel, et dans l'industrie du mariage depuis une dizaine d'années, et étant à l'initiative du Salon du Mariage de Douala ; événement d'ailleurs grâce auquel elle entre dans le monde féérique du mariage, et surtout avec un portefeuille plein de prestataires fiables et recommandables, c'est donc naturellement que les futurs mariés commencent à l'attirer subtilement dans l'organisation de ce type d'événements. C'est donc ainsi que Tata Mel ; comme l'appellent ses proches, s'est retrouvée à organiser des mariages. Soucieuse de bien faire son travail et surtout de pouvoir couvrir tous les aspects organisationnels du et autour du mariage, elle a décidé en 2018 d'aller suivre une formation qui lui octroiera le certificat Wedding Planner à l'international! Sa profession l'a donc choisie. L'importance d'être formée selon Mélanie Wabo dans ce métier comme dans un autre est celle de résoudre le problème de la rapidité et de l'efficacité dans l'exécution de son travail. Le temps, c'est de l'argent. La formation dans le métier de wedding planner se fait donc sur deux plans : le plan technique et le plan managérial.



Beaucoup d'opportunistes dans ce secteur d'activités qui manque encore de réglementation et de rigueur, ce qui laisse place à beaucoup de déconvenues que Mélanie Wabo regrette très amèrement car tout ceci vient entacher le travail et la valeur du wedding planner. Du coup notre battante du Made In 237 s'est fixée pour objectif de se battre pour redonner ses couleurs de noblesse à la profession afin que les uns et les autres comprennent exactement la place et le métier du wedding planner.

Mélanie Wabo, maman de trois enfants, pour préserver sa vie de famille et de couple, ne laisse arriver jusqu'à son foyer aucun dossier d'aucun client aussi VIP soit-il. Elle tient donc un agenda visible par tous les membres de la famille afin de ne jamais surprendre son petit monde sur ses différents gros événements. Mais surtout pour éviter des coups de pression venant des siens pour les journées vraiment chargées et difficiles. Nul n'est donc sensé ignorer la loi chez les Wabo. Au vu d'une telle organisation familiale, elle peut donc compter sur le soutien de son 9 (son époux) et sur celui de ses enfants.

Dans son travail de wedding planner, pour y revenir, elle aime prendre en charge l'organisation dès le début des préparatifs car ça lui donne la garantie d'avoir une vision assez globale de toute l'organisation du mariage. C'est ce qu'elle appelle « Organisation de A à Z ». Mais, elle offre également la prestation de coordination du Jour-J pour laquelle il vaudrait mieux la contacter un mois au minimum avant la date du mariage.

La wedding planner numéro un du Cameroun est également promotrice d'un événement : le Salon du Mariage et des Moments d'Exception. Au départ, elle voyait juste un événement local, qui serait pour les populations de la ville de Douala et ses environs. Seulement, les gens partent de tous les coins du pays depuis déjà deux ans pour y assister. Les exposants partent de Yaoundé, de Bafoussam, du grand Nord et souhaitent même voir des dates dans leurs différentes villes. Preuve de succès de cet événement qui fait la fierté des prestataires autour des métiers du mariage. Le SAMMEC, plus qu'un événement qui rassemble des futurs mariés autour des prestataires, c'est l'occasion de faire du réseautage, de contracter des partenariats de travail et de faire une collecte d'adresses utiles. La 8^{ème} édition du SAMMEC aura lieu en 2021. Un événement qui fait la fierté de sa promotrice.

Parlant des métiers qui entourent le mariage ; Mélanie Wabo en compte plus d'une vingtaine : le wedding planner, le traiteur, le décorateur, les imprimeurs, les maîtres de cérémonie, les ingénieurs lumière et son, les agences d'hôtesses, le photographe, les maquilleuses, les coiffeuses, les boutiques de robe de mariée, robe de cocktail, etc. Il y a beaucoup de métiers autour de cet événement.

Par rapport à son métier, Mélanie Wabo espère davantage élargir son SPANCO afin de pouvoir offrir du travail à plus de camerounais, continuer à former des jeunes en ayant moins le souci des nouveaux entrants peu professionnels. Elle espère également que le secteur d'activité soit plus normalisé et qu'un jour on en arrive à une harmonisation des grilles tarifaires.

De la rémunération du wedding planner, Mélanie Wabo est mitigée. Certaines mais très peu de personnes ont compris l'utilité du wedding planner et le paie à sa juste valeur. Mais étant peu nombreux, on ne saurait dire à la fin de l'année que l'on a été bien payé. Raison pour laquelle, beaucoup de personnes dans ce secteur d'activité ne font pas que ça comme activité.

Valorisant au maximum les artisans locaux, Melanie Wabo lutte fort pour que les produits et tous autres accessoires utilisés lors des mariages organisés par elle soient tous achetés ou fabriqués ici. Même si certaines choses sont fabriquées ailleurs, mais vendus ici, elle pense que c'est toujours bon pour le Made By 237. Elle espère donc qu'un jour, en lieu et place de chercher à acheter le Kinté ghanéen pour faire la reproduction des modèles vus sur les sites de ces pays soit le Ghana, soit le Nigéria ; que l'inverse se produise afin de se tourner vers le Ndop de l'Ouest afin d'exporter nous aussi notre culture

Carla NGUEA



Made by 237 – L'interview

"Le foot c'est une association d'individualités qui forment une équipe.": Hugo Kouedjou



Hugo Kouedjou est né et a grandi dans la ville Douala où il a passé de belles années de sa vie. Ce fan et ancien footballeur s'est converti dans l'entrepreneuriat et compte désormais parmi ces ouvriers qui font la fierté du 237. IL nous a fait l'honneur de répondre à nos questions dans l'entretien ci-dessous.

Quel est votre pays et ville de résidence ?

Avec ma petite famille, je vis entre Nicosie la capitale de Chypre et le Cameroun où je me rends quand nécessaire.

Quelles ont été les raisons de votre expatriation ?

Je ne pense pas que la raison de mon expatriation soit si spéciale que ça, mais plutôt commune pour la plupart des jeunes camerounais; la recherche de meilleures conditions

Made by 237 – L'interview

de développement personnel. Que ce soit en termes d'éducation ou de tourisme culturel. Grâce mon MBA en management des organisations sportives obtenu au Real Madrid Business School, je peux affirmer aujourd'hui que j'ai eu un parcours éducatif atypique qui m'a permis de découvrir deux autres cultures plutôt mixtes, et ainsi j'ajoute cette touche internationale à mon mode opératoire.

Quelle est votre profession actuelle ?

Tout d'abord je suis un passionné de sports, particulièrement de football et de gymnastique. Très tôt dans mon enfance j'avais des habilités technico physiques qui me permettaient d'être toujours sélectionné dans des formations de football et par les catégories un cran au-dessus. Aujourd'hui je peux me sentir privilégié parce que je suis entraîneur de football en temps partiel tout en dirigeant mon entreprise sportive spécialisée dans la commercialisation et distribution des ballons de football et plusieurs autres équipements d'entraînement.

Quel est le nom de votre entreprise et quelle est son année de création ?

L'idée de créer l'organisation KY CITO Sports m'est venu en 2015, et dès l'année suivante je distribuais déjà des ballons modernes à plusieurs clubs et académies de football de Chypre. Naturellement, l'envie de s'étendre au Cameroun n'a pas tardé et donc en 2016, je sponsorisais avec succès la toute première édition de la Youth CUP, un tournoi de jeunes talents parrainé par Henri Bedimo. Ça m'a permis d'enregistrer trois écoles de foot comme premiers clients.

Quels sont les services/produits proposés par votre entreprise ?

Notre entreprise est spécialisée dans la fabrication des ballons de football adaptés aux conditions locales de chacun des marchés où nous sommes présents. Par exemple, pour le marché de la région CEMAC, nous avons conçu des ballons de technologie hybride. Cette technologie est innovante car elle offre un type de ballon dont les coutures sont invisibles, enfouies à l'intérieur et donc prévient tous les contacts avec nos terrains durs et secs. Et aussi les panneaux qui forment le ballon sont collés grâce à une matière spéciale dont je garde le secret, ce qui rend le ballon imperméable lors des matchs en saison pluvieuse.

En parallèle, avec deux autres partenaires, nous offrons des solutions logicielles de gestion d'organisation sportives. Que ce soit la gestion complète d'un club professionnel, d'une académie, des ligues, des championnats et même des tournois de football.

Quel est votre rapport personnel avec le sport en général et le football en particulier ?

Comme je l'ai dit plus haut, je suis un passionné de foot. J'ai été joueur dans des

divisions amateurs pendant mon parcours universitaire à Chypre. Aujourd'hui j'entraîne les enfants 4 à 15 ans et enfin je suis le directeur fondateur de la compagnie KY CITO Sports SARL basé à Douala.

Made by 237 – L'interview

Quelle est la plus-value de votre entreprise ?

Le football est plus qu'une religion en Afrique, particulièrement au Cameroun vu son histoire sur la scène mondiale. Notre plus-value repose sur la disponibilité, la qualité et bien évidemment l'accessibilité. Nous avons la capacité de fournir les ballons en très grande quantité et à l'immédiat car nous avons des entrepôts de stockage à des endroits stratégiques de nos villes cibles. Ceci nous permet de satisfaire rapidement la clientèle locale.

Quels sont les pays où vos produits sont distribués ?

Actuellement le Cameroun est notre meilleur marché. Chypre aussi montre des chiffres non négligeables malgré la concurrence des plus grosses écuries sportives et enfin Abidjan où nous avons un club bien structuré qui nous passe des commandes de temps en temps.

Comment s'en procurer si on n'est pas encore client ?

Nous sommes pleinement disponibles sur la majorité des plateformes digitales. Il vous suffit de faire une recherche rapide de CITO Sports, et vous êtes certain de tomber sur une de nos pages ou encore sur notre boutique en ligne www.citosports.fr

Quelle est votre cible ?

Principalement, nous voulons professionnaliser les entraînements de football. Il est important pour les clubs d'avoir un ballon minimum pour chaque joueur et ainsi éviter les files d'attente pour effectuer un exercice. Le foot c'est une association de plusieurs individualités qui forment une équipe. C'est un travail complémentaire d'insister sur l'esprit d'équipe mais aussi sur le développement technique de chaque joueur. Et pour cela c'est mieux d'avoir 25 ballons pour 25 joueurs et non 4 à 5 ballons pour toute une équipe. Et donc, notre cible c'est plutôt des clubs et académies de foot.

Quel est le positionnement de votre entreprise par rapport au Made In Cameroon ?

Déjà, je suis fier de voir le Made In Cameroon prendre de l'ampleur dans les esprits. Nous sommes en pleine croissance, et l'identité citoyenne est un facteur crucial. Nos ingénieurs de conception de ballons sont camerounais, mais la main d'œuvre pour les coutures reste encore pakistanaise. Pour des soucis de qualités, nous sommes obligés de respecter les standards mis en place par la FIFA. Nous sommes à la recherche de la main d'œuvre camerounaise qu'on va former aux normes de fabrication et à long terme nous ouvrirons une usine locale qui va nous rendre 100% Made In Cameroon.

Comment contacter CITO Sports ?

Nous recevons les appels au **675 938 774**, et nous sommes aussi joignables via WhatsApp **655 58 58 55** ou encore par email à contact@citosports.fr

Propos recueillis par Carla NGUEA



Abate Abate Alamine; 20 ans et à la tête d'une marque de cosmétiques!



Sa passion pour la cosmétique apparaît dès l'âge de 5 ans. Ce surdoué a vu ses parents cosmétologues écrire des formules et faire des tests pendant tellement longtemps que devenir leur confrère est devenu pour lui une évidence.

Né le 5 Mai 2000, Alamine est étudiant en e-Marketing et e-Commerce. C'est entre l'âge de 5 et 6 ans qu'il se passionne pour la cosmétique car c'était également la profession de ses parents. Pour la réalisation de son premier produit, il aura fallu deux à trois ans avant de pouvoir enfin le toucher de ses deux mains. Il s'agissait alors d'un gommage 100% naturel qui devait selon lui respecter tous les types de carnation et pouvant se conserver pendant plus d'une année. Ses produits, il les fabrique à base de riz, du café, de tomate, d'ananas, et d'autres produits qu'on retrouve tous dans notre cuisine.

Sa marque; HIMIKO COSMETICS, il la promeut sur les réseaux sociaux à travers sa boutique en ligne qui porte simplement le nom de ladite marque. En quatre années d'étude du secteur de la cosmétologie, on peut dire qu'il a un bel avenir dans la profession; cette profession qui selon lui serait en plein essor au Cameroun, et toujours selon notre entrepreneur, du produit capillaire au soin corporel en passant par le maquillage, de plus en plus de marques voient et verront encore le jour. Il affirme d'ailleurs: "Le Cameroun a cerné la valeur de ce secteur économique, et donc son fort potentiel de rentabilité".

L'objectif de la marque Himiko Cosmetics étant de faire valoir le Made In 237 sur le marché international de la cosmétique, il passe par l'utilisation des produits venant des terres camerounaises en majorité pour la conception de ses produits.

Les ambitions de notre jeune entrepreneur Abate Abate Alamine sont les suivantes:

- Transformer sa marque en une entreprise multinationale.
- Offrir des milliers d'emplois
- Se faire reconnaître au niveau international
- Mettre en avant le côté philanthropique de l'entreprise au fil des années.

Nous ne pouvons que lui souhaiter un bon vent, aller faire briller les couleurs du VRJ à saturation.

Made In 237 - Mode

Si les africains sont internationalement reconnus, c'est pour leur style et leur tchatche. Il est jeune, il est beau et c'est un entrepreneur Made In 237 et il a trouvé le secret pour te faire décrocher un contrat juteux même dans un air ou look décontracté. Lui c'est Eddy Kono de La Bonne Chemise (LBC). Il nous propose trois look pour un esprit libre et prêt à atteindre de bons résultats.





Chez LBC, retrouvez tout pour avoir un look respectable et propre. Vous y trouverez vêtement et accessoires pour hommes et enfants à des prix fortement concurrentiels.

Contactez La Bonne Chemise au 671 97 83 70

Ou sur les plateformes digitales :

- Facebook : LBC.cm @Labonnechemise
- Twitter : @LBC
- Instagram : LaBonneChemise / @LBC



Se réappropriier notre patrimoine! Voici la nouvelle mission du DOMAF 2020 !

Le Douala Music'Art Festival a un nouvelle thème pour sa dixième saison: "réappropriier le patrimoine: Urgence"

Du 26 au 29 Novembre, dans la ville de Douala et dans les sites suivants; Carrefour Market, Institut Français de Douala, et un quartier populaire de la même ville se tiendra la dixième édition du festival DOMAF précédemment

Douala Hip-Hop Festival.

La réappropriation du patrimoine culturel est au coeur de cet événement qui rassemblera comme depuis le début des professionnels de la musique urbaine d'ici et d'ailleurs. Puisqu'on ne saurait parler de musique sans évoquer la danse, les visiteurs pourront également assister à des battles de danse, des défilés de mode par des créateurs africains.

Si vous êtes artiste et souhaitez participer au DOMAF 2020, voici le lien qui sera utile: <https://doualamusicartfestival.com/appele-a-candidature-2020/>

Plus qu'un événement festif, le DOMAF est un marché culturel en Afrique et au Cameroun particulièrement!

Made In 237 – L'agroalimentaire

Le secteur de l'agroalimentaire aujourd'hui au Cameroun et en Afrique se développe de manière exponentielle. Le Cameroun ayant toujours été considéré comme le grenier de l'Afrique, petit à petit se développe en industrie agroalimentaire au travers et grâce aux avancées technologiques et techniques employées par les entrepreneurs de la nouvelle ère.

Les entrepreneurs du secteur agroalimentaire de la nouvelle ère du Made In 237 sont une cuvée qui aura tôt fait de comprendre que rien se fera si ils ne pensaient pas à l'industrialisation ou à la transformation de la matière première récoltée sur nos terres. Nous cultivons en abondance fruits et légumes, tubercules et graines destinés à la consommation locale mais aussi à l'exportation. Des denrées tels que les bâtons de manioc, le mitoumba ; eux, ont tôt fait de connaître la transformation car nous-mêmes, nous les consommons déjà sous cette forme. Mais de nombreux autres produits ont vite fait de suivre cette mouvance. Nous avons donc aujourd'hui des sauces barbecues prêtes à l'emploi sur le marché, du piment liquide ou en pâte, de la tomate concentrée en purée et bien d'autres qui rejoignent les rayons de nos supermarchés au quotidien.

Il est important aujourd'hui pour nous de transformer nos produits car premièrement cela augmente la valeur marchande. Ensuite, la transformation permet de minimiser les pertes en ces termes que ; la consommation est très souvent en dessous de la consommation, ce qui entraîne l'état désuète de nos fruits, légumes et autres. Or, lorsque nous procédons à la vente de 40% de ces denrées et procédons à la transformation de ces derniers, rien ne perd mais tout se transforme et on en sort tous gagnants.

Beaucoup à l'instar de Manuela Njakouo des entreprises la cuisine de Nounou ou encore Tanty de Thierry Nyamen l'ont compris. C'est donc de par cette conviction que nous pouvons retrouver aujourd'hui cacahuètes sucrées ou non, farine pour bébés, sauces aux légumes verts, sauces d'assaisonnement sur nos étales ici et ailleurs.

La transformation, plus qu'un outil d'épanouissement de notre économie, c'est également un gage de d'exportation de notre culture, de nos habitudes alimentaires chez les autres. La semi industrialisation ou l'industrialisation à grande échelle serait donc la bienvenue dans une Afrique qui cherche encore sa place dans la sphère économique mondiale.

Vive l'Afrique qui bouge !

La rédaction

Nous contacter :

contact@madein237.net

www.madein237.net

+237 696 60 83 50

+237 688 83 46 10

