

P.L.A.B


Industries Françaises de l'Ameublement

PRESENTATION DES ACTIONS 2011

 La Région
Lorraine

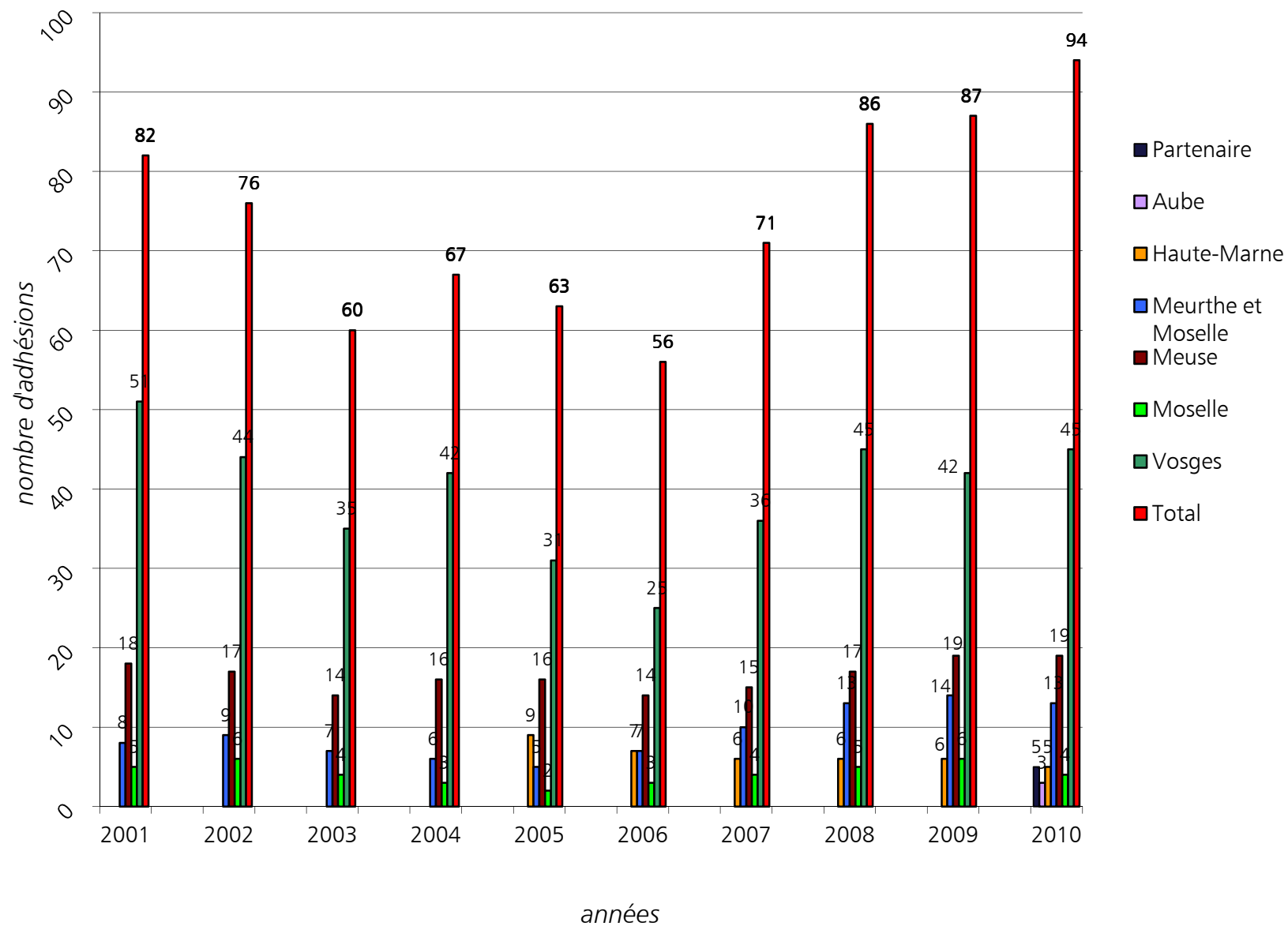

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
PRÉFET
DE LA RÉGION
LORRAINE


l'Europe
s'engage
en Lorraine
avec le FEDER

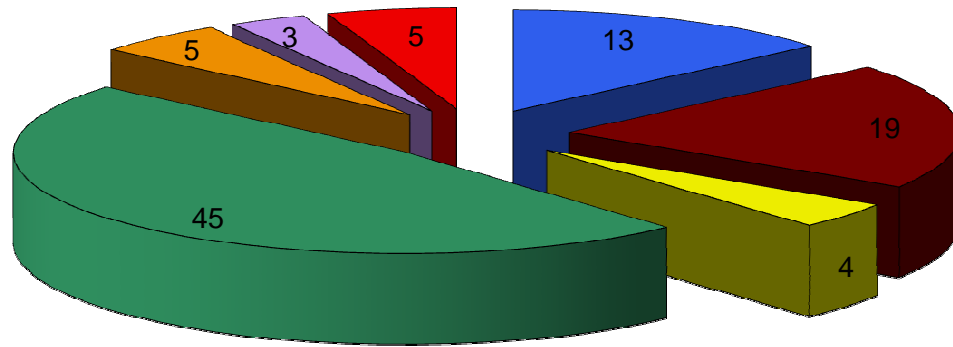
CODIFAB
comité professionnel de développement
des industries françaises de l'ameublement et du bois



Evolution des adhésions de 2001 à 2010

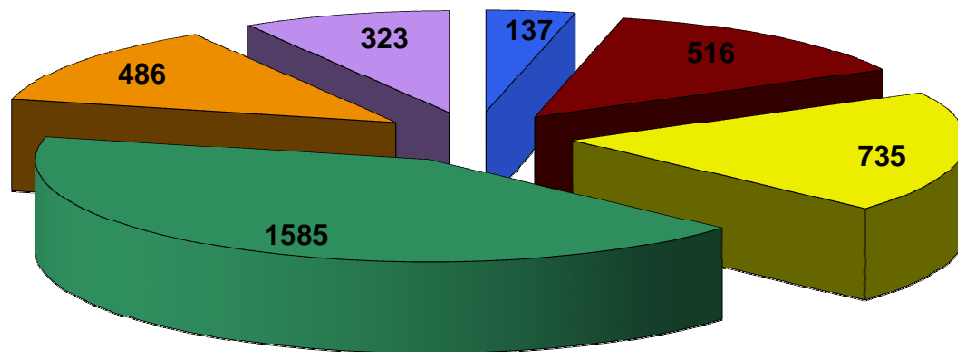


94 adhérents 2010



- Meurthe et Moselle
- Meuse
- Moselle
- Vosges
- Haute-Marne
- Aube
- Partenaire

3782 salariés 2010



- Meurthe et Moselle
- Meuse
- Moselle
- Vosges
- Haute-Marne
- Aube



Classification des adhérents

Adhérents UNIFA	46	(soit +4 en 2010)
Adhérents PLAB	41	(soit -4 en 2010)
Adhérents UNAMA	2	(nouveau 2010)
Adhérents PARTENAIRE	<u>5</u>	(nouveau 2010)
<i>Soit un total d'adhérents</i>	94	

Donc, par rapport à 2009,

une augmentation de 8 % à périmètre évolutif

Ou

une diminution de 1,15% à périmètre constant

et

une recette de cotisations annuelles de 10 213 €

→ soit une baisse de 4,14% par rapport aux recettes de 2009.



Appel à projets « soutien à la dynamique des grappes d'entreprises » de la DATAR

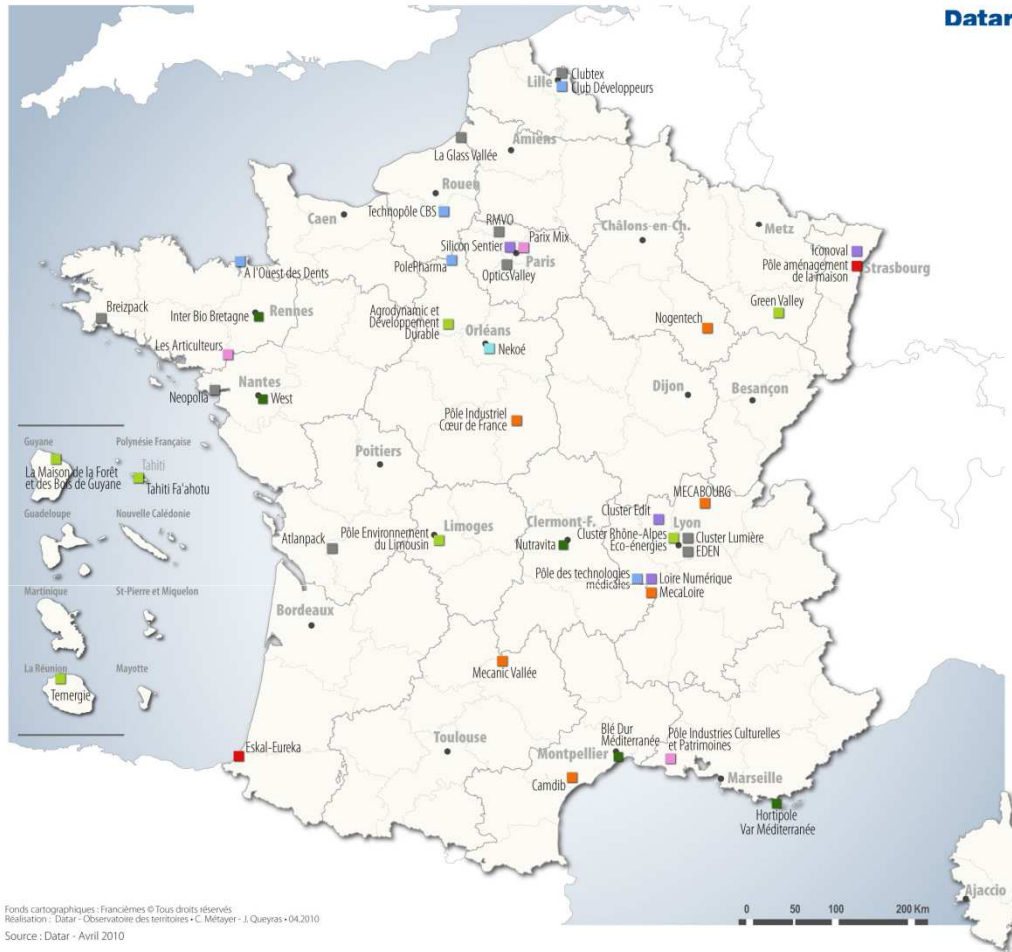
Après avoir été labélisée SPL en janvier 1999, le PLAB a postulé le 14 octobre 2010 pour être lauréat à une labellisation « grappe d'entreprises » décernée par la DATAR.

- ✓ 1^{ère} vague lancée le 29 octobre 2009 avec clôture des candidatures fixée au 10 décembre 2009 et résultats annoncés par le Ministre le 4 mai 2010
 - ➔ *112 candidatures et seulement 42 lauréats au niveau national et outre mer*
- ✓ 2^{ème} vague lancée le 1^{er} juillet 2010 avec clôture des candidatures fixée au 14 octobre 2010 et résultats attendus début 2011
 - ➔ *186 candidatures et ??? lauréats au niveau national et outre-mer*

Il est à noter qu'aucun dossier de la 1^{ère} vague ne concernait le secteur de l'ameublement.



Grappes d'entreprises lauréates de la première vague de l'appel à projets 2010



Secteurs d'activité

- Agriculture, agroalimentaire
- Construction et habitat
- Industries diverses
- Economie numérique
- Ecotechnologies, bio-ressources, gestion de l'eau
- Industries créatives et culturelles
- Industries de la santé
- Mécanique et métallurgie
- Services



AXE 1 : Accroître la performance des entreprises

Actions possibles :

- **Optimiser la compétitivité des entreprises :**
Démarche d'accompagnement au lean...
- **Intégrer le développement durable comme élément de différenciation :**
Analyser le cycle de vie des produits, bilan carbone, affichage environnemental
- **Inciter les entreprises à l'amélioration continue :**
Accompagner les certifications et labellisation PEFC, FSC, ISO, AEF, ATF...
- **Faire de la veille sur les marchés, produits, tendances, technologies :**
Organiser les visite collectives de salons internationaux (Del Mobile, Proposte, Xylexpo, Zow, Interzum...)



AXE 1 : Accroître la performance des entreprises

Actions possibles :

- **Améliorer la compétitivité par la productivité :**
Former les entreprises aux évolutions technologiques (CN, DAO, CFAO, finition haut de gamme, laque grand brillant...)
- **Gérer les emplois et les compétences :**
Réaliser une analyse détaillée des besoins de chaque entreprise en GPEC
- **Faire de la veille sur les matériaux innovants :**
Proposer visite, abonnement et conseil auprès de la matériauthèque du FCBA
- **Former à la création de produits nouveaux :**
Analyser les tendances, actualiser et structurer l'offre et piloter un projet de création de produits



AXE 2 : Innovation commerciale & marketing

Actions possibles :

- **Créer une différenciation pour les fabricants lorrains :**
Etude de faisabilité d'une marque individuel ou collective
- **Soutenir la diversification commerciale sur des salons spécifiques :**
Participation collective au SADECC, GERONTEXPO, HOPITAL EXPO, SIRHA...
- **Soutenir la diversification sur les foires nationales :**
Participation collective sur Paris, Chalons en Champagne, Nancy, Metz...
- **Inciter à une démarche d'accompagnement dédié au marché du 3^{ème} âge et au maintien à domicile :**
Formation Domovision pour création d'une gamme spécifique



AXE 2 : Innovation commerciale & marketing

Actions possibles :

- **Faire de la veille sur les marchés nouveaux ou émergents :**
Missions de prospection sur des pays cibles
- **Assurer une veille sur les marchés des appels d'offres publics :**
externalisation de la veille qualifiée auprès d'un prestataire
- **Inviter les acheteurs internationaux :**
Organisation d'un salon inversé ou les entreprises accueillent les clients potentiels
- **Assurer la mise sur le marché des nouveaux produits :**
Formation des équipes de vente, action de communication, scénographie



AXE 2 : Innovation commerciale & marketing

Actions possibles :

➤ **Créer et animer des groupements d'entreprises :**

Aide et animation et accompagnement d'entreprises complémentaires



AXE 3 : Valorisation de l'image du secteur

Actions possibles :

- **Rencontrer et échanger avec les architectes, décorateurs... :**
Communication collective ciblée, qualifiée, régulière (e-mziling, plaquette, stand collectif EH, Archi@work...)
- **Inviter les journalistes presse et média :**
Organisation d'une manifestation avec un accueil et parcours de visites d'entreprises
- **Communiquer sur le réseau d'entreprises effectuant de la vente en direct :**
Communication à l'aide de supports collectifs à diffuser dans tout lieu touristique en Lorraine
- **Créer un évènement « portes ouvertes de l'ameublement en Lorraine » :**
Communication PQR en Lorraine



AXE 3 : Valorisation de l'image du secteur

Actions possibles :

- **Exposition thématique sur une foire régionale :**
Créer un évènement et une animation pour valoriser le savoir-faire lorrain
- **Communiquer sur l'attractivité des métiers de l'ameublement :**
Participer aux conférences DP3 DP6, aux forums métiers...
- **Animer la filière et les services aux adhérents :**
Assurer une veille, organiser des journées thématiques, animer la communication (newsletter, site internet...)
- **Ouvrir les entreprises à des métiers nouveaux ou transverses :**
Inciter à l'accueil de stagiaires sur des métiers nouveaux (éco design, design industriel, DMA, architecte, décorateur...



Pour les trois axes

Critères d'appréciation :

Le PLAB devra fournir aux financeurs des

Indicateurs quantitatifs : par exemple

→ nombre d'entreprises participantes, effectifs cumulés, nombre de contacts et de plaquettes diffusées, nombre de listes de diffusion constituées, nombre de visites du site Internet, nombre de pages consultées, nombre de conférences réalisées, nombre de collégiens concernés

Indicateurs qualitatifs : par exemple

→ enquête de satisfaction des participants, visuel des outils de communication élaborés, compte-rendu d'appréciation des prestataires, durée et provenance des visites sur le site Internet,

Pour cette raison, **une fiche d'évaluation par action** sera développée

Nous comptons sur votre **sérieux pour remplir** ces documents



EVOLUTION COMMERCIALE

Foire de du au

➤ **Fréquentation acheteurs par rapport à N-1 (Tendance constatée)**

Evolution de la fréquentation

Nombre de contacts France nouveaux

Nombre de contacts Export nouveaux

Nationalité des contacts export

.....

➤ **Chiffre d'affaires enregistré par rapport à N-1 (Tendance constatée)**

Ventes France

Pourcentage d'évolution par rapport à 2007

Nombre d'acheteurs français

Ventes Export, pourcentage d'évolution par rapport à 2007, nombre d'acheteurs étrangers

➤ **Objectifs stratégiques de votre participation :**

Montant du chiffre d'affaires annuel réalisé sur cette foire

Pérennité du nombre d'emplois en jeu

Tester ou lancer des nouveaux produits/collections OUI NON

Accéder à une clientèle nouvelle OUI NON

Autres

.....

➤ **L'aide financière a-t-elle été un élément déterminant dans votre décision de participation ?**

OUI

NON

NE SE PRONONCE PAS

EXEMPLE



BILAN QUALITATIF ET QUANTITATIF

Foire Internationale de Metz du 26 septembre au 6 octobre 2008

13 entreprises participantes	Nombre d'emplois concernés
Meubles Dupont Collin – Liffol-Le-Grand 88350	10
Meubles D'Art de Velaine – Velaine en Haye 54840	5
Meubles Arts Liffolois – Liffol-Le-Grand 88350	9
Dominique Thomas – Pont à Mousson 54700	3
Styl'Décors – Neufchâteau 88300	13
Patines des Chaumières – Liffol-Le-Grand 88350	1
Euro-Salons – Bazoilles sur Meuse 88300	3
Cuisines Courtois – Verdun 55100	11
Cuisines Krebs – Sierthal 57410	11
Meubles Nancy – Liffol le Grand 88350	3
L'Atelier Lorraine – Martigny les Gerbonveaux 88300	9
Les Artisans du Meuble – Neufchâteau 88300	6
Art DS – Neufchâteau 88300	3
	87

EXEMPLE

Affluence et résultats contrastés

En 2008, la Foire Internationale de Metz a battu tous les records de fréquentation avec 230 000 entrées. Manifestation populaire et à forte notoriété, la FIM est reconnue comme l'une des plus importantes foires exposition de France.

Pour sa 73^e édition, elle s'est appuyée sur le thème des Trésors des Pharaons et a accueilli 1 400 exposants sur un plateau de 55 000 m².

La FIM a proposé cette année plus de vingt secteurs d'activités différents dont l'artisanat national et international, les services, l'habitat et le second œuvre, l'ameublement et la décoration, les arts ménagers, le jardin, les piscines, la gastronomie et les vins, le bien-être et la beauté, les nouvelles technologies, l'agriculture...

Malgré le record de fréquentation, les résultats commerciaux de ce millésime sont extrêmement disparates. En témoignent les importantes variations de chiffres d'affaires réalisés par les exposants au regard des résultats de l'année 2007. En tout état de cause, la conjoncture et le traitement médiatique de la crise boursière éclatant juste avant la manifestation ont probablement eu un retentissement sur le comportement des consommateurs.

On retrouve ce sentiment chez les adhérents du PLAB qui n'ont pas tous vécu la manifestation de la même manière. On notera cependant une tendance : celle d'évolution forte des chiffres d'affaires, à la hausse comme à la baisse. Et une



INDICATEUR RECAPITULATIF

CONTRAT DE PROGRES AMEUBLEMENT « AXE 3.1 : développement commercial à l'export »

Mission au salon de Milan du 19 au 20 avril 2007

4 entreprises participantes	Nombre d'emplois concernés
Collinet-55130 Baudignecourt	99
Styles Décoration-88350 Liffol-Le-Grand	3
Géromeubles-55140 Vaucouleurs	12
Pierson Diffusion-55300 St Mihiel	104
PLAB-88350 Liffol-Le-Grand	/
Total	218

EXEMPLE

Le salon de Milan est un salon qui a lieu tous les ans. C'est le salon mondial de référence et incontournable pour toute la création et le Design dans le secteur de l'ameublement et de la décoration. En 2007, ce salon a réuni 1097 exposants italiens et 208 exposants étrangers sur plus de 229 000 m² et a accueilli 270 824 visiteurs dont 61% d'étrangers venus de 146 pays différents, plus de 4 000 journalistes dont plus de la moitié venus de 57 pays différents. Cette mission s'est effectuée par avion privé de 9 places en partance de l'aérodrome de Nancy. Le déplacement jusqu'au salon s'est fait à l'aide des navettes mises en disposition par le salon à partir de l'aéroport à l'arrivée et au départ du salon. Les déplacements sur Milan se sont faits à l'aide des bus et du métro. L'hébergement, denrée très rare à cette période de l'année sur Milan, a nécessité beaucoup de démarche de la part du PLAB pour en trouver un pas trop éloigné du salon et de qualité correcte.

Synthèse des enquêtes de satisfaction envoyées aux entreprises participantes

50 % des entreprises participantes à cette mission ne s'étaient pas rendues au salon de Milan au cours des 5 dernières années. La logistique de la mission, la disponibilité et l'efficacité du PLAB ont été plébiscitées par les entreprises. En effet les entreprises ont bénéficié d'une prestation « clés en mains » de la part du PLAB puisque tout a été organisé dans les déplacements et sur place pour faire gagner du temps et pour que les participants puissent se concentrer sur l'objet de leur déplacement à savoir le salon. La rapidité du moyen de transport « avion de tourisme » a été citée par 50% des entreprises comme un point fort de cette mission. L'autre point fort avancé par l'ensemble des entreprises participantes, est la découverte et la recherche de tendances liées à cette « transpiration créatrice » qui émane de ce salon.



Budget de l'année 2011 par axe

Actions	2011
	K€
ACCROITRE LA PERFORMANCE DES ENTREPRISES	
Accompagner une démarche au lean	179
Analyser le cycle de vie des produits, bilan carbone, affichage environnemental	43
Accompagner les certifications et labellisations ISO, PEFC, FSC, AEF, ATF...	11
Organiser des visites collectives de salons internationaux pour la veille marchés, produits, technologies	24
Former les entreprises aux évolutions technologiques de production (CN, DAO, finitions...)	144
Réaliser une analyse détaillée en GEPC	108
Faire de la veille sur les matériaux innovants	5
Former à la création de nouveaux produits	86



Budget de l'année 2011 par axe

Actions	2011
	K€
INNOVATION COMMERCIALE & MARKETING	
Créer une différenciation marketing pour les fabricants lorrains	30
Soutenir la diversification commerciale des fabricants sur les salons spécifiques	72
Soutenir l'offre lorraine des fabricants sur les foires nationales	239
Inciter le développement d'une démarche d'accompagnement dédiée au marché du 3ème âge et au maintien à domicile	72
Organiser des missions de prospection sur les marchés nouveaux ou émergents	24
Assurer une veille sur le marché des appels d'offres nationaux et internationaux	14
Inviter des acheteurs internationaux	9
Assurer la mise sur le marché des produits nouveaux	43
Créer et animer des groupements d'entreprises	4



Budget de l'année 2011 par axe

Actions	2011
	K€
VALORISATION DE L'IMAGE DU SECTEUR	
Rencontrer et échanger avec les prescripteurs	24
Inviter les journalistes presse et média	12
Communiquer sur le réseau d'entreprises effectuant de la vente directe	12
Créer un évènement "portes ouvertes de l'ameublement en Lorraine"	24
Réaliser une exposition thématique de la filière sur une foire régionale	24
Communiquer sur l'attractivité des métiers de l'ameublement	4
Animer la filière et les services aux adhérents	22
Ouvrir les entreprises à des métiers nouveaux ou transverses	19
TOTAL GENERAL DES 3 AXES	1 248



Financement prévisionnel du budget 2011



Ressources (en K€ et % des ressources totales)		
Nature	2011	
	K€	%
1- RESSOURCES PROPRES		
Prestations, ventes	449	36,00%
Cotisations	9	0,72%
CODIFAB	41	3,29%
2- FINANCEMENTS PUBLICS		
FNADT		
Grappes d'entreprises	225	18,00%
Autre		
Etat, autres lignes		
Collectivités territoriales		
Conseil régional	301	24,13%
Codecom du pays de Neufchâteau	40	3,21%
Autres (préciser)		
CCI		
Europe (FEDER/FSE...)		
FEDER	183	14,66%
FSE		
OSEO (préciser la nature du financement)		
Préciser		
CDC (préciser la nature du financement)		
Préciser		
Autres		
Préciser		
TOTAL 1 + 2	1 248	100,00%
3- CONTRIBUTIONS VOLONTAIRES SIGNIFICATIVES		
Personnel		
Mise à disposition de biens		
Prestation		
Autres (préciser)		
TOTAL 1 + 2 + 3	1 248	100,00%

Les actions hors contrat de progrès

En dehors de son contrat de progrès, le PLAB mène également des actions collectives spécifiques telles que :

- l'accompagnement sur des salons « labellisés » en France ayant une vocation internationale : Meuble Paris, Maison et Objet, Equip'Hôtel...
- l'accompagnement sur des salons internationaux tels que Birmingham, Cologne...
- l'aide à la création de catalogue commercial destiné à l'international
- en partenariat avec GIPEBLOR et 14 autres partenaires de la Grande Région, état des lieux sur la consommation de bois et étude prospective pour une harmonisation entre l'offre locale et la demande dans la grande Région



P.L.A.B


Industries Françaises de l'Ameublement

MERCI DE VOTRE ATTENTION

 La Région
Lorraine


Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
PRÉFET
DE LA RÉGION
LORRAINE


l'Europe
s'engage
en Lorraine
avec le FEDER

CODIFAB
comité professionnel de développement
des industries françaises de l'ameublement et du bois

