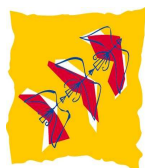


P.L.A.B


Industries Françaises de l'Ameublement

PRESENTATION DES ACTIONS

2009



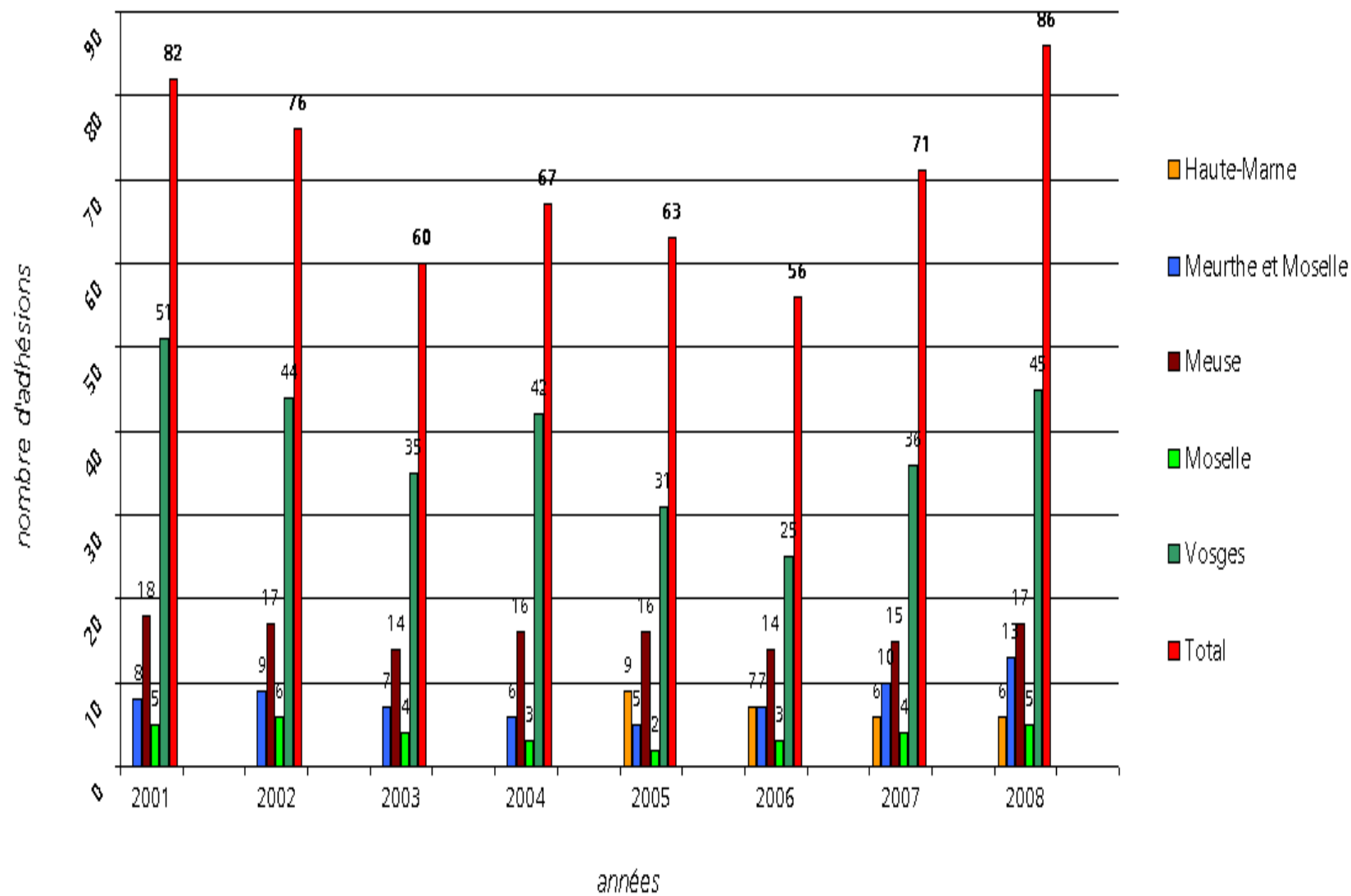
La Région
Lorraine


DRIRE
LORRAINE

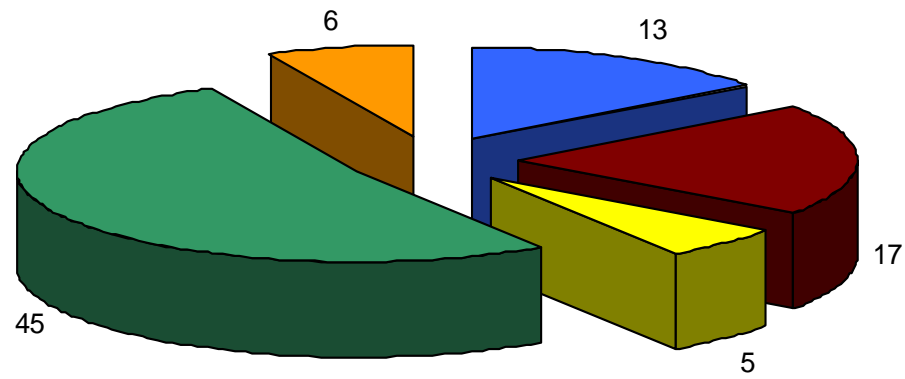
CODIFA



Evolution des adhésions de 2001 à 2008

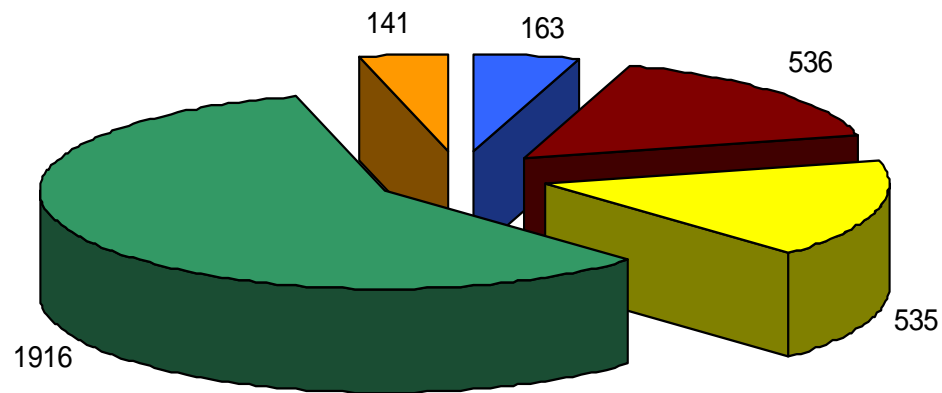


86 adhérents 2008



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

3273 salariés 2008



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



AXE 1 : Développement et accompagnement stratégique

Objectifs :

1. Accompagner le chef d'entreprise dans sa réflexion stratégique
2. Apporter des méthodes et des outils pour optimiser les choix stratégiques
3. Créer une dynamique de rapprochement entre chefs d'entreprises



AXE 1 : Développement et accompagnement stratégique

Formes d'actions :

- **Aider les entreprises à maîtriser les documents et équilibres financiers**

proposer une formation d'analyse financière et d'élaboration de tableaux de bord

- **Avoir une démarche environnementale en y intégrant la notion de développement durable:**

accompagner sur 3 ans la démarche de certification au label PEFC(1er groupe et 2ème année)

accompagner sur 3 ans la démarche de certification au label PEFC(2ème groupe et 1ère année)



AXE 1 : Développement et accompagnement stratégique

Formes d'actions :

- **Aider les entreprises à améliorer leurs performances commerciales :**
proposer une formation de « coaching » des équipes commerciales
- **Aider les entreprises à améliorer la mise sur le marché des produits :**
proposer une formation aux techniques de merchandising



AXE 2 : valorisation des réseaux d'entreprises

Objectifs :

1. Promouvoir les réseaux d'entreprises par compétence.
2. Créer une dynamique de rapprochement entre chefs d'entreprises.
3. Favoriser des groupements d'entreprises complémentaires.
4. Rendre attractif le secteur de l'ameublement à travers une communication auprès des collégiens



AXE 2 : valorisation des réseaux d'entreprises

Formes d'actions :

- Favoriser et accompagner le rapprochement d'un groupe issu du réseau des sous-traitants dans leurs échanges et développements commerciaux
- Favoriser et accompagner le rapprochement d'un groupe d'agenceurs prospectant le marché des seniors
- Animation et communication de l'exposition **MOBIDECOUCVERTE** à la foire de Nancy pour favoriser l'attractivité et doper la fréquentation du hall ameublement regroupant le réseau des artisans du PLAB









AXE 2 : valorisation des réseaux d'entreprises

Formes d'actions :

- Création d'une plaquette de communication pour valoriser les différents métiers de l'ameublement et organiser des conférences dans les collèges de Lorraine, dans le cadre des DP6 et DP3
- Création d'une plaquette de communication pour promouvoir l'association PLAB avec une orientation entreprises et décideurs
- Traduction du site portail PLAB en anglais, permettant ainsi à tous les adhérents référencés d'avoir un accès direct à l'international.



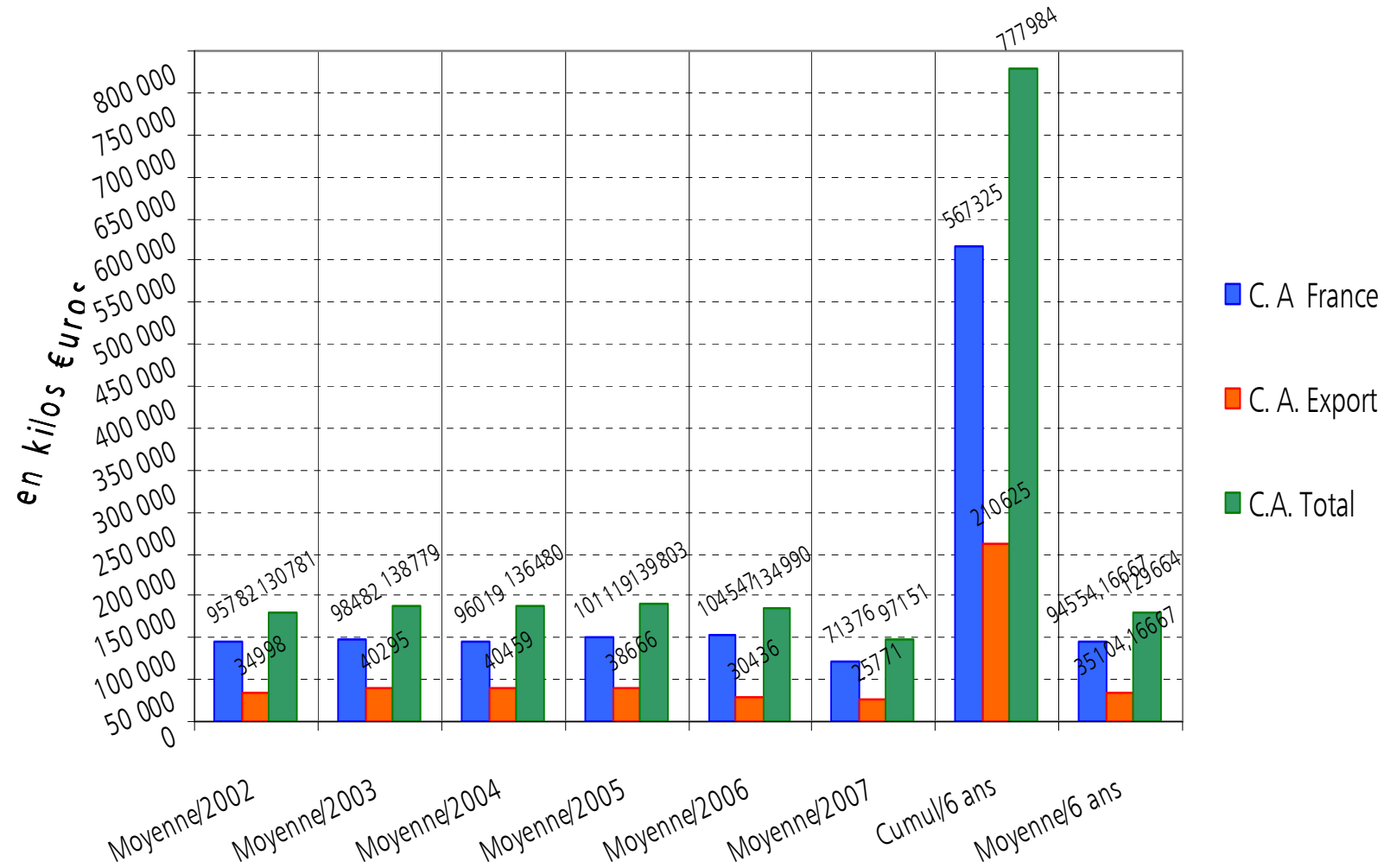
AXE 2 : valorisation des réseaux d'entreprises

Formes d'actions :

- Création d'une plaquette de communication pour valoriser les différents métiers de l'ameublement et organiser des conférences dans les collèges de Lorraine, dans le cadre des DP6 et DP3
- Création d'une plaquette de communication pour promouvoir l'association PLAB avec une orientation entreprises et décideurs
- Traduction du site portail PLAB en anglais, permettant ainsi à tous les adhérents référencés d'avoir un accès direct à l'international.



PANORAMA EXPORT DES ENTREPRISES LORRAINES



AXE 3 : Développement commercial des entreprises

Action 3-1 : Accompagnement à l'export

Objectifs :

1. Inciter et soutenir une offre lorraine sur les marchés internationaux
2. Permettre l'accès à de nouveaux débouchés commerciaux : salons professionnels, missions de prospection et de veille (Design, marchés, produits, composants)
3. Promouvoir l'offre lorraine de l'ameublement et de la décoration



AXE 3 : Développement commercial des entreprises

Formes d'actions :

- **Assurer une veille commerciale et marketing (pour suivre les tendances et produits), technologique (pour suivre l'évolution des outils de production) :**
accompagner les entreprises à visiter collectivement les salons internationaux de référence (Salone del mobile Milan, Interzum Cologne, Promosedia Udine...)
- **Mission de découverte et de prospection du marché du Maghreb avec une orientation prescription et hôtellerie**
- **Permettre l'accès à de nouveaux débouchés commerciaux : salon professionnel spécialisé (Sadec Lyon)**



AXE 3 : Développement commercial des entreprises

Action 3-2 : Accompagnement sur les marchés intérieurs

Objectifs :

1. Développer et pérenniser une offre lorraine large sur le marché français
2. Permettre l'accès à de nouveaux débouchés commerciaux : foires professionnelles ou grand public (foire de Nancy, de Metz...)
3. Promouvoir les productions lorraines et les savoir-faire régionaux, notamment l'aménagement et de la décoration (arts de la table, émaux, faïencerie, verrerie...)



AXE 3 : Développement commercial des entreprises

Formes d'actions :

- Participation à des foires régionales à vocation de vente directe aux consommateurs : Metz et Nancy prévues
- Actions de promotion des savoir-faire régionaux pour les TPE
- Valorisation des savoir-faire régionaux, y compris les produits connexes.



AXE 4 : Marketing et création vers des nouveaux produits et marchés

Objectifs :

1. Favoriser la création de produits correspondant aux nouvelles demandes des marchés
2. Valoriser la création et le marketing sur une opération à thème « les seniors, l'hôtellerie, le luxe... » avec le recours à de designers
3. Développer et créer des partenariats avec le pôle fibre, le CRITT bois, les designers
4. Développer l'approche marketing et l'action commerciale sur les nouveaux produits



AXE 4 : Marketing et création vers des nouveaux produits et marchés

Forme d'actions :

- Développer et favoriser la création de binômes entre designers et entreprises de l'ameublement, avec la possibilité d'un partenariat avec le VIA.
- Recourir aux potentiels créatifs des designers, du pôle fibres, du CRITT bois et d'autres prestataires spécialisés
- Développer la capacité et la réactivité des entreprises aux évolutions des marchés, en partenariat avec l'IPEA.



Pour ces quatre axes

Critères d'appréciation :

Le PLAB doit fournir aux financeurs :

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 conférences réalisées, nombre de visite du site Internet, nombre de pages consultées

Et fournir des objectifs de participation en nombre d'entreprises

Indicateurs qualitatifs : par exemple : enquête de satisfaction des participants, visuel des outils de communication élaborés, compte-rendu d'appréciation des prestataires, durée de visite sur le site Internet, utilisation des visites sur le site Internet, provenance des visites internationales

⇒ *une fiche d'évaluation par action sera développée*

Nous avons besoin de vous pour remplir ces éléments **et pour apporter les corrections nécessaires pour faire bien ou mieux.**



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 – Siersthal 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

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.



AXE 5 : Les services PLAB

Axe 5-1 : Veille sectorielle, commerciale et technologique

Objectifs :

1. Permettre une meilleure réflexion stratégique en terme de marchés, de produits et d'évolutions techniques
2. Proposer aux dirigeants une base documentaire sectorielle nécessaire pour analyser leur environnement, en mutation rapide
3. Assurer une démarche de sensibilisation sur des thématiques réglementaires

Forme d'actions :

- Journées thématiques développement Durable, emploi formation et optimisation de l'usage des NTIC
- Constitution d'une base documentaire de type « bibliothèque »
- Achat et restitution d'études de marchés, sectorielles
- Actualisation de bases de données marchés / produits / techniques



AXE 5 : Les services PLAB

Axe 5-3 : *communications internes et externes*

Objectifs :

1. Assurer la gestion et la maintenance du site internet du PLAB
2. Organiser la communication vers les entreprises sur les actions proposées et réalisées par le PLAB
3. Diffuser la communication vers les institutionnels, les prescripteurs, le grand public, les cibles déterminées pour certaines actions
4. Maintenance et évolution de la base de données entreprises du PLAB
5. Communiquer des informations susceptibles de favoriser la transmission d'entreprise

Forme d'actions :

- Actualisation annuelle du site internet portail PLAB
- Communiquer les actions conduites par le PLAB et leurs résultats sur le site internet
- Rédiger une newsletter d'information et de promotion des actions menées par le PLAB et les différents partenaires régionaux (GIPEBLOR, Pôle Fibre, CCI, CRITT, ADEME...)
- Mise à jour de la base de données du PLAB



AXE 5 : Les services PLAB

Action 5-4 : Réalisation d'un audit qualitatif et quantitatif

Cet audit, effectué par un prestataire externe, aura pour objectif de caractériser l'action du PLAB sur les 3 années passées du programme et de proposer les orientations sur les 3 années à venir.

Objectifs :

1. Analyser les actions du contrat de progrès et en dresser un bilan global qualitatif et quantitatif
2. Recueillir les doléances des entreprises participantes et des entreprises non participantes, des partenaires et des financeurs
3. Proposer des pistes de réflexion et d'actions collectives pour le prochain contrat de progrès triennal

Forme d'actions :

- Mission d'audit à réaliser par un cabinet externe
- Organisation d'un groupe de travail impliquant financeurs, professionnels et PLAB
- Restitution de l'étude selon une base rédigée dans un cahier des charges



BUDGET SUR 2009

	Coûts externes k€	Coûts internes k€	Total k€
Axe1 : DEVELOPPEMENT ET ACCOMPAGNEMENT STRATEGIQUE	51	13,65	64,65
Axe 2 : VALORISATION DES RESEAUX D'ENTREPRISES	73	22,75	95,75
Axe 3 : DEVELOPPEMENT COMMERCIAL DES ENTREPRISES	262,00	86,85	348,85
3-1 : Accompagnement à l'export	91,25	73,2	164,45
3-2 : Accompagnement sur les marchés intérieurs	170,75	13,65	184,40
Axe 4 : MARKETING ET CREATION VERS DES NOUVEAUX PRODUITS/ MARCHES	100	9,10	109,10
SERVICES PLAB	58		71,65
5-1 Veille sectorielle, commerciale et technologique	8		
5-2 Etude prospective sur les tendances de la filière « ameublement »	0		
5-3 Communications internes et externes	14	13,65	
5-4 Réalisation d'un audit qualitatif et quantitatif en fin de contrat	36		
Budget total	544	146	690



Les actions hors contrat de progrès

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

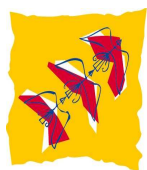
- ➔ l'accompagnement sur des salons « labellisés » en France ayant une vocation internationale : Meuble Paris, Maison et Objet, Equip'Hôtel
- ➔ l'accompagnement sur des salons internationaux tels que Birmingham, Valence, Moscou ?
- ➔ l'accompagnement à la création de catalogues commerciaux pour l'international (bilingue au minimum)
- ➔ action sur le développement durable avec l'embauche d'un « thésard » pendant trois ans avec l'équipe de recherche sur les processus innovants de l'INPL
- ➔ en partenariat avec GIPEBLOR et VALBOIS, état des lieux et étude prospective du secteur de l'ameublement dans la grande Région
- ➔ Mise en place d'une filière de valorisation des DIB



P.L.A.B


Industries Françaises de l'Ameublement

MERCI DE VOTRE ATTENTION



La Région
Lorraine


DRIRE
LORRAINE

CODIFA

